

ятий, производящих продукцию, которая составляет рынок промышленных товаров Украины. Так как промышленные предприятия вынуждены сегодня продавать свою продукцию по договорам посредникам по заниженным ценам, не отвечающим уровню мировых цен, то, чтобы началось хотя бы незначительное увеличение валового внутреннего продукта, необходима юридическая и финансовая помощь государственных органов предприятиям- производителям, которая могла бы выражаться в налоговых льготах и более весомых дотациях на производство.

Дополнительные финансовые средства предприятия могли бы внести на улучшение качественных показателей своей продукции, что послужило бы улучшению конкурентоспособности украинских товаров и, как следствие, увеличению объемов реализации продукции.

ПЛАНИРОВАНИЕ ЭКСПОРТНЫХ ОПЕРАЦИЙ С УЧЕТОМ РИСКОВ

ISBN 966-7418-41-3

Олейникова М.А., асс. каф. внешнеэкономической деятельности предприятий

В статье приведены нынешнее положение экспорта в Украине, этапы и разделы разработки бизнес-плана экспортных операций, рассмотрена суть понятия «предпринимательский риск», а также оценка и возможные пути минимизации этого риска.

The article considers the situation of export in Ukraine nowadays, periods and sections of business plan development for export operations, the concept of entrepreneurial risk», valuation and possible ways of minimizing entrepreneurial risk.

1. НЫНЕШНЕЕ СОСТОЯНИЕ ЭКСПОРТА НА УКРАИНЕ

В январе-августе 1998 года ВТО снизился на 11,6% по сравнению с прошлым годом за этот же период. Причиной такого падения оборота стали кризис в Азии (именно в эту часть света поставлялась наибольшая доля украинской металлургической продукции, удобрений, продукции машиностроения), а также серьезные проблемы с основным торговым партнером - Россией. В таблице 1 представлены темпы роста (снижения) объемов экспорта Украины с основными торговыми партнерами.

Таблица 1 - Рост (снижение) объемов экспорта Украиной товаров и услуг основным торговым партнерам (январь-июнь 1998 года к январю июню 1997 года), % [1]

Основные торговые партнеры	Экспорт
Россия	89,0
Германия	78,8
США	130,5
Италия	120,1
Китай	72,7
Турция	134,5
Белоруссия	69,4
Польша	83,7
Венгрия	78,4
Великобритания	117,0
Казахстан	126,1
Словакия	90,8
Франция	128,2
Австрия	119,7
Литва	113,2

С января по июнь 1998 г. Украина потеряла 11% своего экспорта в Россию. Следует отметить, что приведенные данные охватывают в основном докризисный период, и к концу года экспортные потери возросли. По прогнозам экономистов в последние месяцы года экспорт из Украины в Россию должен был снизиться до минимальных размеров.

Как видно из таблицы 1, также снизился экспорт в Германию, Китай, Белоруссию, Польшу, Венгрию и Словакию.

Так, экспорт товаров, работ и услуг в январе-июне 1998 года снизился с \$ 8,736 млрд. в 1997 году до \$ 8,088 млрд. (табл. 2).

По данным, приведенным в таблице 2, можно сделать вывод о том, что наиболее крупную долю экспорта во всем объеме составляют: неблагородные металлы (включая черные) - 33,3% экспорта; услуги (в основном транзитные) - 23,1%; машины и оборудование - 11,8%; продукция химической отрасли - 9,8%.

Значительное снижение объемов экспорта тех или иных товаров на традиционных рынках сбыта заставляет украинских экспортеров искать новые. Однако при этом необходимо интересоваться, а можно ли это делать и какой репутацией в конкретной стране пользуются украинские экспортеры.

