

КОМПЛЕКСНЕ СТРАХУВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ МЕТОД ЗАХИСТУ ВІД НАСЛІДКІВ РИЗИКОВИХ ПОДІЙ

У роботі розглянуто суть ризиків, що впливають на діяльність торговельних підприємств та обґрунтовано доцільність застосування комплексного страхування для забезпечення фінансової стійкості цих підприємств.

The work takes a view of the risks essence, which influences the activity of commercial companies, and proves the expediency of applying the complex insurance for ensuring the financial stability of such companies.

Актуальність дослідження. Сучасну економіку не можливо уявити без фінансової стабілізації основної її ланки – підприємств різних галузей, у тому числі торгівлі. В період ринкових трансформацій української економіки, радикальних інституціональних змін на розвиток торговельних підприємств впливають зовнішні і внутрішні соціально-економічні фактори, що створюють умови невизначеності і ризику. Особливе загострення цієї ситуації спостерігається на фоні світової економічної кризи, що активізує величезну кількість ризиків для сучасних підприємств незалежно від масштабів та сфери діяльності. Необхідність виходу із кризи й забезпечення в перспективі стійкого економічного зростання неможливі без формування цивілізованого підприємництва, органічним компонентом якого є ризик.

Функціонування торговельних підприємств, а також їх стабільний розвиток вимагають пошуку ефективної системи захисту від впливу будь-яких ризиків майнового і фінансового характеру. Найбільш важливим і найбільш розповсюдженим прийомом зниження ступеня ризику є його страхування. Кардинально новим, та перспективним напрямом страхового захисту є корпоративне страхування, що являє собою комплексний страховий продукт. Воно передбачає захист усього переліку корпоративних інтересів і напрямів діяльності підприємства, а отже дозволяє максимізувати захист при мінімізації затрат на його здійснення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питаннями діяльності торговельних підприємств займалися такі українські учені, як А. А. Мазаракі, Л. О. Лігоненко, Н. М. Ушакова, В. Г. Сєвка та інші. В літературі достатньо широко висвітлено особливості діяльності торговельних підприємств та ризику що характерні для них.

Метою статті є дослідження комплексного страхування торговельних підприємств як метод захисту від наслідків ризикових подій.

Виклад основного матеріалу. У системі мислення пересічного громадянина слово «підприємство» викликає асоціацію із виробництвом певного виду продукції, таке твердження є досить вузьким адже діяльність виробничих підприємств, які є основою економіки, зокрема нашої країни, завжди тісно пов'язана з підприємствами сфери обігу, тобто торговельними підприємствами. Адже вироблені товари необхідно продавати або обмінювати на інші товари. Високими темпами розвивається комерційно-торговельне підприємництво, як другий основний вид українських підприємств. Зростають обсяги продажу як підприємств оптової так і роздрібною торгівлі.

Щороку вони нарощують обсяги свого обороту, наражаючи себе на все більші і більші ризики. Сфера торговельної діяльності є сектором економіки що стрімко розвивається і потребує захисту; це свідчить про доцільність дослідження страхування саме цієї ланки економіки. Так за даними Державного комітету статистики у 2008 році обсяг роздрібною торгівлі за січень – грудень становив 449307,5 млн грн або 118,6 % товарообороту 2007 року [1].

Що ж до оптової торгівлі то з 667228,6 млн грн у 2006 році вона зросла до 863881,9 млн грн у 2007 році [1]. Що свідчить про розширення обсягів торгівлі в Україні.

Принцип організації торговельного підприємства дещо відрізняється від виробничого, так як підприємець виступає в ролі торговця, продаючи готові товари придбані ним, в інших осіб споживачу (покупцю). Таким чином і ризики притаманні даним підприємствам є дещо специфічними.

Комерційне підприємство охоплює усі види діяльності, які безпосередньо пов'язані з обміном товару на гроші або грошей на товар. Хоча основу даного підприємства і створюють операції купівлі-продажу, у ньому виявляється задіяні практично усі фактори і ресурси що і у виробничому підприємстві, але в менших масштабах.

Торговельне підприємство, функціуючи на ринку споживчих товарів, водночас є активним учасником інших сегментів ринку. На ринку засобів виробництва воно купує необхідне обладнання, інвентар, інші матеріальні цінності; на ринку цінних паперів купує і продає акції, облігації, векселі. Ринок праці, з одного боку, забезпечує торговельне підприємство кваліфікованою робочою силою, з іншого, – приймає надлишкову робочу силу і перерозподіляє її між галузями і підприємствами. Торговельне підприємство має потребу у великому обсязі кредитних ресурсів в межах специфіки своєї діяльності та в інших видах інвестицій [4, с. 23].

