

**УДК 330**

## **ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ РИСКИ В ИНТЕРНЕТ ТОРГОВЛЕ**

**Малков С.В.**

*Таврический национальный университет имени В.И.Вернадского, Симферополь, Украина*

*E-mail: stanislavm83@mail.ru*

Рассматриваются существующие коммерческие риски в интернет торговле, которые могут оказать отрицательное влияние на успешное ведение бизнеса, а также методы их минимизации.

**Ключевые слова:** предпринимательский риск, интернет торговля, интернет магазин.

**ВВЕДЕНИЕ.** Наиболее распространенным из экономических рисков является предпринимательский риск. Для Украины данный вид риска считается наиболее актуальным и характерным и, как правило, он присущ компаниям, ведущим как традиционную торговую деятельность, так и в компьютерной сети Интернет. Поэтому исследование различных проявлений данного риска, оценка его воздействия на предпринимательскую деятельность в Интернет является актуальным.

Проблематике предпринимательских рисков посвящено значительное количество работ зарубежных и отечественных авторов. Экономисты из США Э. Холмс и К. Энгельман [1] изучают управление предпринимательскими рисками в интернет торговле, а Д. Лоуи и Р.Лоирингер [2] рассматривают стратегические подходы к улучшению взаимодействия и привлечения поставщиков продукции. Среди российских авторов следует выделить В. Боровкову [3], которая анализирует процессы управления рисками в торговле, группа отечественных авторов [4] занимается рисками, связанными с реализацией товарной массы.

Проблема заключается в том, что тема предпринимательских рисков достаточно освещена, однако направление коммерческих рисков в интернет торговле практически не затрагивается.

Целью данной работы является анализ предпринимательских рисков, их выявление и способы минимизации и недопущения в интернет коммерции.

**ИЗЛОЖЕНИЕ ОСНОВНОГО МАТЕРИАЛА.** Предпринимательские риски в сети Интернет можно подразделить на несколько частей [1]. Характерной чертой данных рисков является их непосредственная важность для осуществления торговых операций в Интернет. Однако предпринимательские риски также относятся и к бизнесу за пределами Интернет, но, поскольку на современном этапе развития прослеживается чёткая взаимосвязь между бизнесом и интернет торговлей, то данные риски следует рассматривать в совокупности. Первой и наиболее главной частью является законодательная составляющая предпринимательства в Интернет. Как правило, законодательные риски ранжируются по степени значимости бизнес структур, как виртуальных, так и традиционных. В последнее время законодатели Украины стали интенсивней интересоваться виртуальным рынком. Недавно в Верховной Раде был зарегистрирован проект закона №6086-1 “Об электронной коммерции”, в котором законодатели хотят создать правила игры для интернет торговцев. Отныне покупки, произведенные в интернет магазинах, будут иметь

такую же юридическую силу, что и покупки в обычном магазине. Таким образом, Интернет магазины на виртуальном рынке Украины станут полноправными магазинами со своим собственным товаром. На данный момент на украинском рынке около 10 тысяч сайтов под названием “интернет-магазин”, из них около 1500 являются настоящими интернет магазинами, где можно произвести покупку с любой формой оплаты [5].

Форма оплаты также будет скорректирована: если раньше большинство интернет магазинов продавало товар за наличные деньги, например, покупатель отдавал деньги курьеру, доставившему товар, то ныне данный метод оплаты нарушает законодательство Украины, поскольку курьер не является субъектом предпринимательской деятельности [5].

Вторым по значимости предпринимательским риском в законодательной сфере является риск, связанный с незащищённостью имени сайта продавца, поскольку другие компании могут уже использовать данное название. Учитывая данный риск при создании и запуске интернет магазина необходимо удостовериться, что предполагаемый бренд и логотип не используется другой компанией.