Таблица 2 - Структура экспорта товаров, работ и услуг за январь-июнь 1998 г. [1]

Наименование	Стоимость, млн. долл.	Удельный вес в экспорте, %
Всего товаров, работ, услуг	8088,1	100
в том числе:		
Неблагородные металлы и изделия из них	2689,7	33,3
Услуги, работа (транспортные, в т. ч.: трубопроводные, ж/д, автомобильные, морские, воздушные, туристические и др.)	1868,1	23,1
Машины, оборудование, механизмы, приборы и аппараты, средства наземного, воздушного и водного транспорта	950,4	11,8
Продукция химической и связанных с ней отраслей	795,6	9,8
Продукция АПК и пищевой промышленности	573,7	7,1
Минеральные продукты (руда, соль, сера, цемент, топливо минеральное)	548,4	6,8
Продукция легкой промышленности (текстиль, изделия из кожи и меха, обувь и головные уборы)	312,0	3,9
Древесина, бумажная масса и изделия из нее	119,3	1,5
Различные промышленные товары	230,9	2,9

2. ПЛАНИРОВАНИЕ ЭКСПОРТНЫХ ОПЕРАЦИЙ

Согласно закону Украины «О Предприятиях в Украине», предприятие - это самостоятельный хозяйствующий уставный субъект, который имеет права юридического лица и осуществляет производственную, научно-исследовательскую и коммерческую деятельность в целях получения

соответствующей прибыли. Для того чтобы правильно организовать эту деятельность, необходимо ее спланировать.

Предприятие самостоятельно планирует свою деятельность и определяет перспективы развития, исходя из спроса на производимую продукцию, работы, услуги и из необходимости обеспечения производственного и социального развития предприятия, повышения доходов.

Основу планов составляют договоры, заключенные с потребителями (покупателями) продукции, работ, услуг и поставщиками материально-технических ресурсов.

Предприятие при подготовке планов своего экономического развития согласовывает с соответствующим Советом народных депутатов меры, которые могут вызвать экологические, социальные, демографические и другие последствия, затрагивающие интересы населения территории, и несет материальную ответственность перед Советами народных депутатов за вредные последствия своей деятельности.

Планирование деятельности предприятия позволяет:

1. Разработать и обосновать концепцию какого-либо проекта или конкретной операции.
2. Оценить эффективность данной операции с учетом факторов риска и неопределенности.
3. Разработать бизнес-план.
4. Осуществить планирование операции на всех фазах ее жизненного цикла.
5. Подготовить и заключить контракты на поставку.
6. Организовать оптимальную процедуру закупок и поставок.

2.1. Разработка бизнес-плана

Планирование деятельности предприятия обычно основано на разработке бизнес-плана, который позволяет решить следующие проблемы:

1. Он может быть использован для разработки концепции ведения бизнеса.
2. С помощью бизнес-плана предприниматель может оценить фактические результаты деятельности предприятия за определенный период.
3. Бизнес-план дает возможность предприятию привлекать денежные средства.

Бизнес-план для предприятия является руководством в работе, он может быть использован для прогнозирования результатов деятельности. План концентрирует все принятые решения, т.е. что должно быть сделано, кто будет исполнителем и каким образом все будет выполнено.

Обычно план никогда не составляется полностью в начале работы. По мере выполнения, он может быть подвергнут различным изменениям с учетом вновь поступившей информации. Чтобы быть уверенным в том, что текущий план ведет к достижению поставленных целей, необходимо:

- а) рассмотреть перечень всех возможных вариантов;
- б) оценить возможные результаты каждого варианта;
- в) выбрать наилучший вариант;
- г) реализовать выбранный вариант.

Непосредственно сам бизнес-план представляет собой прогноз на 5 лет предпринимательской деятельности, разработку ориентиров и реального плана финансово-коммерческих мероприятий. Задачей бизнес-плана является выявление проблем, с которыми столкнется предприниматель при реализации своих целей в конкурентной хозяйственной среде, и определение путей решения этих проблем.

Бизнес-план, например, может состоять из следующих разделов:

1. Организационно-экономическая характеристика хозяйственного субъекта и его бизнес-плана.
2. Вид продукции и услуг.
3. Конкуренция.
4. Маркетинг и продажа.
5. План производственно-торговой деятельности.
6. Менеджмент.
7. Организация ВЭД.
8. Финансовая стратегия и финансовый план, в т.ч. план валютных доходов и расходов.
9. Затраты на продажи.
10. Оценка риска.