Ефективність підприємницької діяльності торговельного підприємства певною мірою визначається станом та кон'юктурою ринків, на яких працює або з якими взаємодіє підприємство. Таким чином торговельне підприємство акумулює у собі ризики різних галузей підприємництва і різноманітних ринків, що потребує більш глибоко аналізу та управління ризиками цього підприємства з метою забезпечення його фінансової стійкості.

Що ж означає ризик для торговельного підприємства? Під ризиком в підприємстві прийнято розуміти ступінь невизначеності результату управлінського рішення або господарської операції, вірогідність можливих втрат внаслідок настання ризикових подій [4, с. 710].

Наявність фактора ризику обумовлена тим, що прийняття управлінських рішень з окремих питань господарсько-фінансової діяльності підприємства, як правило, здійснюється в умовах відсутності повної та достовірної інформації про основні фактори, що впливають на її ефективність.

Розглянемо характер ризиків, специфічних для діяльності торговельного підприємства, більш детально. Ризики торговельного підприємства класифікують за видами його операцій, виділяючи оперативний, фінансовий та інвестиційний ризики [4, с. 717].

Операційний ризик торговельного підприємства пов'язаний з вірогідністю втрат у процесі торговельної діяльності. Він об'єднує такі підвиди ризиків:

- 1) на стадії закупівлі та доставки товарів;
- 2) на стадії реалізації товарів;
- 3) на стадії отримання виручки за реалізовані товари;
- 4) притаманні господарській діяльності в цілому.

Фінансові ризики підприємства пов'язані з проведенням операцій щодо формування та використання фінансових ресурсів. До їх складу входять:

- 1) статутний ризик;
- 2) ризик зменшення розмірів (втрати) власного капіталу;
- 3) кредитний ризик;
- 4) процентний ризик;
- 5) інфляційний ризик;
- 6) валютний ризик.

Головною метою підприємства є звичайно зниження можливостей втрат від вищеперерахованих ризиків.

У підприємства є декілька шляхів виходу із ризикових ситуацій. Воно може формувати внутрішні резерви для відшкодування втрат – це так зване внутрішнє страхування. Інструменти внутрішнього страхування або самострахування є достатньо ефективним та перевіреним досвідом як світовим так і вітчизняним. Його практичне застосування дозволяє значно пом'якшити фінансові наслідки ризику для життєдіяльності підприємства.

Другим способом відшкодування збитків підприємства є зовнішнє страхування. На відміну від самофінансування ризику цей метод захисту підприємства від наслідків ризикових подій передбачає передачу фінансової відповідальності за наслідки ризику за межі підприємства спеціалізованій страховій компанії [4, с. 749].

Такий підхід дає змогу підприємству за певну плату перекласти ризик із власних плечей на плечі страхової компанії, а отже залучити кваліфікованих спеціалістів, а також звільнити обігові кошти які потрібно було би пустити на самофінансування.

Якщо розглядати описані вище ризики з точки зору зовнішнього страхування, то усі ризики можна поділити на ті, які страхуються зовні і ті які не підлягають зовнішньому страхуванню.

Ризики, що підлягають страхуванню можна зобразити у вигляді рис. 2.

Так, страховий ринок України сьогодні пропонує багатий перелік страхових продуктів, які потенційно можуть зацікавити торговельне підприємство, а саме [2, с. 751]:

- 1) страхування майна торговельного підприємства, у тому числі товарних запасів;
- 2) страхування вантажів та багажу;
- 3) страхування від нещасних випадків на виробництві;
- 4) страхування фінансових ризиків договірних відносин;
- 5) страхування відповідальності по кредитах;
- 6) страхування засобів автотранспорту та цивільної відповідальності тощо.

Цей перелік не є вичерпним. Але чи доцільно підприємству купувати поліси для страхування кожного окремо взятого ризику. Вирішенням даної проблеми на сучасному етапі може стати так званий комплексний страховий продукт, розрахований з урахуванням специфіки конкретного підприємства і щодо наповнення, і щодо ціни.

Відмінність між звичайним страхуванням юридичних осіб і корпоративною програмою: страхування полягає в комплексному підході до формування пропозиції. Головно вимогою до правильного складання корпоративної програми страхування є її здатність забезпечувати якісний ризик-менеджмент бізнес-процесів клієнта. Під час складання пропозиції страховий агент виходитиме з юридичного статусу

страхувальника, а окремих випадках звертає увагу на характер його діяльності, акцентуючи на одному видів страхування. Корпоративна ж програма страхування враховує безліч чинників нюансів бізнесу клієнта, й головне – передбачає наявність у страхувальника певної корпоративної філософії. Корпоративне страхування рідко буває частковим, зазвичай воно охоплює не тільки майнові інтереси компанії, а й працівників компанії (у разі страхування: за рахунок підприємства або на спеціальних умовах – бонус-програми) і навіть клієнтів. Для підприємства, яке займається оптовою торгівлею, комплексне страхування покриває такі зони ризику, як постачання вантажів, товар на складі й і у торговельних приміщеннях; будівлі й споруди; магазини та їхнє внутрішнє спорядження всі транспортні ризики, страхування працівників.