Следующей частью предпринимательских рисков в интернет торговле является непосредственно торговая точка, которая представлена в Интернет, то есть интернет магазин. Создание интернет магазина может осуществляться предприятием либо самостоятельно, либо с помощью компаний, специализирующихся на разработке торговых точек в Интернет. Данный процесс осуществляется в несколько этапов. Первоначально определяется множество предлагаемых к продаже товаров или услуг через Интернет магазин, а также проводится маркетинговое исследование рынка и поиск ниши для ведения бизнеса в виртуальном пространстве. При этом проводится анализ насыщенности рынка данными товарами и услугами, а также географической зоны продаж, который сочетает в себе учет численности компаний, занимающихся интернет торговлей на определенной территории и предлагаемый ассортимент. На заключительном этапе выделяется основной сегмент покупателей, для которых предназначена выбранная продукция.

Впоследствии могут возникнуть такие немаловажные риски, как нехватка ресурсов на поддержку торговой точки, нехватка товарной массы, невозможность управления временной цикличностью товарной массы из-за неправильных просчётов коэффициента оборачиваемости и другие. Одним из немаловажных рисков является определение размеров товарной массы в интернет торговле, а именно риски, связанные с её нехваткой и несвоевременностью реализации. Причина данных рисков кроется в неправильной стратегии распределения финансовых потоков, высоких ценах у поставщиков и просчётах в выставке товара на витрине интернет магазина. Риски могут возникнуть из-за отсутствия интеграции конкретного интернет магазина в единую информационную базу компании, что в свою очередь влияет на ценовую политику, наличие товара, а также создаёт проблемы с налаживанием каналов поставок товара от поставщиков.

Следствием вышеизложенных причин является отсутствие управления цикличностью товарной массы. Одним из способов правильного анализа запасов

товара является коэффициент оборачиваемости, рассчитываемый по следующей формуле [6]:

$$Kt = \frac{2 \cdot \sum_{i=1}^n \text{Спр.}i.t}{\sum_{i=0}^n (\text{Сост.нач.}i + \text{Сост.кон.}i)} \quad (1)$$

где:  $Kt$  — коэффициент оборачиваемости запасов за рассматриваемый период;  $t$  - рассматриваемый период;  $i$  — порядковый номер товарно-материального запаса;  $n$  - общее количество товарной массы;  $\text{Спр.}i.t$  — себестоимость реализованного  $i$ -го товара за анализируемый период;  $\text{Сост.нач.}i$  — себестоимость остатков запаса  $i$ -го товара на начало анализируемого периода;  $\text{Сост.кон.}i$  — себестоимость остатков запаса  $i$ -го товара на конец анализируемого периода.

Вариация данным коэффициентом позволяет минимизировать предпринимательский риск, связанный с определением величины товарной массы, поскольку он показывает периодичность обновления товара на складе предприятия за указанный период. Товарная масса носит сезонный характер и в некоторых случаях имеет технологическую составляющую, наличие которой приводит к обесцениванию товара. Поэтому расчёт оборачиваемости товарной массы показывает временной интервал, в течение которого товар обязан быть проданным, в противном случае начинается процесс застоя товара на складе и его обесценивание.

Следующей составляющей предпринимательского риска по степени важности для предприятия является взаимодействие с поставщиками. Ключевой этап развития - это налаживание поставок продукции по оптимальным ценам, которые ниже чем у конкурентов. Данный этап связан с постоянным риском, поскольку незначительное повышение цены может повлиять на пересмотр торговых отношений с основными поставщиками. Побочными воздействующими рисками могут выступать такие элементы как: неправильный прогноз спроса на данный товар со стороны компании; неправильная закупка и распределение ассортимента; некомпетентность персонала по закупкам и др. [3]. Существуют различные стратегические подходы для минимизации подобных рисков и связанных с ними побочных элементов. Одним из таких подходов является синергия с несколькими поставщиками и создание совместного партнерского холдинга. Данная структура будет сочетать в себе предприятие, которое, с одной стороны, занимается поставками продукции, а с другой - реализацией данной продукции. При этом ликвидируются вышеуказанные побочные риски, предпринимательского риска, поскольку данный элемент отныне курируется поставщиком [2].

