

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра экономической теории и
национальной экономики

Предпринимательские риски и их оценка в коммерческой деятельности

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студента 4 курса 461 группы
направления 38.03.01 Экономика
профиля «Экономика предпринимательства»

экономического факультета
Быкова Юрия Вардановича

Научный руководитель
ассистент
должность, уч. степень, уч. звание

дата, подпись

К.В. Савинова
инициалы, фамилия

Заведующий кафедрой
к.э.н., доцент
должность, уч. степень, уч. звание

дата, подпись

Е.В.Огурцова
инициалы, фамилия

Саратов 2017 год

Введение. Динамизм изменчивости условий, в которых работают фирмы, открывает для них множество возможностей, но одновременно обуславливает ряд сложных и многообразных проблем, которые нельзя решить при традиционных подходах к менеджменту хозяйственной и инвестиционной деятельности. Следовательно, организациям, чтобы выжить в рыночной среде, выдержать конкуренцию и внести свой вклад в экономический рост, необходимо научиться управлять хозяйственной и инвестиционной деятельностью в условиях неопределенности, искать новые возможности повышения эффективности информационных, материальных и финансовых ресурсов.

Объектом исследования являются предпринимательские структуры, которые постоянно в современной экономике подвергаются рискам. Предмет исследования – это экономические отношения, которые складываются в процессе коммерческой деятельности фирм и образование рисков их деятельности.

Цель выпускной квалификационной работы изучить все аспекты возникновения и увеличения рисков для фирм в их коммерческой деятельности.

Исходя из цели работы поставлены следующие задачи:

- рассмотреть содержание предпринимательских рисков в коммерческой деятельности фирмы,
- проанализировать причины возникновения и значение предпринимательских рисков в коммерческой деятельности фирмы,
- показать классификацию предпринимательских рисков,
- рассмотреть методы управления и оценки предпринимательских рисков в коммерческой деятельности фирмы,
- оценить особенности состояния и оценки рисков в розничной торговле на примере ПАО «Магнит»,
- изучить состояния отрасли и конкуренции в розничной торговле ,

- показать необходимость и реальность создания конкурентных преимуществ ПАО «Магнит», и наконец доказать формирование политики ПАО «Магнит» в области управления рисками.

Информационными источниками исследования послужили статистические материалы, обзоры и исследования, предоставленные различными отечественными и зарубежными информационно-аналитическими агентствами, такими как: Федеральная служба государственной статистики, данные официальной статистической отчетности Росстата и оперативная информация и материалы, собранные в Интернете. Структура работы состоит из введения, двух глав, заключения, и списка использованных источников.

Основное содержание работы. «Предпринимательство — инициативная самостоятельная деятельность граждан, направленная на получение прибыли или личного дохода, осуществляемая от своего имени, под свою имущественную ответственность или от имени и под юридическую ответственность юридического лица. Предприниматель может осуществлять любые виды хозяйственной деятельности, не запрещенные законом, включая коммерческое посредничество, торгово-закупочную, консультационную и иную деятельность, а также операции с ценными бумагами».

Предприниматель в своей деятельности призван обеспечить необходимую комбинацию или необходимое сочетание личной выгоды с общественной пользой в целях получения прибыли: «Предпринимательство является деятельностью, которая связана с вложением средств в целях получения прибыли на основе сочетания личной выгоды с общественной пользой»¹.

Важнейшие черты предпринимательства: самостоятельность и независимость хозяйствующих субъектов. Любой предприниматель свободен в принятии решения по тому или иному вопросу, естественно, в рамках

¹ Энциклопедический словарь предпринимателя/ сост. С.М. Синельников, Т.Г. Соломоник, Р.В. Янборисова. – СПб.: Алга-фонд, АЯКС, 2012. – С.137-138.

правовых норм; экономическая заинтересованность. Вместе с тем, преследуя свои сугубо личные интересы — получение высокого дохода — предприниматель способствует достижению общественного интереса; хозяйственный риск и ответственность. При любых, самых выверенных, расчетах неопределенность и риск остаются.

