

TIPURI DE RISCURI PREZENTE PE PIAȚA COMERȚULUI CU AMĂNUTUL DIN ROMÂNIA

Asist.univ.drd. Adina CATANA
Universitatea din Oradea, Facultatea de Științe
Economice

Abstract:

The risk issue became lately one of the most important themes in economic life. The risk is an important component of all management activities, whether it is a simple or more complex activity. There is a common opinion of those who study economics, that business risk is a natural thing, and it is irreplaceable in the business world. Risk disappearance creates confusion, inefficiency and generates unnatural behavior of economic agents.

Developing a business involves making decisions about the future. Information available to managers in taking decisions are never perfect and complete. Considered one of the most dynamic economic sectors, trade is a deep restructuring process. The rapid rate of developments in economic activity resulted in changes in trade activity, mainly in the retail sector, the new store formats for thousands of square feet generates a lot of turnover.

The risks that appears in this sector, represented by large retail stores, are multiple: increased competition, technological development requiring replacement of hold capacity, insufficient information on the external elements of the enterprise, uncertain economic context, state intervention in the economy, environmental impact.

Key words: risk management, retail business, technological innovations, competition, economical context.

1. Risc și incertitudine. Concept.

Teoreticienii managementului au propus numeroase forme de conceptualizare a

PATTERNS OF RISK IN THE RETAIL BUSINESS IN ROMANIA

Assistant lecturer PhDs Adina CATANA
Faculty of Economics, University of Oradea

Abstract:

The risk issue has become lately one of the most important themes in economic life. The risk is an important component of all management activities, whether it is a simple or more complex activity. There is a common opinion of those who study economics that the business risk is a natural thing, and it is irreplaceable in the business world. Risk disappearance creates confusion, inefficiency and generates the unnatural behaviour of the economic agents.

Developing a business involves making decisions about the future. Information available to managers in making decisions is never perfect and complete. Considered one of the most dynamic economic sectors, trade is a deep restructuring process. The rapid rate of development in the economic activity has resulted in changes in trade activity, mainly in the retail sector, the new store formats of thousands of square feet generates a lot of turnover.

The risks that appear in this sector, represented by large retail stores, are multiple: increased competition, technological development requiring replacement of hold capacity, insufficient information on the external elements of the enterprise, uncertain economic context, state intervention in the economy, environmental impact.

Key words: risk management, retail business, technological innovations, competition, economic context.

1. Risk and uncertainty. The concept.

The management theorists have suggested numerous forms of

structurii și funcțiilor managementului în cadrul organizației. Conducerea organizațiilor poate fi diferită la nivel de detaliu, dar la nivel fundamental conducerea unei organizații implică trei funcții de bază: managementul strategic, managementul operațional și managementul riscului. Aceste funcții nu se exclud între ele. Managementul strategic cuprinde acele activități care caută să identifice misiunea organizației, obiectivele și planul strategic precum și măsura în care organizația acționează în concordanță cu misiunea pe care și-a stabilit-o. Funcțiile managementului operațional constau din activități care conduc organizația spre misiunea stabilită. Managementul riscului cuprinde acele activități care facilitează atingerea misiunii organizației.

Problema riscului a devenit în ultima vreme, una dintre cele mai importante teme din viața economică.

Riscul este în mod clasic definit ca fiind evenimentul aleatoriu care poate antrena pagube. Realizarea sa este generatoare de pierderi pentru întreprindere.

Dicționarul explicativ al limbii române oferă o definiție a riscului: “riscul este posibilitatea de a ajunge într-o primejdie, de a avea de înfruntat un necaz, sau de suportat o pagubă, pericol posibil”.

Noțiunea de risc reprezintă o combinație între frecvență, șansă sau probabilitate, și consecințele unui eveniment periculos specificat.

Riscul este o componentă inerentă a tuturor activităților de administrare, indiferent dacă este vorba de o activitate mai simplă sau mai complexă, complexitatea unei activități nefiind întotdeauna o măsură adecvată a gradului de risc potențial.