Неотъемлемой частью предпринимательских рисков следует считать риски, связанные с вложением денежных средств в предпринимательскую деятельность, так называемый первоначальный капитал. На данном этапе предприятие, которое ведёт коммерческую деятельность в Интернет, должно иметь чёткий финансовый план, в котором прописываются основные и второстепенные показатели доходов и затрат на предприятии. При неправильно составленном финансовом плане может возникнуть риск, когда предприятие понесёт убытки, а впоследствии будет вынуждено закрыть часть своего бизнеса, снизить обороты, либо вовсе объявить банкротство [4]. Одним из способов минимизации данного предпринимательского

риска является анализ процесса реализации товара, который напрямую зависит от прибыльности предприятия. Данный риск характерен тем, что предприятие должно достигнуть периода, когда будет достигнута точка безубыточности предприятия, то есть выручка от реализованной продукции покроет расходы предприятия и вложенный первоначальный капитал не только полностью окупится, но и станет приносить прибыль. Данная точка показана на рисунке 1: на первоначальном этапе развития предприятие несёт убытки с постоянными затратами, затем при достижении точки безубыточности предприятие перестаёт нести убытки и впоследствии начинает получать доход.

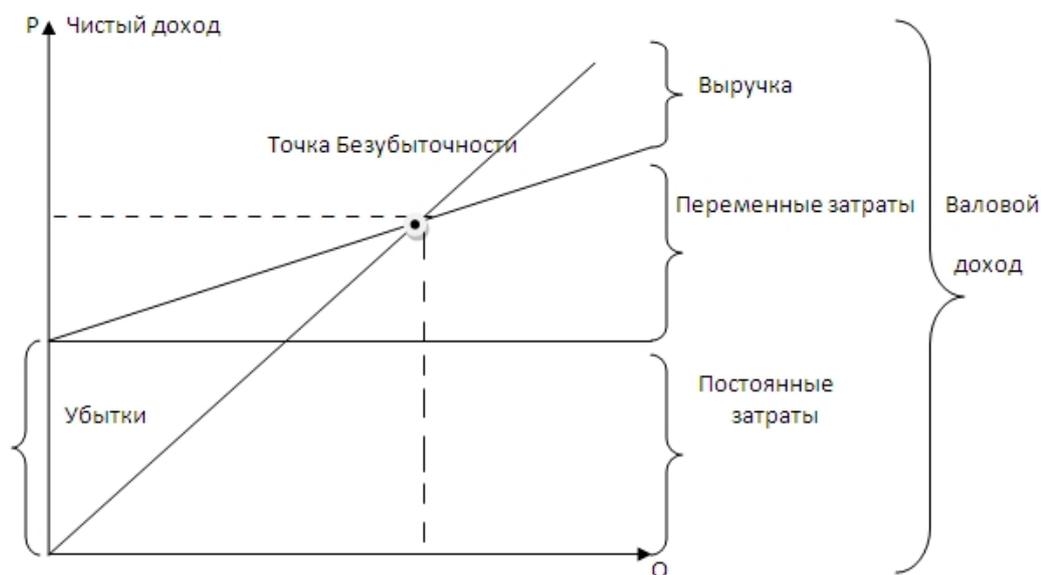


Рис.1 Точка безубыточности [4].

Таким образом, формула подсчёта выглядит следующим образом[4]:

$$P \cdot Q = \text{Переменные затраты} + \text{Постоянные затраты} \cdot Q, \quad (2)$$

где: P – цена, Q- объём товара в количественном выражении.

Согласно работе Волковой Н.И., Окландера Т.О. и других [4], для того, чтобы предприятие достигло точки безубыточности, необходимо достигнуть значительного объёма реализации продукции, при котором сумма чистого дохода равна сумме затрат. Таким образом:

, (3)

где: Б- точка безубыточности; Ц – рыночная цена товара; Qmin – предельный объем реализации.