Перечисленные важнейшие признаки предпринимательства взаимосвязаны и действуют одновременно². Для формирования предпринимательства необходимы определенные условия: экономические, социальные, правовые и др. Экономические условия — это предложения товаров и спрос на них; виды товаров, которые могут приобрести покупатели; объемы денежных средств, которые покупатели могут истратить на эти покупки; избыток или недостаточность рабочих мест, рабочей силы, влияющие на уровень заработной платы работников, т.е. на их возможности приобретения товаров³. На экономическую обстановку существенно влияют наличие и доступность денежных ресурсов, уровень доходов на инвестированный капитал, а также сумма заемных средств, к которым готовы обратиться предприниматели для финансирования своих деловых операций и которые готовы предоставить им кредитные учреждения⁴.

Неопределенность и неустойчивость, постоянные изменения порождают риск как неотъемлемую черту предпринимательства. Решение, принятое предпринимателем без элементов риска, по сути дела не является решением. Ради чего рискует предприниматель? На что нацеливает свою деятельность? Среди многообразных целей предпринимателя наиболее важны четыре: производство товаров и услуг, прибыль, социальные цели, развитие бизнеса.

² Рыночное предпринимательство: теоретические основы и практика регулирования: Учеб. Пособие. – М.: Институт международного права и экономики, 2014. –С.48.

³ Валигурский Д.И., Правдин Д.И. и др. Рыночное предпринимательство и практика регулирования. – М.: ИКЦ «Маркетинг» 2015. С. – 72с.

⁴ Борисов Е.Ф. Экономическая теория: Учебное пособие: Курс лекций для студентов вузов. М.:Юрант, 2009. - С. 21.

Как показано на схеме (рис.1), все эти цели взаимосвязаны.

Для сокращения рисков и создания своих собственных конкурентных преимуществ, которые смогут защитить высокий статус компании ПАО Магнит проводит много различных мероприятий. Выручка Компании ПАО «Магнит» в 2016 году ⁵ выросла на 13,07% с 950,61 млрд. руб. в 2015 году до 1,07 трлн. руб. в 2016 году. В 2016 году Компания сохранила лидерство в секторе розничной торговли товарами повседневного спроса в России по объему продаж, а также по количеству магазинов, торговой площади и капитализации.

В течение 2016 года Компания открыла 1 970 магазинов, в том числе 927 магазинов у дома, 18 гипермаркетов, 39 магазинов «Магнит Семейный» и 986 магазинов дрогери. Таким образом, по состоянию на 31.12.2016 г. розничная сеть «Магнит» насчитывала 14059 магазинов, в том числе 10521 магазинов у дома, 237 гипермаркетов, 194 магазина «Магнит Семейный» и 3107 магазинов дрогери. Совокупная торговая площадь магазинов увеличилась на 14,82% с 4 413,72 тыс.

Уставный капитал Общества определяет минимальный размер имущества, гарантирующий интересы его кредиторов. По состоянию на 31 декабря 2016 года уставный капитал Публичного акционерного общества «Магнит» составляет 945613,55 рублей. Он состоит из 94561355 штук обыкновенных именных бездокументарных акций номинальной стоимостью 0,01 рубля. Общество вправе размещать дополнительно к размещенным акциям обыкновенные именные акции в количестве 106288645 штук номинальной стоимостью 0,01 рубля (объявленные акции).

Следовательно, можно сказать, что количество рисков в 2016 году увеличилось под влиянием различных как внутренних так и внешних факторов. Вследствие этого компания стала более тщательно реализовывать свои конкурентные преимущества для сокращения рисков.

⁵ Информация приведена в отношении ПАО «Магнит» и его дочерних обществ (далее по тексту Группа компаний «Магнит» или «Компания» или «Магнит»)

В отношении отраслевых рисков компанией производится оценка состояния отрасли на среднесрочный и долгосрочный период исходя из макроэкономических прогнозов Министерства экономического развития и инвестиционных аналитиков. Оценивается состояние будущего спроса на основе прогнозов доходов населения и уровня потребления. Оцениваются отраслевые тенденции в отношении различных форматов торговли, сегментация спроса по форматам и состояние конкурентной среды. На основе проведенного анализа вырабатывается стратегия развития, направленная на укрепление конкурентных позиций и увеличение рыночной доли компании.