În prezent, managerii își desfășoară activitatea în condiții de incertitudine, deciziile acestora fiind luate de cele mai multe ori în condiții de risc. Problema decizională devine din ce în ce mai complexă, numărul în creștere al rezultatelor posibile fiind dependente de condițiile de mediu tot mai dinamice.

Riscul este prezent în toate activitățile omului. Obiectivul gestionării riscului este de a ține sub control, de a preveni sau reduce

conceptualizarea structurii și funcțiilor managementului în cadrul organizației. The management of the organizations can be different in what details are concerned, but at a fundamental level, the management of an organization implies three main functions: strategic management, operational management, and risk management. These functions do not exclude each other. The strategic management contains those activities looking to identify the mission of the organization, the objectives and the strategic plan as well as the extent to which the organization functions in accordance to the mission that it has been established. The functions of the operational management consist in those activities leading the organization towards the mission established. The risk management contains those activities facilitating the achievement of the mission of the organization.⁴

The problem of risk has become lately one of the most important themes in the economic life.

Risk is classically defined as the aleatory event being able to lead to damage. Its occurrence generates losses for the enterprises.⁵

The Romanian glossary provides a definition for the risk: “the risk is the possibility to end up in danger, to have to cope with a trouble or to stand a possible damage, or danger”.

The notion of risk represents a combination of frequency, chance, or probability, and the consequences of a specified dangerous event.⁶

The risk is an inherent component of all the management activities, no matter it is a simpler or more complex activity, the complexity of an activity not being all the time an adequate measure of the potential degree of risk.⁷

Currently, the managers perform their activity in conditions of uncertainty, their decisions being made most of the times in conditions of risk. The decisional problem is becoming more and more complex, the increasing number of possible results being dependent on the more and more dynamic environment conditions.⁸

pierderile de vieți, îmbolnăvirile sau accidentările persoanelor, daunele materiale și pierderi, ca și impactul asupra mediului ambiant.

Faptul că fiecare acțiune umană, în special cea economică sunt guvernate de risc, nu înseamnă că raționalitatea trebuie evitată definitiv pentru a face loc subiectivului, hazardului și echilibrului întâmplător.

În viziunea lui Knight, riscul era caracteristic acelei situații decizionale, în care decidentul putea asocia o probabilitate matematică unei succesiuni de evenimente, incertitudinea fiind, implicit, acea situație, în care evoluția evenimentelor nu putea fi exprimată sub forma unei legi sau ecuații probabilistic.

Accelerarea tuturor proceselor economice, începând cu cel al inovației, trecând prin înnoirea produselor, și a metodelor de vânzare și terminând cu luarea deciziilor generează un formidabil detonator de irațional.

Orice activitate economică implică riscuri dar cu adevărat riscante sunt activitățile instituțiilor financiare, care prin natura lor oferă servicii unor clienți care investesc sume de bani și speră la un procent de rentabilitate serios, bazându-se pe prognoze, promisiuni privind titlurile analizate.

Importanța mare și impactul major al activității instituțiilor financiare nebankare pe piața creditului și a celorlalte servicii financiare au determinat autoritățile de supraveghere a pieței financiare să elaboreze acte normative care să asigure cadrul legal al funcționării acestora, într-un climat prudent și sănătos:

Abordat din perspectiva câștigului sau a pierderii, riscul este specific proceselor manageriale, fiind întâlnit frecvent în literatura de specialitate sub denumirea de risc managerial sau risc speculativ. Acesta are două forme de manifestare: *Riscul întreprinzătorului* - asumat de managerul întreprinderii, și *riscul aleatoriu* – determinat de evenimente brutale, neprevăzute și care se finalizează în toate cazurile cu pierdere.

În vederea abordării aspectelor privind certitudinea și incertitudinea la nivel

The risk is present in all man's activities. The objective of risk's management is to keep under control, to prevent or reduce the loss of human lives, people's illnesses or accidents, material damages and losses as well as the impact on the surrounding environment.