В итоге, выводится следующая формула расчёта точки безубыточности:

$$ПБкд = Q_{факт} + Q_{пб} \quad (4)$$

где: ПБкд – показатель безубыточности предприятия; Qфакт – фактический объем реализации; Qпб - объем реализации товарной массы, благодаря которой достигается точка безубыточности [4].

По приведенной формуле (4) можно рассчитать минимизацию коммерческого риска, связанного с первоначальным вложением денежных средств и составлением финансового плана предприятия.

Следует предположить, что рассмотренный предпринимательский риск, даст возможность интернет продавцам занять соответствующую нишу на виртуальном рынке для предложения своих товаров и услуг, поскольку интернет торговля в настоящий момент является просторной площадкой для ведения бизнеса.

Согласно данным, приведенным А. Бакалинской, за первое полугодие 2010 года в сравнении с предыдущими годами количество пользователей Интернет в Украине, которые осуществляли покупки с помощью компьютерной сети, неуклонно увеличивалось. На рисунке 2 показаны объемы сбыта продукции интернет магазинов за первые полугодия нескольких предыдущих лет. Согласно имеющимся данным, за первые 6 месяцев 2008 года объем сбыта составил \$285 млн., а количество пользователей составило 400 тысяч; за 6 месяцев 2009 года объем сбыта Интернет магазинов на Украине снизился и составил около \$150 млн., а количество пользователей выросло и составляло 600 тысяч; и, наконец, за первое полугодие 2010 года объем сбыта составил \$190 млн., а количество пользователей увеличилось до 1 миллиона [8].

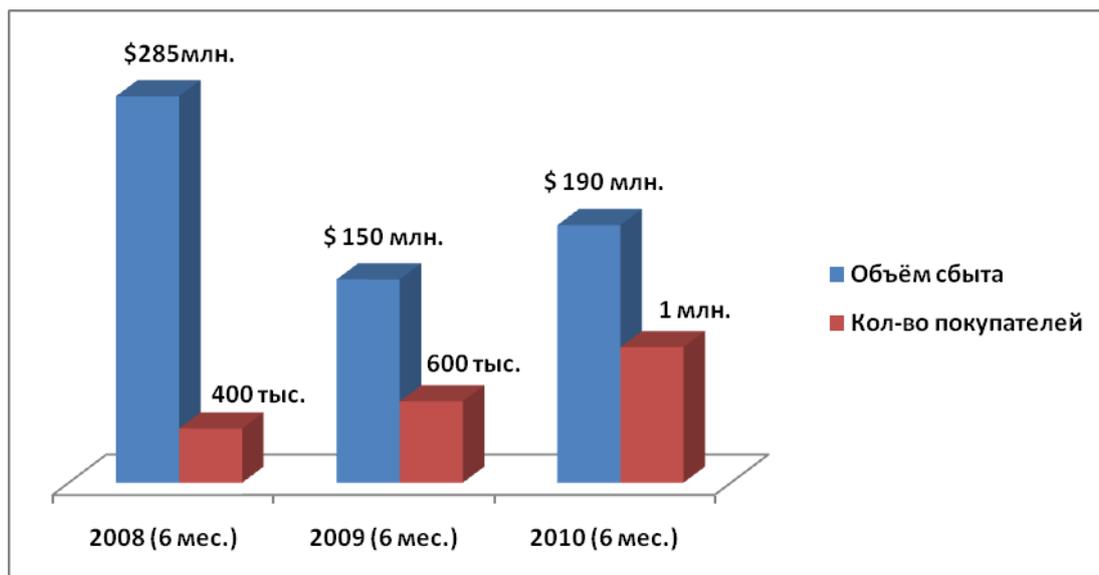


Рис. 2 Объёмы реализации к количеству покупателей в Интернет в Украине.

Таким образом, на украинском рынке наметился рост спроса на покупки через Интернет, и соответственно интернет торговля повысит предложение своих товаров и услуг.

