

ОЦІНЮВАННЯ РИЗИКІВ ВЗАЄМОВІДНОСИН ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА З ТОРГІВЕЛЬНИМИ ПОСЕРЕДНИКАМИ

© О.В. Тесак, 2011

На сьогодні промислові підприємства з різних причин все більше використовують торговельних посередників для просування своєї продукції на ринках збуту. Однак, Загородній А.Г. та Коваль З.О. [1] зазначають, що виробнику навіть при реалізації продукції через посередника необхідно здійснювати заходи з управління ризиками із споживачами, оскільки недобросовісна діяльність посередника може призвести до втрати як конкретних споживачів, так і цілих сегментів ринку. Небезпечним для промислового підприємства є також ризик втрати існуючих та потенційних споживачів внаслідок відсутності належної координації дій між виробником і торговельною мережею. Поширеною ситуацією є втрата потенційних покупців через неузгоджені з фактичним попитом поставки (в т.ч. запізниті) продукції від виробника в торговельні заклади [2].

За результатами досліджень [3] проведених М.Л. Лешем на американському ринку було встановлено, що лише 3% трансакцій викликають безпосередню скаргу до виробника, в середньому 15% трансакцій викликають непряму скаргу (зокрема, до торговельного посередника), а 30% – спричиняють проблеми для споживачів, які однак нікого не повідомляють про це. Тобто, для промислового підприємства відсутність інформації про таке незадоволення споживачів може призвести до невчасного реагування та росту ризику взаємовідносин і як наслідок – втрати ринкових позицій (інколи назавжди). Не краща ситуація з споживачами, які своїм незадоволенням продукцією, роботами, послугами діляться з своїм оточенням, тим самим зменшуючи кількість потенційних покупців у промислового підприємства.

Одними з найважливіших показників, які характеризують ризики взаємовідносин промислового підприємства з торговельними посередниками є: рівень невиконання договірних зобов'язань (B_1^{ij} та B_2^{ij}) у взаємовідносинах (для групи суб'єктів взаємовідносин „торгівельні посередники” встановимо $i=3$), ймовірність виникнення негативних подій у взаємовідносинах і рівень їх впливу на фінансову стійкість суб'єктів взаємовідносин. Рівень невиконання договірних зобов'язань, що може зумовити ускладнення або припинення взаємовідносин з ініціативи промислового підприємства (B_1^{3j}), і відповідно призвести до економічних збитків або неотримання очікуваних результатів, пропонуємо визначати за допомогою запропонованої факторної моделі:

$$B_1^{3j} = \frac{U_{bd}^{3j}}{U_{pd}^{3j}} * \frac{U_{pd}^{3j}}{U_{pr}^{3j}} * \frac{U_{pr}^{3j}}{U_{zr}^{3j}} = K_{bm}^{3j} * K_{mp}^{3j} * K_{rm}^{3j} \quad (1)$$

де U_{bd}^{3j} – вартість переданої на реалізацію конкретному торговельному посереднику продукції промисловим підприємством за яку у посередника на момент аналізу є безнадійна дебіторська заборгованість (більше 3 років) та (або) за яку існує протермінована дебіторська заборгованість менше 3 років, але її не погашає торговельний посередник на документальну вимогу (безпосередню, через суд тощо) промислового підприємства, тис.грн.; U_{pd}^{3j} – вартість переданої на реалізацію конкретному торговельному посереднику продукції промисловим підприємством за яку у посередника є протермінована дебіторська заборгованість, тис.грн.; U_{pr}^{3j} – вартість переданої на реалізацію конкретному торговельному посереднику продукції промисловим підприємством на умовах післяоплати, тис.грн.; U_{zr}^{3j} – загальна вартість переданої на реалізацію конкретному

торгівельному посереднику продукції промисловим підприємством, тис.грн.; K_{bm} – питома вага величини безнадійної дебіторської заборгованості (і протермінованої дебіторської заборгованості на термін менше 3 років, але яку не погашає торговельний посередник на документальну вимогу підприємства) у величині протермінованої дебіторської заборгованості конкретного торговельного посередника, в частках одиниці; K_{mp} – питома вага протермінованої дебіторської заборгованості у загальній величині дебіторської заборгованості конкретного торговельного посередника, в частках одиниці; K_{rm} – питома вага вартості переданої на реалізацію конкретному торговельному посереднику продукції на умовах післяплати у загальній вартості переданої на реалізацію конкретному торговельному посереднику продукції, в частках одиниці.