В отношении страновых и региональных рисков производится мониторинг политической и экономической ситуации, а также оценка уровня риска стихийных бедствий и возможного прекращения транспортного сообщения в регионах присутствия сети магазинов «Магнит». Дополнительному снижению влияния этих рисков способствует территориальная диверсификация деятельности Группы.

В отношении финансовых рисков проводится оценка уровня процентного, валютного и кредитного рисков, а также риска ликвидности. Управление процентным риском производится путем выбора наиболее подходящих для Группы способов финансирования и согласованием срока привлечения ресурсов со сроками реализации проектов, на финансирование которых они направляются. Для обеспечения возможности нахождения наиболее подходящих для Группы привлекаемых ресурсов проводится расширение базы потенциальных кредиторов и диверсификация инструментов привлечения, что также способствует улучшению кредитной истории Группы.

Снижение стоимости привлекаемых ресурсов также достигается благодаря политике, направленной на повышение информационной прозрачности. Одним из механизмов управления процентным риском является прогнозирование изменения уровня процентных ставок, и оценка

уровня приемлемой долговой нагрузки Группы с учетом этого возможного изменения общего уровня процентных ставок.

В отношении валютного риска оцениваются прогнозы аналитиков в отношении возможного изменения курсов валют и принимаются решения относительно допустимого размера активов и обязательств, номинированных в иностранной валюте. В отношении рисков ликвидности Эмитент и Группа поддерживают сбалансированное по срокам соотношение активов и обязательств. В отношении кредитных рисков применяется анализ финансового состояния контрагентов и система лимитов.

Риски, касающиеся потребительского спроса и конкуренции. Неблагоприятное изменение макроэкономических условий и снижение потребительского спроса в России могут негативно отразиться на выручке Группы и её прибыли. ПАО Магнит осуществляет свою деятельность в области розничной торговли продуктами питания и товарами первой необходимости. Развитие отрасли розничной торговли, в которой осуществляет свою деятельность Группа, во многом зависит от факторов макроэкономического характера, поскольку спрос на потребительские товары определяется величиной располагаемых доходов населения. При наступлении экономической нестабильности снижение реальных располагаемых доходов населения может привести к ухудшению динамики роста и рентабельности отрасли. Следует также отметить, что состояние российской экономики в значительной степени обусловлено уровнем цен на нефть, иные энергоносители и полезные ископаемые на мировом рынке. Снижение цен на нефть, а также на другие полезные ископаемые в будущем может иметь серьезное негативное влияние на экономику Российской Федерации в целом. Кроме того, введение и последующее ужесточение экономических санкций против Российской Федерации Соединенными Штатами Америки, странами Европейского Союза и некоторыми другими странами в связи с событиями на Украине также неблагоприятно повлияло и продолжает неблагоприятно влиять на состояние российской экономики.

Потребительский спрос на рынках, где компания осуществляет свою деятельность, зависит от ряда факторов, которые находятся вне контроля компании, включая, демографические факторы, потребительские предпочтения и покупательную способность потребителей. Снижение потребительского спроса или изменение потребительских предпочтений могут существенно снизить размер выручки и доходов и существенным образом негативно отразиться на деловой деятельности, финансовом положении и результатах операционной деятельности. Кроме того, сезонность потребительского спроса может привести к значительным колебаниям результатов деятельности Группы в различные периоды времени. Высокий уровень конкуренции может привести к уменьшению рыночной доли компании и к уменьшению её доходов

Компания осуществляет свою деятельность на территории Российской Федерации, с наибольшей концентрацией в Южном, Северо-Кавказском, Центральном и Приволжском федеральных округах, и в ближайшие годы планирует продолжить развитие сети магазинов в других регионах России: Северо-Западном, Уральском и Сибирском федеральных округах. Рынок розничной торговли Южного Федерального округа (далее также именуемый «ЮФО»), где зарегистрирован Эмитент и где находится его основной офис, а также рынки розничной торговли Центрального и Приволжского федеральных округов, где расположено наибольшее количество магазинов Группы, являются достаточно конкурентными региональными рынками в России и представлены большинством крупных российских игроков, а также рядом западных компаний.