Рассмотрим некоторые, интересующие нас, разделы из представленного перечня.

ОРГАНИЗАЦИЯ ВЭД ПРЕДПРИЯТИЯ.

Предприятие имеет право самостоятельно осуществлять ВЭД, открывать собственные валютные счета, заключать различные контракты с иностранными партнерами и создавать СП. Однако при отсутствии, а в некоторых случаях невозможности получения достаточно полной информации о зарубежных рынках и в т.ч. о конкретных иностранных фирмах, предприниматель не всегда в состоянии объективно оценить положение своих товаров на внешнем рынке и определить, будут ли его товары пользоваться спросом, что неизбежно в большинстве случаев приведет к значительным потерям для предприятия.

Структура раздела по организации ВЭД имеет следующий вид:

1. Организационное обеспечение ВЭД.

Здесь необходимо знать о порядке регистрации предприятия как участника внешнеэкономических связей, о порядке декларирования имущества и товаров, проходящих через границу, сроки оформления и прохождения товаров, способы и сроки открытия валютных счетов, особенности лицензирования в конкретной области бизнеса, а также изучить особенности законодательства зарубежной страны-партнера по бизнесу, международные правила торговли и денежного регулирования.

2. Экономическое обеспечение ВЭД.

В этом разделе необходимо выяснить специфику ведения расчетов в данной области бизнеса, а также знать уровень таможенного тарифа, правила взимания и размеры таможенных пошлин, является ли благоприятным режим таможенного регулирования в данной области бизнеса и каковы его перспективы.

3. Формы выхода на внешний рынок

Кроме выхода на внешний рынок непосредственно самим предприятием, существует и другая форма выхода на зарубежные рынки, а именно: метод экспортирования через фирму-посредника, реализующую экспортное продвижение товара. При выборе этой формы выхода на внешний рынок необходимо установить фирму-посредника, через которую будут осуществляться внешнеторговые сделки.

ПЛАН ВАЛЮТНЫХ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ - как часть финансового плана [2].

Этот план составляется на основе предполагаемого объема валютной выручки от реализации товаров на экспорт в соответствии с заключенными контрактами, на основе плановых поступлений валюты от реализации товаров, работ, услуг на внутреннем рынке, других поступлений валюты и предполагаемых расходов в валюте.

ЗАТРАТЫ НА ПРОДАЖИ.

Затраты на продажи определяются в соответствии с ценовой политикой предприятия и условиями продаж. Т. к. отношения между производителем и покупателем регулируются договором купли-продажи, то в них существенное место занимают вопросы транспортировки продукции. Поэтому при выходе на зарубежные рынки необходимо изучить базисные условия поставки товаров, которые, несомненно, учитывают транспортный фактор. Стандартные затраты в договорах о перевозке включают следующие факторы: страхование груза, авто-, ж/д, морские, воздушные перевозки, экспортную упаковку, морской фрахт, погрузку, складирование груза на причале, документирование и другие. Для составления этого раздела бизнес-плана необходимо: наметить приблизительный объем продаж на различных рынках в каждом году; определить приблизительную величину затрат на единицу товара, предназначенного для продажи на этих рынках; вычислить общие затраты для каждого рынка; определить суммарные за-

траты по товарам по всем рынкам; определить пятилетние затраты по товарам для каждого отдельного рынка.

ОЦЕНКА РИСКА.

В данном разделе бизнес-плана необходимо заранее выявить все типы рисков, с которыми может столкнуться предприниматель, а также определить источники появления этих рисков и моменты их возникновения. Затем следует разработать меры по сокращению этих рисков и минимизации потерь.

Возможность возникновения риска очень вероятна. Поэтому необходимо определить, хотя бы приблизительно, какие виды риска наиболее вероятны для данного бизнеса и соответственно к каким потерям это может привести. Естественно, что для разных сфер бизнеса характерен разный уровень риска. Поэтому приблизительно данный раздел должен иметь следующий вид: необходимо определить степень риска коммерческой неудачи для данной сферы бизнеса; степень продажи данных товаров; определить рентабельность данного вида бизнеса с учетом риска; определить конкретные виды риска, характерные для данного бизнеса, и разработать мероприятия по уменьшению потерь, связанных с предпринимательским риском.

