

контрагента не виконано.

3 Ринковий ризик – це ризик зміни значень параметрів ринку, таких як процентні ставки, курси валют, ціни цінних паперів або товарів, кореляція і мінливість цих і інших параметрів фінансових інструментів, що є об'єктами операцій, АТ «Укрзалізниця», які укладаються. Різновидами ринкового ризику є, зокрема, процентний, валютний і ціновий ризик.

4 Ризик втрати ліквідності – це ризик можливих втрат компанії, викликаних нездійсненністю покупки або продажу активу в потрібному об'ємі за достатньо короткий період часу через погіршення ринкової кон'юнктури; а також можливість виникнення дефіциту наявних засобів АТ «Укрзалізниця»: або інших високоліквідних активів для виконання зобов'язань перед контрагентами.

5 Операційний ризик – це ризик, пов'язаний з недоліками в системах і процедурах управління, підтримки і контролю.

6 Майновий ризик – це ризик того, що в результаті настання випадку, що має ознаки страховки, майну буде нанесено збиток. В результаті настання такого випадку АТ «Укрзалізниця» може зазнати втрат по відновленню майна або у разі повної втрати майна – витрати на придбання нового майна.

7 Юридичний ризик – це наявний або потенційний ризик для надходжень та капіталу, який виникає через порушення або недотримання АТ «Укрзалізниця» вимог законів, нормативно-правових актів, угод, прийнятої практики або етичних норм, а також через можливість двозначного їх тлумачення.

Прийнята класифікація може здатися дещо спрощеною, проте види ризиків, що не зазначені, не є безпосередніми потенційними джерелами фінансових витрат акціонерного товариства, – їх дія виявляється за допомогою пов'язаних з ними ризиків з числа вище перелічених.

УДК 33.717.063

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В УКРАИНЕ

*Губанова Н.Н. к.э.н., ст. преподаватель
(НТУ «ХПИ»)*

Развивающейся отраслью бизнеса сегодня стала электронная коммерция. Этот способ коммерческой деятельности обеспечивает не просто одностороннюю рекламу товаров и услуг, но и интерактивное общение с клиентами.

Украинский рынок электронных продаж растет действительно впечатляющими темпами, но пока ему свойственна нестабильность и, во многом, отсутствие структурированности. Сейчас в Украине существует 2800 Интернет-магазинов. Из них реально функционирует только 500. 70% Интернет-магазинов находятся в Киеве. Он-лайн покупателями, как правило, становятся люди, которые ищут более низкие цены, а также офисные сотрудники, у которых мало времени и есть доступ в интернет. Объемы интернет-торговли оценить очень сложно, так как это преимущественно теневой бизнес. Известно только, что доля интернет-продаж мобильных телефонов, фотокамер и компьютерной техники составляет порядка 2% от общих продаж. Прибыль Интернет-комерсантов, как правило, невелика из-за низкой наценки – 20-30%. Основная группа товаров – это товары с ценой в \$100-150 (мобильные телефоны, фотоаппараты, техника). На запуск Интернет-магазина обычно требуется от \$2000 до \$10000 и достаточно 2-3 сотрудников. Только 5% пользователей украинских Интернет-магазинов оплачивают продукты он-лайн, через WebMoney и кредитные карточки, но цифра эта постоянно растет. Остальные предпочитают оплату по факту.

Так, электронную торговлю в Украине сдерживает неразвитость системы электронных платежей, не позволяющая на должном уровне решать вопросы оплаты и безопасности. Проблема в том, что операторы, занимающиеся предоставлением услуг электронных платежей, не защищают поставщиков товара. Так, банки не предоставляют защиту от оплаты украденной или фальшивой карточкой и всю ответственность, вплоть до возврата денег, несет Интернет-магазин. Это означает высокий уровень ТИ. Если окажется, что карточка была ворованной, банк просто списывает деньги со счета продавца. В Европе такие риски страхуют банки и платежные системы, перекадывая ТИ с плеч покупателей и владельцев карточек на специализированные фонды.

Электронный бизнес, основанный на информационно-коммуникационных технологиях, предоставляет возможность существенного сокращения как производственных, так и непроизводственных, в том числе и транзакционных, издержек. В условиях высоких технологий существенно облегчается взаимодействие между отдельными индивидами по поводу трудовых отношений, товарных сделок, различного рода финансовых услуг. Это позволяет увеличить объемы сделок, расширить целевую аудиторию, тем самым повышая эффективность хозяйственной деятельности.