

<http://www.bulletennauki.com>

УДК 658.511.1

## СТОИМОСТНЫЕ АСПЕКТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РИСКА

### MONETARY ASPECTS OF ECONOMIC RISK

©*Степанов А. Н.*

*канд. экон. наук*

*Филиал Российского государственного социального университета*

*в г. Чебоксары, Россия*

*stanik1978@mail.ru*

©*Stepanov A.*

*PhD*

*Branch of the Russian state social university to Cheboksary*

*Cheboksary, Russia*

*stanik1978@mail.ru*

*Аннотация.* В статье анализируется сущность предпринимательского риска, с использованием целостного подхода к проведенному исследованию. Автор доказывает необходимость улучшения методологии для оценки экономического риска и его типов — бизнес и потребительский риск с точки зрения экономических отношений между производителем и потребителем. Предложенный автором метод определения коэффициентов бизнеса и потребительского риска является актуальным.

*Abstract.* The article analyzes the essence of entrepreneurial risk, using a holistic approach to its study. The author substantiates the necessity of improving the methodology for assessing economic risk and its types – business and consumer risk from the perspective of economic relations between producer and consumer. Of obvious interest is the author's proposed method of determining the coefficients of business and consumer risk.

*Ключевые слова:* экономический риск, стоимость риска, бизнеса и потребительского риска, спроса и предложения, факторов риска.

*Keywords:* economic risk, the cost of risk, business and consumer risk, supply and demand, the risk factors.

Стоимость товара определяется затратами труда, но зависит не только от количества труда, но и от степени предпринимательского риска. В товарном производстве каждый товаропроизводитель, какой бы формы собственности он и выступал на рынке, имеет свой собственный индивидуальный предпринимательский риск, который определяется его способностями. Если его способности будут соответствовать среднему уровню, требующемуся для данных предприятий, при прочих равных условиях, то и индивидуальные затраты труда на производство данного товара оказываются на уровне общественно необходимых. В случае, когда его способности будут превышать средний уровень предпринимательских способностей, требующихся для данных предприятий, его индивидуальные затраты труда на производства оказываются меньше общественно необходимых, и он выигрывает. В этом и заключается регулирующий механизм закона стоимости.

<http://www.bulletennauki.com>

Следовательно, производство товара должно иметь общественно нормальный риск, тогда и труд, затраченный на производство товара, будет считаться общественно необходимым.

Общественно нормальный риск товаропроизводителя — это тот уровень предпринимательского риска, при котором обеспечивается средняя норма прибыли в данном виде деятельности, при данных общественно нормальных условиях производства и среднем уровне умелости, интенсивности труда и способности предпринимателя.

В то же время риск порождает потребность человека в безопасности, защищенности от неблагоприятных воздействий. Разработанная Маслоу иерархия потребностей показывает, что по степени значимости потребности самосохранения (безопасность, защищенность) стоят на втором месте после физиологических [2, с. 161]. Удовлетворение данной потребности связано с определенными затратами. Следовательно, предпринимательский риск должен учитываться в стоимости товара либо в виде прибыли, если все функции по управлению предприятием на себя берет капиталист (имплицитные, нестрахуемые и неснижаемые риски), либо в виде определенных издержек на риск (явные, страхуемые и снижаемые риски).

На практике предприниматель стремится обезопасить себя от негативных последствий. При этом, как заметил П. Бернстайн: «Борьба с неопределенностью (риском, — А.С) – дорогое удовольствие» [1, с. 223]. Для дальнейшего исследования стоимостного аспекта риска мы считаем целесообразным ввести такое понятие, как «стоимость риска». Стоимость риска состоит из двух статей расходов: 1) затрат, осуществляемых на предотвращение отрицательных последствий риска; 2) затрат на устранение уже возникших отрицательных последствий риска. Как показывает практика, косвенные убытки часто во много раз превышают размер прямых. Например, в нефтегазохимическом комплексе зарубежных стран соотношение прямых и косвенных убытков составляет 1–4 \$./ 6–60\$ [3, с. 85].

Предпринимательский риск как экономическая категория имеет количественную определенность. От правильной и объективной оценки предпринимательского риска зависит существование правильных ориентиров в деятельности предпринимателей. В то же время объективная оценка риска определяется выбором показателей предпринимательского риска и разработкой методов наиболее точного определения их численных значений, определением исходной информации для вычисления показателей.

