

Сивко Дмитро

Тернопільський національний економічний університет  
(науковий керівник: к.е.н., ст. викладач кафедри  
підприємництва і торгівлі Федорович П. П.)

## ЗАХОДИ МІНІМІЗАЦІЇ РИЗИКІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Важливу роль у системі управління ризиком відіграє правильний вибір заходів попередження і мінімізації ризику, які загалом визначають її ефективність.

У світовій практиці існує безліч різних і досить оригінальних шляхів та способів зниження ризику – від традиційного страхування майна або використання венчурних фірм, бізнес яких ґрунтується на комерційному освоєнні нововведень (науково-технічних розробок з можливими негативними наслідками), до системи заходів щодо попередження зловживань персоналом у банківській сфері. Проте аналіз різних методів зниження ризику показує, що більшість їх стосується окремих випадків ризиків. Тому розглянемо найважливіші для практичного використання – універсальні методи зниження ризику [2, с. 106].

Необхідною умовою для розв'язання проблеми ризику є чітке усвідомлення цілей діяльності фірми. Виходячи з конкретних цілей, повинні виконуватись збір, обробка та аналіз інформації про зовнішнє середовище, про внутрішні показники фінансової, виробничої, комерційної діяльності фірми в минулому та в поточному періоді, здійснюватися прогнози щодо майбутнього.

Обираючи стратегію та тактику управління ризиком, суб'єкт прийняття рішення повинен дотримуватись таких основних принципів:

- недоцільно ризикувати більшим заради меншого;
- недоцільно ризикувати більше, ніж це дозволяють власні засоби (капітал тощо);
- необхідно заздалегідь піклуватися (здійснювати прогноз) відносно можливих (імовірних) наслідків ризику [1, с. 119].

Складові процесу управління ризиком визначаються залежно від сфери діяльності фірми, притаманних їй ризиків, наявних ресурсів, професіоналізму, схильності до ризику суб'єкта прийняття рішення.

В результаті ґрунтовного якісного та кількісного аналізу суб'єкт прийняття рішення, спираючись на отримані дані, обирає один із засобів або суперпозицію засобів управління ризиком:

- уникнення;
- попередження;

- прийняття (збереження чи навіть збільшення);
- зниження ступеня ризику (оптимізація).

Приймаючи рішення щодо обрання способу управління ризиком, слід враховувати насамперед можливий рівень збитків та ймовірність реалізації певного типу ризику (табл. 1.).

Таблиця 1

**Можливий рівень збитків та ймовірність реалізації певного типу ризику**

Градація ймовірностей / рівня збитків (грн.)	Близька до нуля	Низька	Невелика	Середня	Велика	Близька до одиниці
Незначні (від 0 до $A_1$ )	Прийняття ризику				Прийняття ризику чи створення резервів (запасів)	
Малі (від $A_1$ до $A_2$ )	Створення резервів, запасів					
Помірковані (від $A_2$ до $A_3$ )	Створення резервів, запасів	Зовнішнє страхування чи (і) розподіл ризику			Уникнення ризику	
Середні (від $A_3$ до $A_4$ )	Зовнішнє страхування чи (і) розподіл ризику				Уникнення ризику	
Великі (від $A_4$ до $A_5$ )	Зовнішнє страхування чи розподіл ризику			Уникнення ризику		
Катастрофічні ( $>A_5$ )	Зовн. страхування чи (та) розподіл ризику		Уникнення ризику			

Класифікуючи ризики на основі ймовірності їх реалізації та обсягів можливих збитків, можна виділити 2 граничних типи:

- ризики, які спричиняють окремі незначні збитки, що мають тенденцію повторюватися;
- ризики, наслідком яких є катастрофічні за обсягом збитки, ймовірність реалізації яких незначна.

Якщо в першому випадку доцільне прийняття ризику з його оптимізацією шляхом створення резервів коштів, то другий випадок є класичним прикладом ризику, який доцільно передавати страховику (в окремих випадках доцільно застосовувати розподіл ризику).

В реальному житті доцільно використовувати поєднання окремих способів зниження ризику, комбінуючи зовнішні та внутрішні методи оптимізації ризику [1, с. 123-125].

Тому природно, що кожна компанія буде прийняти свою градацію рівнів збитків та ймовірностей збитків на підставі досліджень та експертних оцінок і будувати свою таблицю рішень та проводити заходи щодо мінімізації ризиків своєї підприємницької діяльності.

### Використані джерела

1. Вітлінський В.В., Верченко П.І. Аналіз, моделювання та управління економічним ризиком : навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. Київ : КНЕУ, 2000. 292 с.
2. Гранатуров В.М., Шевчук О.Б. Ризики підприємницької діяльності: Проблеми аналізу. Київ : Зв'язок, 2000.

**Семрак Олена**

Тернопільський національний економічний університет  
(науковий керівник: к.е.н., доцент, доцент  
кафедри підприємництва і торгівлі Бойчик І. М.)

### **ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Торговельне підприємство у мовах функціонування сучасного ринку, ознаками якого є мінливість і невизначеність, може ефективно функціонувати за умови його спроможності конкурувати з аналогічними підприємствами.

Конкурентоспроможність трактується багатьма науковцями по різному, але майже всі вони погоджуються з думкою, що вона обов'язково пов'язана із формуванням торговельним підприємством стійких конкурентних переваг. Конкурентоспроможність є результатом, який відображає, наявність у торговельного підприємства певних конкурентних переваг. Без такої наявності неможливо забезпечити конкурентоспроможність.

Конкурентні переваги – це сукупність власних і набутих матеріальних і нематеріальних активів і умов діяльності підприємства, використання яких забезпечує йому можливість випередити у підсумку (перемогти) конкурентів за результатами діяльності (більший обсяг товарообороту, менший обсяг витрат, більший розмір прибутку, вищий імідж тощо) [1].

Формування конкурентних переваг означає адаптацію системи управління торговельним підприємством до мінливого конкурентного середовища, а це дає змогу швидко визначати вектори підвищення конкурентоспроможності.

Конкурентні переваги торговельного підприємства можна класифікувати за такими ознаками: роль і «вага» у формуванні конкурентоспроможності підприємства, метод оцінювання, тривалість дії.

До конкурентних переваг торговельного підприємства можна віднести:

- 1) матеріально-технічну базу підприємства та можливості її розвитку (наявність і перспективи розширення торговельних площ, наявність сучасного функціонального обладнання або можливості його швидкої заміни, організація логістичних потоків всередині торговельного підприємства і за його межами,