

DOI: <https://doi.org/10.53486/9789975359023.20>

CZU: 005.334:640.4(478)

## EXTERNAL MANAGEMENT RISKS OF THE COMPANY

## ВНЕШНИЕ РИСКИ МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЯ

**PODARILOVA Anastasia, student, Specialitatea: BA**

Academia de Studii Economice din Moldova,  
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, [www.ase.md](http://www.ase.md)  
Telefon:+37368115892, e-mail autor:podarilova.anastasia@ase.md

**Abstract.** *In this paper, we would like to investigate such an issue, as external management risks of the company. The examined enterprise is the restaurant, called «Gastrobar» and the purpose of this work is to analyze it, to anticipate possible risks and to recommend some methods of their minimization. Thereby analyzing one restaurant, we are going to understand, what kind of risks representatives of HORECA can face with. Moreover, there will be identified the consequences of the pandemic of the COVID-19, risks related to it and to the military conflict in the Ukraine. The basic methods for the examination of the company were SWOT-analysis and the risk matrix. The first one helped to detect strengths, weaknesses, opportunities and threats of the company and on its base we revealed which risks the enterprise may deal with. The risk matrix helped us to understand the potential impact of the risks, which of them are acceptable, unacceptable and catastrophic for the business. The results demonstrated us appearance of which risks are very possible and which of them are the most dangerous for the business. During the research we find out that companies of HORECA should look for the opportunities of only local products, because the imported ones will be or very expensive or won't be imported in Republic of Moldova at all. Furthermore, were discussed some ways of the risk minimization, which are the more suitable for representatives of HORECA and can be applied by them.*

**Keywords:** risk, restaurant, company, risk minimization, customer.

### JEL CLASSIFICATION: M19

#### **Введение**

В ходе данной работы будет рассмотрен вопрос внешних рисков предприятия на примере одной конкретной компании из сегмента HORECA (Hotel, Restaurant, Café). Основной задачей исследования является анализ предприятия, его возможные внешние риски и методы их минимизации. Вопрос внешних рисков компании, а тем более компании из сферы общественного питания стоит в нынешнее время особенно остро, так как появились такие факторы внешнего воздействия, как пандемия COVID-19 и военный конфликт в соседней по отношению к Республике Молдова стране-Украине.

**Внешние риски** представляют собой вид рисков, возникающих в результате событий вне компании. Данные риски находятся вне влияния и контроля предприятия, а, следовательно, компания не может предотвратить возникновение таких событий. Таким образом, руководству следует следить за изменчивостью внешней среды и вовремя идентифицировать возможную угрозу и смягчить ее воздействие на предприятие, то есть минимизировать риски. Внешние риски бывают следующими:

политические, экономические, природно- климатические, информационные, рыночные (отраслевые) и нормативно-правовые.

**Объектом исследования** является организация SC «Venusia Prim» SRL, которая представляет собой компанию из сегмента общественного питания (HORECA), а именно ресторан под названием «Gastrobar». «Gastrobar»- ресторан, открывший свои двери для гостей в 2014 году в городе Кишинев. Заведение славится уникальной концепцией приготовления блюд средиземноморского бассейна на керамическом гриле Big Green Egg.

Главными принципами данного заведения являются:

- «Gastrobar»- кухня открытого огня
- Делай свою работу с гордостью или не делай вообще!
- Взаимное уважение и доверие
- Мы не обслуживаем-мы заботимся!

В 2016 году в г. Одесса и в 2017 году в г. Москва были открыты франшизы «Gastrobar». Помимо этого в 2020 году было открыто заведение «GastroVeranda» в Кишиневе, а в 2021 году – «GastroFerma», которое расположено в Дубоссарском районе.

**Анализ предприятия.** Для определения особенностей деятельности компании, нами был разработан SWOT-анализ, представленный в таблицах 1 и 2.

**Таблица 1. Сильные и слабые стороны SC «Venusia Prim» SRL (выполнено автором по результатам исследования)**

| Сильные стороны  | Слабые стороны   |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Известность бренда</li> <li>• Большая клиентская база</li> <li>• Удобное месторасположение (2 заведения в центре города)</li> <li>• Дружный и сформированный коллектив в «Gastrobar»</li> <li>• Благодаря известности бренда за границей, например в Одессе, где есть франшиза, «Gastrobar» стал популярным местом для приезжих в Кишинев, в связи с военными действиями на Украине, людей</li> <li>• Востребованность кейтеринга</li> <li>• Хорошее техническое оснащение заведений</li> <li>• Высокое качество обслуживания и продукции</li> <li>• Наличие летних террас</li> <li>• Широкий ассортимент вина</li> <li>• Налаженные связи поставок</li> <li>• Грамотный менеджмент</li> <li>• Проведение интересных и тематических мероприятий</li> <li>• В каждом заведении свое меню и своя концепция</li> <li>• Адаптивность к условиям локадауна</li> <li>• Наличие внешних инвестиций</li> <li>• Участие в программе лояльности для гостей-UDS</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• «GastroVeranda» и «GastroFerma» являются сезонными заведениями, следовательно, продолжительность их работы зависит от погодных условий</li> <li>• Высокие цены, а как следствие, ограниченный контингент гостей</li> <li>• Использование некоторого числа импортного сырья</li> <li>• Неактивное ведение социальных сетей</li> <li>• Отсутствие детской комнаты и детского меню</li> <li>• Отсутствие парковки</li> </ul> |