Предпринимательские риски также связаны с информационной деятельностью компании. Следующие немаловажные предпринимательские риски тесно переплетены с ведением интернет торговли: индустриальный шпионаж; объединение информационных систем в случае слияния компаний; технический сбой на сервере предприятия и другие. Индустриальный шпионаж имеет место в случае передачи конкурентам важнейшей для компании информации одним из сотрудников фирмы. Это может быть информация о поставщиках, о клиентах компании, о финансовой отчётности компании, и даже о путях движения инкассаторских транспортных средств.

Слияние информационных баз различных компаний в случае объединения самих компаний является важнейшим звеном для головного предприятия, поскольку процесс стандартизации документов, программного обеспечения и самих данных является достаточно трудоёмким, поэтому для минимизации данных рисков должен существовать чёткий план слияния.

Технические сбои на предприятии могут происходить из-за неполадок с оборудованием, сбоев на сервере, в том числе, из-за внешних воздействий. Например, случайное срабатывание противопожарной системы вследствие чего может выйти из строя компьютерная сеть, а вместе с ней станет недоступной или изменится вся информационная база компании. Для минимизации либо недопущения подобных предпринимательских рисков многие компании имеют вспомогательный сервер, который в случае неполадки основного сервера автоматически подключается к информационной базе компании. Также для

недопущения появления данного риска на сервере компании устанавливают защитные средства, такие как антивирусные программы, которые в режиме реального времени не допускают вирусы и несанкционированные рассылки из сети Интернет. Для управления сервером и контролем над ним предусмотрена должность администратора сети.

Общая информационная безопасность также входит в число немаловажных предпринимательских рисков. Данный предпринимательский риск подразумевает, что вся информационная система компании зависит от одного либо нескольких работников предприятия, которые участвовали в разработке информационной системы и поддерживают ее функционирование. В случае увольнения данные лица могут нанести непоправимый ущерб компании. Для недопущения данного развития событий предприятия вынуждены прибегать к использованию затратных механизмов, таких, как наём специалистов, способных разобраться в программном коде информационной системы и таким образом минимизировать риск.

Следующим предпринимательским риском следует считать утечку интеллектуальной собственности вследствие перехода работников к конкурентам. Особенно болезненно это отражается на предприятии в случае перехода на сторону конкурентов одной из его ключевых фигур. Впрочем, и рядовой сотрудник может нанести непоправимый ущерб компании, если данному сотруднику удалось получить доступ к закрытой информации, предназначенной для внутреннего пользования и имеющей статус коммерческой тайны. Как правило, это происходит, когда работнику предлагаются более выгодные условия со стороны конкурентов, как финансовые, так и социальные.

В предпринимательской среде интернет торговли присутствует достаточно актуальный коммерческий риск, который касается возврата товара продавцу от клиента и получением клиентом назад своих денег. Как правило, вернуть товар можно в течение 14 дней со дня получения, но не каждый клиент знаком с процедурой возврата. Если клиент расплатился банковской карточкой, то тогда данная процедура значительно затягивается. Первый риск при возврате товара возникает в том случае, если товар не был доставлен покупателю по истечению срока, указанного при покупке. В такой ситуации клиенту необходимо обратиться в свой банк и написать заявление об остановке списания денежных средств. Затем банк проводит так называемое, расследование и, если доказательство в пользу клиента, то деньги возвращаются на его счёт, а в противном случае клиент облагается штрафом. Если товар был доставлен клиенту, но по каким-либо причинам товар ему не подходит, то клиент вынужден согласовать данный вопрос с интернет магазином, в котором была произведена покупка. В соглашении о покупке товара интернет торговцы, как правило, расписывают условия покупки в свою пользу, но в строгом соответствии с законодательством страны. Обычно интернет магазины берут пеню за возврат товара в зависимости от сроков получения его клиентом [7].