Методы, с помощью которых определяются показатели, характеризующие полезность защищенности от риска, имеют недостатки. Измерение степени защищенности от риска производится с помощью среднестатистических убытков (имеются в виду тарифы страховых премий). Если у предпринимателя статистика убытков и потеря существенно ниже средней, а у других предпринимателей, участвующих в страховом фонде, убытки существенно превышают средние, то участие более добросовестного предпринимателя является, по существу, субсидированием других участников фонда. Следовательно, предприниматель стремится к выбору такого страховщика, который учитывал бы именно его конкретный опыт прошлых потерь, и назначил бы страховую премию, соответствующую реально существующему уровню риска.

Сбор информации о структуре объекта риска и выявление рисков помогают идентифицировать большинство опасностей, но через некоторое время обнаруживаются новые. Все это может быть связано с внедрением новых технологий и использованием других материалов.

Показатели, характеризующие объективную сторону предпринимательства — риск, имеют недостатки. Они не показывают количественную взаимосвязь потребительского и предпринимательского риска, как риск предпринимателя отразится на риск потребителя и наоборот.

<http://www.bulletennauki.com>

Потребитель основывает фактическое предложение, исходя из ожидаемого спроса потребителя. Он предлагает на рынке в конечном счете продукцию, основанную на предположениях ожидаемого спроса. В свою очередь, потребитель строит свой фактический спрос исходя из ожидаемого предложения производителя. Основываясь на этом, мы предлагаем в качестве основного показателя оценки экономического риска использовать коэффициенты предпринимательского и потребительского риска, основу которых составляет соотношение индекса ожидаемого предложения и индекса ожидаемого спроса.

Субъекты риска отношений выступают на рынке как в роли тех, кто представляет товар на продажу, так и тех, кто покупает товар. Субъекты продажи товара имеют интерес продать товар с максимальной для себя выгодой в виде дополнительной, относительно ранее ожидаемой прибыли.

Субъекты-покупатели товара стремятся приобрести товар также с максимальной для себя выгодой, которая заключается в максимально возможной экономии средств. С появлением спроса на рынке возникает риск потребителя, а при возникновении и росте предложения, возникает и растет риск производителя. Направления действия этих двух тенденций прямо противоположны. Состав этих групп не постоянен, так как индивид может в разное время выступать либо потребителем, либо производителем. Поэтому если ослабевает (уменьшается) риск у потребителя, то неизбежно усиливается (увеличивается) риск у производителя.

Таким образом, чем больше индекс предпринимательского риска, тем в большей степени предложение товаров со стороны производителей превышает спрос покупателей. Напротив, когда индекс предпринимательского риска уменьшается, платежеспособный спрос начинает превышать предложение товаров. В результате цена возрастает, производство товаров и расширяется и становится выгоднее. Следовательно, риск служит регулятором равновесной цены.

Если ожидаемая рыночная цена выше точки равновесия, то предложение товаров превышает спрос и увеличивается коэффициент предпринимательского риска. В итоге начинается движение цены по направлению к точке равновесия из-за усиления конкуренции между товаропроизводителями. Когда же ожидаемая цена ниже точки равновесия, спрос превысит предложение, и усилится конкуренция среди покупателей. Вследствие этого цена вновь начнет повышаться до уровня равновесия:

$$I_{\text{ожид.}S} = \frac{S_{\text{факт}}}{S_{\text{прогн.}}},$$

где  $S_{\text{прогн}}$  - объем прогнозируемого предложения потребителем на продукцию приобрести в будущем;

$S_{\text{факт}}$  - объем фактического предложения.

Индекс ожидаемого предложения  $I_{\text{ожид.}S}$  будет показывать изменения предложения прогнозируемого по сравнению с фактическим. Причем  $S_{\text{прогн}}$  и  $S_{\text{факт}}$  связаны между собой тождеством  $S_{\text{факт.}} \sim S_{\text{прогн.} + t}$ , где  $t$  – период упреждения прогноза. Это означает, что фактическое предложение тождественно связано с прогнозируемым предложением в прошлом с учетом периода учреждения прогноза.

<http://www.bulletennauki.com>

Если  $I_{ожид.S} < 1$ , то потребитель имеет негативную ситуацию на рынке. Так как потребительский спрос увеличился, соответственно повысится цена на продукцию по причине усиления конкуренции среди потребителей И наоборот, если  $I_{ожид.S} > 1$ , то потребительский спрос снизится, цена снизится, а конкуренция среди потребителей уменьшится.