**Таблица 2. Возможности и угрозы SC «Venusia Prim» SRL (выполнено автором по результатам исследования)**

| Возможности  | Угрозы   |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Получение внешних инвестиций</li> <li>• Открытие новых заведений</li> <li>• Переход на использование местного сырья</li> <li>• Продвижение в социальных сетях</li> <li>• Изменение графика работы и внесение раздела «завтраков» в меню, поскольку есть на это спрос</li> <li>• Введение сезонных позиций в меню</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Высокая конкуренция на рынке общественного питания</li> <li>• Риск потери или порчи имущества при вторжении войск в Молдову</li> <li>• Прекращение экспорта необходимых продуктов в Молдову</li> <li>• Падение покупательской способности клиентов</li> <li>• Временное прекращение работы ресторана, в случае карантина или военного положения</li> <li>• Подорожание сырья и коммунальных услуг</li> <li>• Возможное ухудшение качества готовой продукции из-за несоответствующего сырья</li> </ul> |

На основе проведенного анализа, **были выделены внешние риски**

**предприятия:**

- 1) **Политический риск**- введение ограничений на ввоз сырья из-за рубежа в ходе конфликтов между странами, что приведет к разрыву контрактов с существующими поставщиками
- 2) **Политический риск**- вероятность потери или порчи имущества, в случае начала военных действий и в РМ
- 3) **Инвестиционный риск упущенной выгоды** - возможность прекращения финансовой поддержки зарубежными инвесторами
- 4) **Отраслевой риск**-риск появления новых конкурентов или же укрепления позиций уже существующих
- 5) **Экономический риск**-падение покупательской способности, следовательно, уменьшение спроса на продукцию
- 6) **Производственный риск**-риск увеличения цен на сырье и коммунальные услуги, что приведет к увеличению себестоимости блюд и подорожанию обслуживания самих заведений
- 7) **Риск приостановления работы HORECA** из-за новой вспышки COVID-19
- 8) **Риск приостановления работы HORECA**, в случае военного положения в стране
- 9) **Валютный риск**- возможное увеличение стоимости импортного сырья, в случае значительного изменения курса валют
- 10) **Транспортный риск**-несвоевременная поставка продуктов
- 11) **Риск снабжения** - отсутствие необходимого товара у поставщиков
- 12) **Поставка некачественного сырья**, в ходе чего может быть снижено качество готовой продукции



**Рисунок 1. Матрица рисков для SC «Venusia Prim» SRL (выполнено автором по результатам исследования)**

### Методы минимизации рисков

Учитывая результаты теоретического и практического исследований, разработаем рекомендуемые методы минимизации рисков:

1) **Сегрегация рисков**-разделение рисков, путем разделения активов фирмы, например, по членам семьи.

2) **Комбинация рисков**-данный метод, по нашему мнению, не является безопасным в настоящее время, поскольку подразумевает приобретение новых активов, которые могут пострадать в том случае, если начнутся военные действия в РМ, однако анализируемое предприятие применяет этот метод путем внутреннего роста, так как в мае 2022 года планируется запуск нового заведения.

3) **Диверсификация рисков**- метод, применяемый «Gastrobar» SRL для минимизации рисков, а именно осуществляется горизонтальная диверсификация с ориентацией на концентрическую, что проявляется в открытии новых заведений. Помимо этого, используется концентрическо-родственная диверсификация-работа не только в зале ресторана, но и приготовление еды на доставку на дом и на кейтеринги.

4) **Передача риска**, посредством страхования имущества, что на наш взгляд является обязательным методом, в случае изучаемого предприятия, так как оно располагает и недвижимым имуществом, и транспортным средством и большим количеством технического оборудования.

### Заключение

Целью данной работы был анализ компании, учет ее сильных и слабых сторон, возможностей и угроз и на основе этого выявить возможные риски данного предприятия, для которых мы предложили некоторые уместные виды их минимизации. Наиболее опасными рисками являются возможная порча и потеря имущества, в случае военного конфликта, где предприятия рискуют потерять большую часть своих активов. Наиболее реальными рисками данного сегмента являются возможные проблемы с поставками продуктов, либо же их значительное подорожание, как и увеличение цен на коммунальные услуги. Этот риск приведет к тому, что увеличится себестоимость

готовой продукции, то есть блюд, что приведет за собой увеличение их цен, а как следствие возможна потеря большого числа клиентов. В процессе анализа организации было сделано заключение, что оно является успешным проектом, поскольку является популярным, пользуется спросом, как среди местного населения, так и среди приезжих. Еще одним фактором, доказывающим его успех является факт продажи франшиз и расширение на территории Молдовы, что является также и положительным методом минимизации рисков.

**БИБЛИОГРАФИЯ:**

- 1) *Стандарты работы «Gastrobar»*, 2014
- 2) Методы управления рисками/ 2020 [Электронный ресурс] // URL:  
<https://bbooster.online/stati/metody-upravleniya-riskami.html>
- 3) Г. А. Маховикова, Т. Г. Касьяненко, *Анализ и оценка рисков в бизнесе*, 2015

**Coordonatorul științific: DOROGAIA Irina, dr., conf.univ.,**  
Academia de Studii Economice din Moldova,  
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, [www.ase.md](http://www.ase.md)  
Telefon:+37369149353, e-mail:dorogaia.irina.ion@ase.md