Заключительным предпринимательским риском следует считать риск, который тесно переплетается с банковским кредитованием. Данный риск характерен как для предпринимателей в Интернет, так и для традиционного бизнеса. Кредитование,

используемое предпринимателями, необходимо для увеличения сбыта продукции и увеличением продаж. Однако эксперты настоятельно рекомендуют не закупать продукцию и заполнять полный склад, поскольку существует риск нестабильности, когда кредитование может резко прекратиться со стороны банковского сектора. Таким образом, одним из наиболее правильных способов минимизации данного предпринимательского риска, связанного с банковским кредитованием, является закупка в кредит товарной массы мелкими партиями, нежели большими партиями. При данной стратегии происходит более быстрая оборачиваемость товарной массы и оборотных средств, задействованных в кредите и находящихся в постоянном обновлении. Тем самым предприятие создаёт для себя запас денежных средств, которыми постепенно погашает задолженность перед банком [9].

**ВЫВОДЫ.** Предпринимательские риски имеют общие характеристики, как в традиционном бизнесе, так и в электронной коммерции. Мировой рост интернет торговли, наблюдаемый также в Украине, требует учета возникающих рисков в предпринимательской деятельности, разработке специальных средств для их предотвращения. Важным условием для успешного ведения бизнеса в компьютерной сети Интернет является своевременное выявление риска и его классификация, позволяющее локализовать предпринимательский риск и в дальнейшем его минимизировать. Информационная деятельность, осуществляемая субъектами интернет торговли, требует специальных технических и программных средств защиты, в том числе, защиты интеллектуальной собственности.

В дальнейших исследованиях необходимо формализовать алгоритм минимизации риска и построить экономико-математическую модель для проведения имитационного эксперимента возникновения рисков в Интернет торговле.

#### **Список литературы**

1. Holmes M. Managing Risks in Electronic Commerce/ M. Holmes, K. Engemann // Muhlenberg College. – 2008. – P. 326.
2. Cox A. Strategic Purchasing and Supply Chain Management in the project environment. Commercial management of projects: defining the discipline /A. Cox, P.Ireland, D. Lowe, R. Leiringer // Blackwell Publishing. – 2006. – P.391.
3. Боровкова В.А. Управление рисками в торговле /В.А. Боровкова. – СПб: ПИТЕР, 2004. – С.154.
4. Волкова Н.І. План маркетингу підприємства / Н.І. Волкова, Т.О. Окландер и др. // Наука и Техника. – 2009. – С.150-156.
5. Бакалинская А. БИЗНЕС: com.Мерция. /А. Бакалинская// Журнал Бизнес. – 2010. – Вып. 12. – С. 63.
6. Степченко Я. Управление запасами. Часть 2 /Я. Степченко // Дистрибуция и логистика. – 2008. – № 2. – 25 с.
7. Berthelsen R. Risk Control / R. Berthelsen, G. Kallman // Insurance Institute of America. – 2008. – P. 5-28.
8. Бакалинская А. Бизнес: Сетевые маги /А. Бакалинская // Журнал Бизнес. – 2010. – Вып. 43. – С. 67-69.
9. Бакалинская А. Бизнес: Оптимистика /А. Бакалинская // Журнал Бизнес. – 2010. – Вып. 36. – С. 63-64.

**Малков С.В. Підприємницькі ризики в Інтернет торгівлі /С.В. Малков//** Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. – 2011. – Т. 24 (63). № 1. - С. 131-139.

Розглядаються існуючі комерційні ризики в Інтернет торгівлі, які можуть справити негативний вплив на успішне ведення бізнесу, а також методи їх мінімізації.

**Ключові слова:** підприємницький ризик, Інтернет торгівля, Інтернет магазин

**Malkov S.V. Commercial risks in E-Commerce/S.V. Malkov//** Scientific Notes of Taurida National V.I. Vernadsky University. – Series: Economy and Management. – 2011. - Vol. 24 (63), № 1. – P. 131-139.

Current commercial risks are considered in E-Commerce which could negatively influence the successful development of business and also the ways of risks minimization.

**Keywords:** commercial risks, e-Commerce, e-store.

*Стаття постуила в редакцію 20. 12. 2010 г.*