Рівень невиконання договірних зобов'язань у взаємовідносинах, що може зумовити їх ускладнення або припинення з ініціативи торговельного посередника (B_2^{3j}), пропонуємо визначати за допомогою запропонованої нами факторної моделі:

$$B_2^{3j} = \frac{U_{nr}^{3j}}{U_{sr}^{3j}} * \frac{U_{sr}^{3j}}{U_{br}^{3j}} * \frac{U_{br}^{3j}}{U_{zm}^{3j}} = K_{nm}^{3j} * K_{sm}^{3j} * K_{rm}^{3j} \quad (2)$$

де U_{nr}^{3j} – вартість продукції, яку конкретний торговельний посередник повернув промислового підприємству через її непридатність чи інші суттєві недоліки щодо її якості виявлені посередником чи покупцем, і (або) яка внаслідок порушення інших умов поставки підприємством стала не актуальною для покупця (і він відмовився від її придбання) чи через яку виникли економічні втрати у торговельного посередника, тис.грн.; U_{sr}^{3j} – вартість переданої на реалізацію конкретному торговельному посереднику продукції підприємством до якої є суттєві претензії щодо якості, ціни, часу відвантаження, доставки чи інших умов співпраці, тис.грн.; U_{br}^{3j} – вартість переданої на реалізацію конкретному торговельному посереднику продукції промисловим підприємством до якої є будь-які претензії щодо якості, ціни, часу відвантаження, доставки чи інших умов співпраці, тис.грн.; K_{nm} – питома вага вартості повернутої торговельним посередником промислового підприємству продукції через її непридатність чи інші суттєві недоліки щодо її якості (а також продукції, яка внаслідок порушення інших умов поставки підприємством стала не актуальною для покупця чи через яку виникли економічні втрати у торговельного посередника) у вартості продукції щодо якої є суттєві претензії стосовно якості, ціни, часу відвантаження, доставки чи інших умов співпраці, в частках одиниці; K_{sm} – питома вага вартості переданої на реалізацію конкретному торговельному посереднику продукції щодо якої є суттєві претензії у вартості продукції щодо якої у нього є будь-які претензії стосовно якості, ціни, часу відвантаження, доставки чи інших умов співпраці, в частках одиниці; K_{rm} – питома вага вартості переданої на реалізацію конкретному торговельному посереднику продукції щодо якої є будь-які претензії стосовно якості, ціни, часу відвантаження, доставки чи інших умов співпраці у загальній вартості переданої на реалізацію конкретному торговельному посереднику продукції промисловим підприємством, в частках одиниці.

Отже, аналіз ризиків взаємовідносин з торговельними посередниками та чинників, що впливають на ці взаємовідносини дасть змогу промислового підприємству вчасно запобігти як фінансовим збиткам, так і втраті своїх ринкових позицій.

1. Загородній А.Г. *Управління взаємозв'язками підприємства зі споживачами продукції: монографія* / А.Г. Загородній, З.О. Коваль. – Львів: ЗУКЦ, ПП НВФ БіАРП, 2008. – 364 с.; 2. Грисюк Ю.С. *Оптимізація ланцюга постачань як підґрунтя для забезпечення ефективності рітейл-бізнесу* / Ю.С. Грисюк, А.Ю. Кладченко // *Управління проектами, системний аналіз і логістика*. – 2009. – № 6. 3. Циран Я. *Інтеграційний зв'язок між задоволенням клієнта та його лояльністю* / Я. Циран // „Логістика”: Вісник НУ „Львівська політехніка”. – 2009. – № 649. – С. 138–144.