Вообще, разработка бизнес-плана для предприятия является методом стратегического планирования. А одним из основных стратегических принципов является баланс риска [3]. Всякая стратегия содержит риск. Поэтому своевременное выявление возможности возникновения фактора риска позволяет определить, как управлять и минимизировать эти риски. Баланс риска означает, что ресурсы не полностью концентрируются на отдельной стратегии и разработка какого-либо проекта или операции требует разумного баланса между различными рисками, включая риски, относящиеся к рынку, поставкам, вопросам политики и т.д.

3. СУЩНОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО РИСКА, ЕГО ОЦЕНКА И ПУТИ МИНИМИЗАЦИИ

Существует множество понятий предпринимательского риска. Одно из них предложено Бернардом и Колли [4], риск - элемент неопределенности, который может отразиться на деятельности того или иного хозяйствующего субъекта или на проведение какой-либо экономической операции.

Коммерческая и промышленная предпринимательская деятельность содержит известную долю риска, которую должен взять на себя предприниматель, определив характер и масштабы этого риска. В настоящее время риск стал в известной мере прогнозируемым и в большинстве случаев поддающимся, хотя и приблизительно, измерению. По сфере возникновения предпринимательские риски можно разделить на внешние и внутренние. К внешним относятся риски, которые не связаны непосредственно с деятельностью предпринимателя. Соответственно внутренние риски возникают

непосредственно на самом предприятии. Предпринимательские риски также могут возникать на макро- и микроуровнях, т.е., соответственно, на уровне государства или на уровне отдельного предприятия (фирмы). Можно еще выделить так называемые единовременные и постоянные риски. Единовременные риски могут возникать в какой-либо отдельно взятой ситуации и за короткий промежуток времени. К ним можно отнести, например, риск неплатежа по конкретной сделке. К постоянным относятся те риски, которые все время возникают в данной стране или на зарубежном рынке, где работает предприниматель.

По степени угрозы для предпринимателя обычно выделяют следующие зоны риска:

1. Безрисковая.
2. Допустимого риска.
3. Повышенного риска.
4. Критического риска.
5. Катастрофического риска.

Обобщая опыт многих авторов, изучающих в своих работах сущность понятия «риск», можно выделить основные группы рисков:

1. Коммерческие.
2. Производственные.
3. Финансовые.
4. Политические.

В данной статье более подробно будут рассмотрены коммерческие риски. Коммерческий риск связан не с финансовой, а с торговой частью операции, а именно: с процессом реализации товаров и услуг. Коммерческий риск включает в себя:

1. Риск, связанный с неплатежеспособностью партнера.
2. Риск, связанный с реализацией товаров.
3. Риск неисполнения контракта.
4. Транспортный риск.
5. Риск, связанный с наступлением форс-мажора.

Риски неисполнения контрактов подразделяются на следующие виды:

- риск заключения предприятием контрактов на условиях, несвойственных данной отрасли либо данному предприятию;
- риск, связанный с заключением контрактов с неплатежеспособными партнерами;
- риск отказа покупателем от заключения контракта после проведенных переговоров;
- риск, связанный с нарушением графиков поставок продукции, выполнения работ партнерами, а также их контрагентами.

Т.к. коммерческая деятельность, а именно: экспортные операции сопряжены с заключением контрактов на поставку продукции, то в каждом

контракте оговариваются базисные условия поставки товаров, которые регулируются положениями ИНКОТЕРМС 1990 г. [5]. Следовательно, каждый контракт сопряжен с возникновением транспортных рисков. Транспортные риски классифицируются по 4 группам: E, F, C, D.

Группа E (EXW) подразумевает, что экспортер несет на себе все риски до момента передачи товара в распоряжение покупателя на своем предприятии. С этого момента покупатель несет все риски, связанные с перевозкой товара к месту назначения.