The fact that each human action, especially the economic one, is governed by risk, it does not mean that rationality must be avoided for ever in order to make space for the subjective, hazard and accidental balance.⁹

In Knight's visions, the risk was characteristic to that decisional situation in which the decision maker could associate a mathematical probability to a succession of events, the uncertainty being, implicitly, that situation in which the evolution of events could not be expressed as a law or a probabilistic equation.¹⁰

The acceleration of all the economic processes, starting with that of the innovation, passing on to product development and sales methods an ending with the decision making process is generating an extraordinary detonator of irrational.¹¹

Any economic activity implies risks but the activities of the financial institutions are truly risky as through their nature they provide services to clients who invest amounts of money and hope for a serious capitalization percentage, based on forecasts, promises regarding the securities analysed.

The high importance and the major impact of the activity of non-banking financial institutions have determined the authorities supervising the financial market to draw up normative acts ensuring the legal framework of their operation, in a prudent and healthy climate.¹²

Approached from the perspective of gain or loss, the risk is specific to all the managerial processes, being frequently encountered in the speciality literature under the denomination of managerial risk or speculative risk¹³. The latter has two forms of manifestation: *the entrepreneur's risk* – taken by the manager of the enterprise and *the aleatory risk* – determined by brutal, unexpected events which all end up in all the cases with losses.

In order to approach the aspects

microeconomic, se pornește de la premise că finalitatea organizării este exterioară, pentru componentele firmei și interioară pentru sistemul productiv în cauză.

Activitatea unei societăți comerciale se desfășoară sub influența unor variabile de stare și a altora de dezvoltare. Vulnerabilitatea și incertitudinea sunt însoțitoare ale creșterii complexității structurilor economice moderne.

F. Knight a propus delimitarea noțiunii de risc de cea a incertitudinii, după opinia acestuia, riscul acoperă numai cazurile susceptibile a putea fi cuantificate, iar incertitudinea relaționează cu situațiile necuantificabile. Posibilitatea de cuantificare a situațiilor se reflectă în construirea unui set de probabilități care exprimă șansele de apariție a anumitor evenimente, sau rezultate posibile ale unei acțiuni. Incertitudinea se referă la situațiile în care decidentul nu știe sau nici nu poate determina probabilitatea obținerii diferitelor rezultate.

Oamenii încearcă tot timpul să diminueze incertitudinea, și caută să obțină siguranță. Angajații în diverse activități caută să aparțină unor grupuri care să îi ajute să-și stabilizeze nivelul veniturilor și să protejeze capitalul acumulat. Acest grup poate fi colectivul angajaților, guvernul, e.t.c. Aceste stiluri de viață în care oamenii sunt dependenți de venituri și într-o goană după acumularea de averi, îi determină pe membrii societății să devină din ce în ce mai vulnerabili la schimbări pe care nu le pot planifica și controla.

Ca și o extensie a activității umane, afacerile sunt de asemenea vulnerabile. Orice companie se confruntă cu riscul de a-și pierde un angajat cheie, datorită unei morți premature sau a unei probleme de sănătate, riscul de a-și pierde proprietăți imobiliare, datorită unor calamități naturale sau dezastre provocate de mâna omului, sau riscul de a determina anumite pierderi pentru alte persoane, pierderi datorate unor acțiuni proprii necorespunzătoare.

În condițiile creșterii numărului de persoane, și a proprietăților deținute de acestea, a complexității serviciilor, a activităților industriale și de producție, companiile

regarding certainty and uncertainty at the microeconomic level, they start from the premise that the aim of the organization is external for the firm's components and internal for that particular productive system.¹⁴

The activity of a business entity takes place under the influence of variables of state and variables of development. Vulnerability and uncertainty are followers of the increase of the complexity of modern economic structures¹⁵.

F. Knight suggested the delineation of the notion of risk from that of uncertainty as, in his opinion, the risk covers only the cases susceptible to be quantified and uncertainty relates with unquantifiable situations. The possibility to quantify the situations is reflected in the creation of a set of probabilities expressing the chances for some events to occur or possible results of an action. Uncertainty refers to the situations in which the decision maker does not know or cannot determine the probability to obtain different results.¹⁶

People try all the time to diminish uncertainty and they look for certainty. Employees doing different activities try to belong to some groups which could help them stabilize the level of income and protect the capital accumulated. This group can be the staff, the government etc. These styles of life in which people are addicted to revenues and in a continuous race for wealth, determines the members of the society to become more and more vulnerable to changes they cannot plan and control.