Формула индекса ожидаемого спроса ( $I_{ожид.D}$ ), которая показывает изменения прогнозируемого спроса от по сравнению с фактическим:

:

$$I_{ожид.D} = \frac{D_{факт.}}{D_{прогн.}}$$

где:  $D_{факт.}$  - объем фактического спроса в течение определенного периода;

$D_{прогн.}$  - объем прогнозируемого спроса предпринимателем на этот период.

$I_{ожид.D} < 1$ , означает ухудшение экономического климата для предпринимателя в данный момент по сравнению с моментом, когда строился прогноз. Следовательно, он вынужден будет снизить цену на свою продукцию от плановой из-за усилившейся конкуренции.  $I_{ожид.D} > 1$ , характеризует улучшение экономического климата для предпринимателя. Он сможет поднять цену на свою продукцию, получить дополнительную прибыль, расширить производство.

Кроме того, для нас представляет интерес отношение этих двух показателей. Так, отношение индекса ожидаемого спроса к индексу ожидаемого предложения будет являться показателем предпринимательского риска, и наоборот, отношение индекса ожидаемого предложения к индексу ожидаемого спроса – показателем потребительского риска. Запишем это в виде формул:

$$K_{предприска} = \frac{I_{ожид.S}}{I_{ожид.D}}$$

$$K_{потр. риска} = \frac{1}{K_{предпр. риска}} = \frac{I_{ожид.D}}{I_{ожид.S}}$$

Если  $K_{предпр. риска} > 1$ , то на рынке имеет место ситуация с повышенным предпринимательским риском, жесткой конкуренцией.  $K_{предприска} < 1$ , характеризует благоприятную обстановку для привлечения капитала в производство из-за низкой конкретной борьбы производителей, низкого предпринимательского риска.

Нам представляется возможным считать эти коэффициенты, выведенные в ходе системного исследования экономических отношений между предпринимателем и потребителем, как количественные критерии экономического риска.

#### Список литературы:

1. Бернштейн П. Против Богов: Укрощение риска / Пер. с англ. М.: Олимп-Бизнес, 2000. 400 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. М.: «Росинтер», 1996. 704 с.
3. Материалы веб-сайтов: [www.polit.ru](http://www.polit.ru), [www.ndc.ru](http://www.ndc.ru), [www.fesm.ru](http://www.fesm.ru), [nuafor.ru](http://nuafor.ru), [rcb.ru](http://rcb.ru)

<http://www.bulletennauki.com>

4. Портал Министерства финансов Чувашской Республики  
<http://gov.cap.ru/main.asp?govid=22>

5. Степанов А. Н. Предпринимательский риск в системе экономических отношений: дис. ... канд. экон. наук. Чебоксары, 2004. 155 с.

6. Хохлов Н. В. Управление риском. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. 239 с.

7. Экономика и организация предпринимательской деятельности в сфере сервиса./ Под ред. А. Г. Новицкого М: Прогресс, 2000.

*References:*

1. Bernstajn P. Protiv Bogov: Ukroshhenie riska / Per. s angl. M.: Olimp-Biznes, 2000. 400 p.

2. Kotler F. Osnovy marketinga: Per. s angl. M.: «Rosinter», 1996. 704 p.

3. Materialy veb-sajtov: [www.polit.ru](http://www.polit.ru), [www.ndc.ru](http://www.ndc.ru), [www.fesm.ru](http://www.fesm.ru), [nuafor.ru](http://nuafor.ru), [rcb.ru](http://rcb.ru)

4. Portal Ministerstva finansov Chuvashskoj Respubliki <http://gov.cap.ru/main.asp?govid=22>

5. Stepanov A. N. Predprinimatel'skij risk v sisteme jekonomicheskikh otnoshenij: dis. ... kand. jekon. nauk. Cheboksary, 2004. 155 p.

6. Hohlov N. V. Upravlenie riskom. M.: JuNITI-DANA, 1999. 239 p.

7. Jekonomika i organizacija predprinimatel'skoj dejatel'nosti v sfere servisa./ Pod red. A. G. Novickogo M: Progress, 2000.

*Работа поступила в редакцию*  
18.03.2016 г.

*Принята к публикации*  
21.03.2016 г.