Группа F содержит в себе:

- FCA означает, что экспортер передает все риски, падающие на товар, покупателю с момента передачи товара в распоряжение перевозчика в обусловленном пункте.
- FAS означает, что все риски гибели или повреждения товара ложатся на покупателя с момента, когда товар размещен экспортером вдоль борта судна на причале в согласованном пункте отгрузки.
- FOB означает, что покупатель должен нести все риски, падающие на товар, с момента перехода товара через поручни судна в порту отгрузки.

Группа C:

- CFR означает, что экспортер обязан оплатить только расходы и фрахт, необходимые для доставки товара в указанный порт назначения, а все риски берет на себя покупатель.
- CIF означает, что экспортер несет те же обязанности, что и по условиям CFR, однако он должен обеспечить морское страхование от риска гибели или повреждения товара во время перевозки.
- CPT означает, что экспортер оплачивает фрахт за перевозку товара до указанного места назначения, где передает товар в распоряжение перевозчика, с этого момента все риски переходят с продавца на покупателя.
- CIP означает, что экспортер несет те же обязанности, что и по условиям CPT, но он обязан обеспечить транспортное страхование от рисков гибели или повреждения товара во время перевозки.

Группа D:

- DAF означает, что все риски несет экспортер до прибытия товара в указанный пункт или место на границе, с этого момента все риски переходят с продавца на покупателя.
- DES означает, что все риски по доставке товара в согласованный порт назначения несет экспортер, после чего риски переходят на покупателя.
- DEQ означает, что все риски переходят с экспортера на покупателя в момент прибытия товара в согласованный порт назначения.

- DDU означает, что экспортер несет все риски, падающие на товар, до момента доставки товара в согласованный пункт в стране ввоза.
- DDP означает, что экспортер несет все риски, связанные с ввозом товара, до момента предоставления товара в согласованном пункте в стране ввоза, однако покупатель оплачивает их.

Несомненно, факторов, влияющих на уровень коммерческого, а в целом и предпринимательского риска, множество. Приведем лишь некоторые из них: международные события, влияющие на внешний рынок; экономическая обстановка в стране партнера; политическая обстановка; конкуренция; налоговая система; законодательство; стихийные бедствия; инфляция и т.д.

3.1. Оценка предпринимательского риска.

Оценка предпринимательского риска - это определение величины предполагаемого риска. В процессе принятия предпринимателем решений о допустимости риска ему важно представлять не столько вероятность определенного уровня потерь, сколько вероятность того, что потери не превысят определенного уровня.

В современной практике оценки рисков существует два подхода к определению уровня риска - это качественный и количественный.

Качественный метод позволяет определить вероятность наступления какого-либо вида риска, а также факторы, которые на него влияют. Обычно качественный метод оценки проводится на стадии разработки бизнес-плана.

В различных исследованиях, касающихся оценки рисков, существует много способов его количественной оценки. Это такие, как статистический, расчетно-аналитический, метод экспертных оценок и пр.

Например, приведем расчет величины чисто коммерческого риска, предложенного Е. Перчиком [6]:

$$R = q * U,$$

где q - в общем случае величина риска, (дол. ед.)

U - количественное выражение соответствующих потерь, в ден. ед.

Если принять, что предпринимательский риск - это вероятность неудачи, то критерием оценки риска является вероятность того, что полученный результат может оказаться меньше планируемого значения. Данный метод предложен М.Г.Лапустой и Л.Г.Шаршуковой [7]

$$R = P (D_{tr} - D),$$

где R - критерий оценки риска;

P - вероятность;

D_{tr} - планируемое значение результата, в стоимостном выражении;

D - полученный результат, в стоимостном выражении.

3.2. Пути минимизации предпринимательского риска.

Риск может быть уменьшен, а его последствия, в зависимости от обстоятельств, смягчены или устранены с помощью различных технических приемов, основными из которых являются следующие:

- предвидение, которое определяет вероятность и снижает неопределенность;
- гарантийные или резервные фонды для известной части рисков, которые заранее подготавливают их покрытие, по крайней мере, частичное;
- распределение рисков исходя из того, что материализация только одного из них ведет лишь к ограниченным потерям в общем обороте;
- страхование, в результате которого риск переносится на третье лицо;
- получение гарантий, что снижает долю возможных убытков; передача риска.