As an extension of human activity, businesses are also vulnerable. Any company facing the risk to lose a key employee, due to an early death or a health problem, the risk to lose some real estate due to natural calamities or disasters made by man or the risk to determine certain losses for other people, losses due to some improper actions.

Due to the increase of the number of people and of the estates held by them, of the complexity of services, industrial and production activities, the companies admit that currently are exposed to risks bigger than ever.

Successful businesses create more and more efficient decisional strategies, strategies

recunosc că în prezent sunt expuse la riscuri mai mari decât oricând.

Afacerile de succes crează strategii decizionale din ce în ce mai eficiente, strategii pentru atragerea celor mai bune resurse umane, strategii de producție, proiecte de management, politici de preturi, decizii de marketing. Afacerea eșuează datorită unei decizii nepotrivite sau datorită unui amalgam de decizii nepotrivite.

Riscul este universal și se regăsește în cadrul tuturor activităților economice, în cadrul firmelor private sau unităților de stat.

2. Tipuri de riscuri prezente pe piața comerțului cu amănuntul din Romania.

2.1. Inovațiile tehnologice

Ritmul rapid de evoluție a sistemelor economico-sociale determină apariția a numeroase schimbări. Inovațiile tehnologice, intensificarea concurenței în majoritatea piețelor creează necesitatea unei atenții sporite acordate riscului, iar contextul actual al crizei economice amplifică accentul pus pe managementul riscurilor.

Pentru majoritatea indivizilor, termenul de risc are conotații negative, dar nu și pentru o firmă care operează în domeniul tehnologiei informației, unde riscul este unul din factorii cheie de succes. Succesul unei astfel de firme depinde foarte mult de capacitatea sa de inovare, iar inovația reprezintă asumarea de riscuri.

Abordarea riscului ca oportunitate este recentă și a generat preocupări în cadrul strategiilor de răspuns la risc. Odată cu aceasta a devenit din ce în ce mai cunoscută noțiunea de sistem integrat de managementul riscului.

Abordarea riscurilor din prisma organizațiilor trebuie să fie în concordanță cu tipul activității acestora și cu totalitatea caracteristicilor piețelor și mediilor în care ele acționează ca agenți economici și sociali. Astfel administrarea riscului poate avea nivele diferite de profesionalism de la o organizație la alta, însă indiferent de maturitatea sistemului de management al riscului implementat, el aduce necondiționat unele beneficii:

- Creează și protejează valoare în

meant to attract the best human resources, production strategies, management projects, price policies, and marketing decisions. The business fails due to an unsuitable decision or due to an amalgam of improper decisions.

The risk is universal and it can be found in all the economic activities, in the private firms or state entities.

2. Types of risks present on the retail market in Romania

2.1. Technological innovations

The rapid evolution rhythm of the economic-social systems determines the occurrence of numerous changes. Technological innovations, the intensification of competition in the majority of markets create the necessity of an increased attention to risk and the current context of the economic crisis is amplifying the emphasis on the risk management.¹⁷

For the majority of individuals, the term of risk has negative connotations, but not for a firm operating in the field of information technology where the risk is one of the key factors of success. The success of such a firm highly depends on its ability to innovate and innovation means taking risks.¹⁸

Approaching the risk as an opportunity is recent and it has generated preoccupations within the risk answering strategies. With it, it has become better and better known the notion of integrated system risk management.¹⁹

Approaching the risks from the point of view of organizations must be in accordance to the type of their activity and the totality of the characteristics of the markets and the environments where they act as economic and social agents. Thus, the risk's management can have different levels of professionalism from an organization to another, yet, no matter the maturity of the implemented risk management, it may absolutely bring some benefits²⁰:

- It creates and protect value within the organization – by using the opportunities noticed and avoiding the competition's threats
- It ensures the compliance with

cadrul organizației – prin exploatarea oportunităților observate și evitarea amenințărilor venite de la concurenți

- Asigură respectarea legislației în domeniul gestionării riscului
- Sporește gradul de încredere al stakeholderilor organizației

Dintre activitățile de management, cea mai mare prezență a riscului se înregistrează în cadrul procesului decizional. Având în vedere că deciziile în condiții de risc se adoptă întotdeauna pe baza unei ipoteze privind rezultatele potențiale ale fiecărei variante de decizie în parte, un rol important este acordat preferințelor decidentului pentru aceste rezultate. De aici se evidențiază importanța individului ca reprezentant al firmei, al cărui comportament, personalitate, competență influențează riscul asumat în procesul decizional.