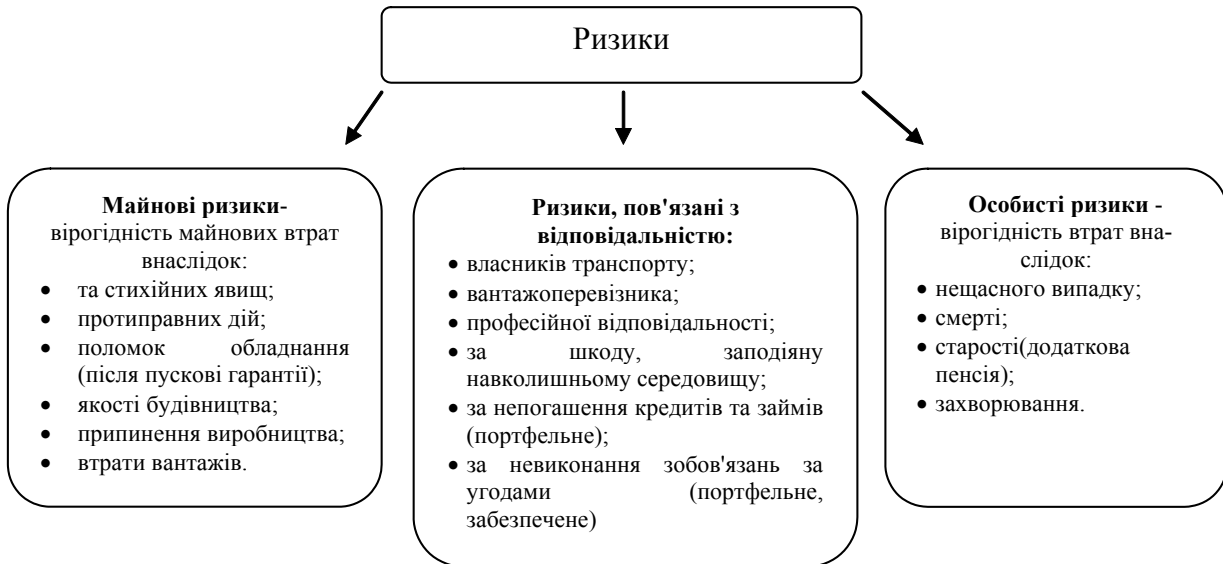


Рис. 2. Ризики, що підлягають зовнішньому страхуванню

Корпоративні програми страхування зазвичай дорожчі за окремо взяті види страхування. Однак якщо говорити про вартість одиниці страхової послуги, то в межах корпоративної програми страхування вона значно дешевша. Крім того, як вважають страховики, комплексне страхування стимулює розвиток інших видів страхування. Чимало підприємств сьогодні лише починають замислюватися над страхуванням майна або персоналу підприємства, страхування ще не стало практикою більшості вітчизняних компаній – проте за комплексним страхування підприємств окремих галузей майбутнє страхового ринку України.

Висновки. В процесі дослідження дійшли висновку, що будь-яке торговельне підприємство, що функціонує в сучасних ринкових умовах, так чи інакше, в процесі своєї діяльності постійно стикається з низкою господарських ризиків. Ці ризики можуть призвести до непередбачуваних збитків, незапланованих затрат, втрати прибутків, а іноді – до неможливості подальшого функціонування підприємства. Правильний вибір страхового продукту має важливе значення для його системи ризик-менеджменту взагалі, а остання є передумовою фінансової спроможності підприємств. З цієї позиції вигоди від комплексного страхування очевидні: загальний тариф корпоративного страхування нижчий, ніж у окремих видів страхування і якість обслуговування вища. Це особливо важливо саме для торгових підприємств спектр ризиків яких досить широкий. Крім того для корпоративних клієнтів, які страхують різні види ризиків, може розроблятися особлива система знижок, що робить послугу більш доступною. Корпоративне страхування торговельних підприємств – досить перспективний напрямок розвитку страхового ринку України, що дасть змогу максимально збалансувати інтереси страховиків і страхувальників, а отже позитивно вплине на економічний розвиток країни в цілому.

Література

1. Держкомстат України. 1998 – 2009 // <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Донець Л. І., Романенко Н. Г. Основи підприємництва. Навчальний посібник. –К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 320 с.
3. Колот В. М., Щербина О. В. Підприємництво: Навч.-метод. посіб. для самостійного вивч. – 2-е вид., без змін. – К.: КНЕУ, 2006. –160 с.
4. Мазаракі А. А. та ін. Економіка торговельного підприємства: Підручник для вузів / Під ред. Н. М. Ушакової. – К.: Хрещатик, 1999. – 800 с.

Надійшла 06.04.2009