Заключение. Неопределенность и неустойчивость, постоянные изменения порождают риск как неотъемлемую черту предпринимательства. Решение, принятое предпринимателем без элементов риска, по сути дела не является решением. Ради чего рискует предприниматель? На что нацеливает свою деятельность? Среди многообразных целей предпринимателя наиболее важны четыре: производство товаров и услуг, прибыль, социальные цели,

развитие бизнеса.

Наиболее важные виды риска в предпринимательстве – производственный, коммерческий, финансовый и кредитный. Предприниматель рискует многим. Но в то же время наличие фактора риска является для него мощным стимулом повышения ответственности за принимаемые коммерческие решения, экономии средств и ресурсов. Чем больше риск, тем больше должна быть награда. Награда за риск – это основная часть прибыли, зарабатываемой предпринимателями.

На сегодняшний день предприниматель – это самостоятельный и независимый хозяйствующий субъект, ответственный за принимаемые решения, их последствия и связанный с этим риск, следовательно отвечающий за конечный результат с ориентацией на достижение успеха.

Любое снижение риска имеет свою цену. Это так называемая плата за снижение риска. При внешнем страховании платой за снижение риска будет величина страховых взносов. При внутреннем страховании – это затраты на создание на создание резервных фондов. Использование диверсификации, как правило, ведет к снижению прибыли от каждого источника дохода. Аналогичное явление наблюдается и при лимитировании. Следовательно, выбирая способ снижения риска, необходимо учитывать и ту плату, которая для этого потребуется.

Что касается состояния конкуренции на данном рынке, здесь также очень высокая конкуренции. Во-первых, много участников рынка и все участники очень активно внедряют различные формы ценообразования и рекламные акции. Однако, степень концентрации российского рынка розничной торговли продуктами питания достаточно низкая - на долю 7 крупнейших игроков приходится не многим 25,7% рынка, что существенно уступает аналогичным показателям стран Восточной и Западной Европы.

Подобная низкая концентрация капитала создает предпосылки для усиления конкуренции среди розничных сетей в ближайшем будущем. На текущем этапе развитие конкурентной борьбы в первую очередь выражается

в захвате дополнительных рынков сбыта за счет роста самой торговой сети, в том числе путем использования франчайзинговых схем, а также сделок по слиянию и поглощению. Как следствие, оперирующие на российском рынке сети активно увеличивают свое присутствие в Москве и регионах, что приводит к рекордным показателям темпов роста бизнеса.

Также сегодняшним уже существующим преимуществом является то, что компания уже сейчас крупнейшая по количеству магазинов торговая сеть в РФ. По количеству магазинов сеть "Магнит" занимает первое место в России, что благоприятно сказывается на сотрудничестве с крупнейшими производителями напитков и продуктов питания, продвигающими свои товары на региональные рынки. В первую очередь это находит отражение в осуществлении закупок на выгодных условиях и соответствующем увеличении рентабельности бизнеса.

Также преимущество является узнаваемый бренд компании. По исследованиям независимых экспертов, в частности, IGD, российские покупатели уделяют большое внимание наличию бренда при покупке товаров и продуктов питания. Кроме того, лояльность по отношению к тому или иному бренду у российского покупателя выше по сравнению с жителями Европы, что делает его менее чувствительным к повышению цен на продукцию. Таким образом, Широкая сеть магазинов, объединенная под брендом "Магнит", позволяет Группе упрочить свои позиции в занимаемой рыночной нише.⁶

Конкурентным преимуществом компании также является эффективная система логистики, которую создала компания за последние несколько лет. Развитая система логистики, наличие распределительных центров и собственного автопарка позволяет Группе осуществлять жесткий контроль над накладными расходами. Использование распределительных центров позволяет снижать закупочные цены, а также нагрузку на магазины при

⁶ Данные с сайта Информационного агентства Инфолайн [http:// www.infolain.ru](http://www.infolain.ru) Дата обращения. 2.05.2017 г.

приеме товара, что в конечном итоге способствует более рациональной организации бизнеса. Группа использует высокоэффективную автоматизированную систему управления товарными запасами, что позволяет добиваться высоких показателей их оборачиваемости, а также снижения издержек.