2.2. Concurența

Unul dintre marile riscuri cu care se confruntă piața comerțului cu amănuntul este **concurența**. Mediul de afaceri modern se caracterizează prin creșterea numărului de magazine de toate tipurile, respectiv, creșterea ofertei furnizorilor, a competiției globale, și a exigenței clienților.

În zilele noastre magazinele întreprind numeroase măsuri pentru a se menține pe piață, încercând să se adapteze rapid la schimbările pieței.

Elemente fundamentale ale dezvoltării afacerii sunt: cercetarea, inovarea sistemică, managementul cunoașterii, integrarea, crearea de noi afaceri; personalul cunoștințele și aptitudinile acestora sunt de asemenea importante, acces la tehnologia informației și comunicării, e-business, design și producție computerizată. Sursa fundamentală a avantajului competitiv se regăsește în aspecte ca: excelență instituțională, mișcare cu rapiditate, resurse umane, parteneriat cu clienții, strategii diferențiate, strategii competitive.

Magazinele și-au creat strategii pentru a fi competitive:

the legislation in the field of risk management

- It increases the organization's stakeholders' degree of trust.

Among the management activities, the highest rate of risk presence is recorded within the decision making process. Taking into account that the decisions in conditions of risk are always adopted based on a hypothesis regarding the prospective results of each decision variant, an important role is given to the decision maker's preferences for these results. It results from here the individual's importance as a representative of the firm, whose behaviour, personality, and competence are influencing the risk taken in the decision-making process²¹

2.2. Competition

One of the main risks the retail market is dealing with is the **competition**. The modern business environment is characterized by the increase in the number of stores of all sorts, that is, the increase of the suppliers' offer, of the global competition and of the clients' exigency.

Nowadays, the stores take numerous steps in order to remain on the market, trying to rapidly adapt to the market changes.

The fundamental elements of a business development are: research, systemic innovation, knowledge management, integration, the setting up of new businesses; the personnel, their knowledge and skills are also important, the access to the information and communication technology, e-business, computerized design and production. The fundamental source of the competitive advantage is to be found in aspects like: institutional excellence, rapid movement, human resources, and partnerships with the clients, differentiated strategies, and competitive strategies.²²

The stores have created strategies in order to stay competitive:

The representative of an important operator on the retail market mentioned in an interview²³ some of the permanently used leverages in order to keep and even increase the number of clients:

Reprezentantul unei mare operator pe piața comerțului cu amănuntul prezenta într-un interviu câteva pârghii utilizate permanent cu scopul de a menține și chiar crește numărul de clienți:

- Oferă cele mai mici prețuri la coșul zilnic de produse
- Dispune de o echipă de lucru excelentă, instruită continuu, relații de muncă construite în timp, bazate pe respect, responsabilitate, care pot să mențină excelente relații cu clienții
- Diversifică permanent asortimentul de mărfuri și servicii
- Se adaptează la nevoile clienților prin listarea la raft a unor produse solicitate de clienți
- Păstrarea unei curățenii imecabile în toată unitatea, aspect deosebit de important.

2.3. Contractarea comercială

Contractarea - regimul legal al contractării, poate să constituie un alt risc al operatorilor pieței de comerț cu amănuntul și în general al oricărei întreprinderi.

Nerespectarea clauzelor contractuale de către un furnizor, privind cantitatea și calitatea produselor ce trebuie livrate, aspecte legate de termene și condiții de livrare pot avea cu siguranță consecințe financiare sau legislative serioase, negative, dar impactul determinat de reacția rapidă a consumatorului afectează negativ nivelul vânzărilor magazinului.