Главной проблемой при создании резервных фондов для известной части рисков является оценка последствий вследствие наступления этих рисков. Одним из известных способов при создании резервного фонда является следующий - резервный фонд делится на общий и специальный. Общий покрывает, например, добавки к общей сумме контракта и пр. Специальный учитывает увеличение расходов по отдельным позициям контракта, а также на оплату исков по контрактам.

Следующим методом снижения рисков является распределение капиталовложений, а, следовательно, и рисков между разнообразными видами деятельности, непосредственно не связанными друг с другом. Поэтому, если вследствие непредвиденных событий один из видов деятельности приведет к значительным потерям, то другой, возможно, принесет прибыль.

Следующий метод - это страхование. В основе функционирования страхования лежит понятие риска, подлежащего страхованию. Риск подлежит страхованию при наличии двух условий:

- если риск может стать объектом статистического исследования, позволяющего определить периодичность его осуществления;
- если имеется возможность сгруппировать достаточное число измеряемых рисков, с тем чтобы дать возможность страховщикам взаимно компенсировать их с учетом вероятности возникновения бедствий.

Однако существуют так называемые «нестраховемые» риски [8]. Это риски, вероятность которых трудно рассчитать даже в самом общем виде и которые считаются слишком большими для страхования. Тем не менее законодательства некоторых стран содержат перечни «нестраховемых» рисков, которые подлежат обязательному страхованию. Для этого создаются пулы страховщи-

ков, в рамках которых специальным договором определяются пропорции прав и обязанностей сторон, принимающих участие в пуле.

Еще одним методом снижения риска является получение гарантий. Основной способ получения гарантий - это получение гарантий через заключение контракта. Контракты, связанные с реализацией товаров, предоставляют предпринимателю возможности по снижению риска путем получения гарантий. Например, производитель предлагает покупателю гарантию устранения дефектов либо замены некачественной продукции и т.д.

И еще один метод снижения риска - это передача риска. Сущность этого метода состоит в том, чтобы передать риск тому или иному партнеру. Т.к. потери, которые велики для стороны, передающей риск, могут быть незначительными для стороны, его принимающей. К тому же партнер, принимающий риск, может иметь лучшие возможности для сокращения возможных потерь. Передача части риска обычно реализуется на стадии разработки бизнес-плана и контрактных документов.

Кроме вышеперечисленных методов снижения предпринимательских рисков необходимо учитывать и такие, как:

- грамотно составленный контракт сделки;
- планирование и прогнозирование деятельности предприятия.

Поскольку планирование деятельности предприятия обычно основано на разработке бизнес-плана, то грамотное его составление есть одно из действенных внутренних источников минимизации предпринимательских рисков.

Литература

1. Волченко А. Не сальдом единым сыта Украина // Бизнес. - 1998. - № 42. - С.12.
2. Балабанов И.Т. Анализ и планирование финансов хозяйственного субъекта. - М.: «Финансы и статистика». - 1998. - 187 с.
3. Попов В.М., Кураков Л.П. Деловое планирование: методы, организация, современная практика. - М.: «Финансы и статистика». - 1997. - 350с.
4. Бернар и Колли. Толковый экономический и финансовый словарь. - Т.2. - М.: «Финансы и статистика». - 1994.
5. Документы Международной торговой палаты и Конвенции ООН (документы А. CONF. 97/18 и А. CONF. 63/15). - Донецк: ВКФ «Юг». - 1993. - 174 с.
6. Перчик Е. Риск коммерческого проекта // Бизнес Информ. - 1997. - № 11. - С.35-39.
7. Лапуста М.Г., Шаршукова Л.Г. Риски в предпринимательской деятельности. - М.: ИНФРА-М. - 1998. - 224 с.
8. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь. - М.: «Финансы и статистика». - 1997.