Nereșita renegocierilor privind aprovizionarea cu un produs prezent până în acel moment în magazin, constituie alt aspect al riscului provenit din contractare. Negocierile cu un mare producător, furnizor al unui produs deosebit de cunoscut și cumpărat, generator de fluxuri financiare importante, pot fi greoaie, producătorii având în aceste condiții avantaje.

Magazinele, aflate în lupta cu concurența trebuie să ofere la raft prețuri competitive, pentru a-și putea păstra sau crește numărul de clienți. În măsura în care un produs nu este disponibil la raft, clientul va căuta să îl achiziționeze din alt magazin, fapt care generează scăderea vânzărilor determinată de posibila decizie a consumatorului de a achiziționa întreaga listă de produse necesare

- They offer the lowest prices for the Daily art

- They have an excellent team, continuously trained, work relations built in time, based on respect, responsibility, which can maintain excellent relations with the clients

- They permanently diversify the range of goods and services

- They adapt to the clients' needs by listing on the shelf some products requested by the clients

- They keep perfect clean in entire entity, an extremely important aspect.

2.3. Commercial contracting

The contracting – the legal regime of contracting can represent another risk of the operators on the retail market and generally of any enterprise.

A supplier's non-compliance with the contracting clauses, concerning the quantity and quality of products to be delivered, aspects concerning the delivery terms and conditions can certainly have seriously negative financial or legislative consequences, but the impact determined by the rapid reaction of the consumer negatively affects the level of the store's sales.

The failure of the re-negotiations concerning the store supply with a certain product, present until that moment in the store, represents another aspect of the risk originating in contracting. The negotiations with an important producer, supplier of a well-known and requested product, a product which generates important financial fluxes, can be difficult, the producers being, in these circumstances, in advantage.

The stores, in the fight with the competition, must provide on the shelf competitive prices in order to keep or increase the number of clients. To the extent to which a product is not available on the shelf, the client will try to purchase it from another store, a thing which generates the decrease of the sales determined by the consumer's possible decision to purchase the entire list of necessary products from a competition store.

2.4. Economic conjuncture

Certainly, the economic conjuncture

dintr-un magazin concurent.

2.4. Conjunctura economică

Desigur conjunctura economică reprezintă un alt factor de risc cu care se confruntă piața comerțului cu amănuntul, de altfel prezent în întreaga activitate economică.

Datele publicate de Institutul Național de Statistică arată scăderi ale cifrei de afaceri: de exemplu în anul 2009, comparativ cu anul 2008, volumul cifrei de afaceri pentru comerțul cu ridicata și cu amănuntul, s-a redus cu 36,5 la sută, scădere cauzată de evoluția comerțului cu autovehicule, care a scăzut cu 44,2 la sută.

Tabel nr.1. Evoluția Cifrei de Afaceri din comerțul modern, corespunzătoare principalelor trei mari grupuri:

Grup de firme, Rețele operate	CA în 2009 (milioane euro)	CA în 2008 (milioane euro)
Metro Cash&Carry, Real	1900	2120
Selgros Cash&Carry, Billa, Penny Market	1400	1550
Carrefour, Carrefour Market	954	1000
Total	4254	4670

Sursa: realizat de autor pe baza datelor preluate din articolul <http://www.zf.ro/companii/cum-a-lovit-crizala-varful-comertului-primele-trei-grupuri-au-avut-vanzari-mai-mici-cu-10-6125182/>.

Afacerile celor mai mari trei grupuri din comerțul cu amănuntul, Metro, Rewe și Carrefour, au înregistrat scăderi ale vânzărilor pe parcursul anului 2009, deși actionarii au investit sume în valoare de 200 milioane de euro în extinderea magazinelor cu 93.000 de metri pătrați a suprafețelor de vânzare. Cele doua rețele de profil, Metro și Selgros, au raportat pentru anul 2009, scăderi ale vânzărilor în euro, de 17%, comparativ cu 2008.

De cealaltă parte, singurele rețele din clasament a căror Cifra de afaceri a înregistrat creșteri, au fost Real Hypermarket și Penny Market. Avansul afacerilor Penny Market - de 7% - poate fi pus pe seama exploziei

represents another risk factor the retail market is dealing with, otherwise present in the entire economic activity.

The data published by the National Institute of Statistics show decreases in the turnover: for example in 2009, compared to 2008, the volume of the turnover for the retail trade reduced with 36.5 %, a decrease caused by the evolution of the automobile trade, which decreased with 44.2 %²⁴.

The Evolution of the Turnover in the modern trade, corresponding to the three main groups²⁵:

Group of firms, Operated networks	Turnover in 2009 (millions of Euro)	Turnover in 2008 (millions of euro)
Metro Cash&Carry, Real	1900	2120
Selgros Cash&Carry, Billa, Penny Market	1400	1550
Carrefour, Carrefour Market	954	1000
Total	4254	4670

Table 1. Source: made by the author based on the data taken from the article: <http://www.zf.ro/companii/cum-a-lovit-crizala-varful-comertului-primele-trei-grupuri-au-avut-vanzari-mai-mici-cu-10-6125182/>.

The businesses of the three main retail trade groups, Metro, Rewe and Carrefour, recorded decreases in sales during 2009, therefore the shareholders invested amounts of money worth 200 million Euros in the expansion of the stores with 93,000 square metres of the selling surfaces. The two relevant networks, Metro and Selgros, reported for 2009, a decrease of the sales in Euro of 17% compared with 2008²⁶.

On the other side, the only networks in the classification whose Turnover recorded increases, were Real Hypermarket and Penny Market. The progress of the Penny Market businesses - of 7% - may be due to the explosion of cheap products sale and for Real, the increase is due to the expansion, the increase of the selling surfaces in 2009 the company having four hypermarket opening, this group having in 2009 the highest

vânzărilor de produse ieftine, iar în cazul Real creșterea se datorează expansiunii, creșterii suprafețelor de vânzare, în cursul anului 2009, compania având patru deschideri de hipermarketuri, acest grup având în anul 2009, cel mai mare buget de expansiune din comerț, de 100 de milioane de euro.

Grupurile Metro, Rewe și Carrefour au realizat în anul 2009 afaceri cumulate de 4,2 miliarde de euro, adică peste jumătate din comerțul cu amănuntul din România, segmentul marilor lanțuri de magazine. Bilanțurile celor trei mari grupuri s-au redus în anul 2009 cu 416 milioane de euro, adică 10% din valoarea cumulată a vânzărilor din anul 2008. Șase din șapte rețele pe care aceștia le operează au mizat pe expansiune, însă strategiile de investiții au fost diferite. Metro a fost singura rețea fără proiecte de extindere finalizate anul trecut.

În timpul crizei economice, cel mai precaut în expansiune a fost grupul francez Carrefour; care a oprit investițiile în segmentul hipermagazinelor, având un buget de 40 milioane de euro, aproape un sfert din planul de afaceri stabilit în perioada 2006-2007 pentru următorii cinci ani. Cel mai mare competitor al său, Real, a mers în expansiune cu aceeași strategie agresivă de creștere a cotei de piață, iar reprezentanții grupului au declarat anterior că diminuarea ritmului în criză a fost "din motive tehnice" - lipsa proiectelor de parcuri de retail de pe piață. Și operatorii Kaufland și Auchan și-au menținut strategiile de extindere gândite anterior crizei, în timp ce Cora și-a intensificat eforturile de găsire a unor locații noi.

În ansamblu activitatea de comerț cu amănuntul, respectiv operatorii comerțului modern, marile rețele de magazine, au realizat în anul 2009 investiții în valoarea de circa jumătate din valoarea bugetelor alocate pentru expansiune în anul 2008.

Concluzii

- Riscul este o componentă a tuturor activităților de administrare, indiferent dacă este vorba de o activitate mai simplă sau mai complexă

expansion budget in the trade, of 100 million Euro.²⁷

Metro, Rewe and Carrefour Groups made in 2009 cumulated businesses worth 4.2. Billion Euro, that is over half of the retail trade in Romania, the supermarket chain segment. The balance sheets of the three groups were reduced in 2009 with 416 million Euros that is 10% of the cumulated value of the 2008 sales. Six of seven networks that these operate place their stake on expansion, but the investments strategies were different. Metro was the only network without expansion projects finished last year.²⁸

During the economic crisis, the most cautious regarding the expansion was the French group Carrefour, which ceased the investments in the hypermarket segment, having a budget of 40 million Euro, almost a quarter of the business plan set up in 2006-2007 for the following five years. Its most important rival, Real, continued the expansion with the same aggressive strategy by increasing the market share and the representatives of the group had previously stated that the diminishing of the crisis rhythm was due to "technical reasons" – the lack of retail park projects on the market. Also, the operators Kaufland and Auchan maintained their expansion strategies set up before the crisis, while Cora increased the efforts to find new locations.

As a whole, the retail trade activity, that is the modern trade operators, the large store chains, made in 2009 investments worth almost half of the budgets allotted for expansion in 2008.

Conclusions

- The risk is a component of all the management activities, no matter it is about a simpler or more complex activity
- As an extension of the human activity, businesses are also vulnerable. Any company has to face the risk
- Companies' approaching the risks is in accordance to their type of activity and the totality of the characteristics of the markets and environments where they operate.

- Ca și o extensie a activității umane, afacerile sunt de asemenea vulnerabile. Orice companie se confruntă cu riscul
- Abordarea riscurilor de către companii este în concordanță cu tipul activității acestora și cu totalitatea caracteristicilor piețelor și mediilor în care acestea își desfășoară activitatea.
- Riscurile prezente pe piața comerțului cu amănuntul din România sunt următoarele: inovația tehnologică, concurența, conjunctura economică, contractarea comercială.
- The risks presents on the Romanian retail trade market are the following: technological innovation, competition, economic conjuncture, commercial contracting.

Bibliografie

Szatmari Miclea Camelia – *Evaluarea și gestionarea riscului în întreprinderi mici și mijlocii*, Editura Universității de Vest, Timișoara, 2003

Vișoiu I., Rusu C., *Implementarea managementului riscului la nivel organizațional*, Editura Economică, București, 2010

Ceocea C., *Riscul în activitatea de management*, Editura Economica, București, 2010

Prunea P., *Riscul în activitatea economică-Ipostaze și factori.Modalități de reducere*, Editura Economică, București, 2003

Knight F.K., *Risk, Uncertainty, and Profit*, Boston, Houghton Mifflin, 1921, preluat după Păun Cristian, *Gestiunea Riscului în afacerile Internaționale*, Editura Universitară, București, 2009

Mihai I., Velicu Ileana Cosânzeana , *Managementul Riscurilor în cadrul Instituțiilor financiare nebancale*, Editura Economică, București, 2008

<http://www.capitalul.ro/macro-economie/volumul-cifrei-de-afaceri-din-comert-in-scadere-cu-37-3-la-suta-in-2009.html>

<http://www.zf.ro/companii/cum-a-lovit-criza-la-varful-comertului-primele-trei-grupuri-au-avut-vanzari-mai-mici-cu-10-6125182>

Bibliography

Szatmari Miclea Camelia – *Evaluarea și gestionarea riscului în întreprinderi mici și mijlocii*, Editura Universității de Vest, Timișoara, 2003

Vișoiu I., Rusu C., *Implementarea managementului riscului la nivel organizațional*, Editura Economică, București, 2010

Ceocea C., *Riscul în activitatea de management*, Editura Economica, București, 2010

Prunea P., *Riscul în activitatea economică-Ipostaze și factori.Modalități de reducere*, Editura Economică, București, 2003

Knight F.K., *Risk, Uncertainty, and Profit*, Boston, Houghton Mifflin, 1921, preluat după Păun Cristian, *Gestiunea Riscului în afacerile Internaționale*, Editura Universitară, București, 2009

Mihai I., Velicu Ileana Cosânzeana , *Managementul Riscurilor în cadrul Instituțiilor financiare nebancale*, Editura Economică, București, 2008

<http://www.capitalul.ro/macro-economie/volumul-cifrei-de-afaceri-din-comert-in-scadere-cu-37-3-la-suta-in-2009.html>

<http://www.zf.ro/companii/cum-a-lovit-criza-la-varful-comertului-primele-trei-grupuri-au-avut-vanzari-mai-mici-cu-10-6125182>