

ОЦІНКА РИЗИКІВ В ПРОЦЕСІ ПРИЙНЯТТЯ ГОСПОДАРСЬКИХ РІШЕНЬ НА ПРИКЛАДІ ВАТ "ВІНТЕР"

В умовах ринкової економіки ризик є ключовим елементом підприємництва. Розвиток підприємництва в Україні спричиняє необхідність вивчення проблем, зв'язаних з ризиками. В умовах політичної й економічної нестабільності ступінь ризику значно зростає. Актуальність обраної тематики роботи полягає у необхідності запобігання вибору підприємством заздалегідь відомих напрямків діяльності, які призведуть до послаблення фінансового стану підприємства, втрати іміджу, послаблення конкурентних позицій на ринку та банкрутства.

Метою даної роботи виступає розгляд можливості використання методів оцінки ризику на прикладі визначення доцільності прийняття управлінських рішень. Об'єктом дослідження виступає промислове підприємство м. Донецька ВАТ "Вінтер", яке спеціалізується на виробництві морозива та заморожених напівфабрикатів.

На даний момент ВАТ "Вінтер" знаходиться у десятці найбільших виробників морозива України із часткою національного ринку близько 2,4%. Але, підприємство поступово втрачає свої конкурентні позиції, що пов'язано із внутрішніми проблемами на ВАТ "Вінтер", які представлені на рис. 1

Як один із шляхів, пов'язаних із вирішенням проблеми підприємства у сфері маркетингової політики було обрано стратегію, спрямовану на збільшення рекламних площ. Серед розглянутих видів розміщення реклами продукції ВАТ "Вінтер", найбільш привабливими були визначені наступні: реклама на телебаченні, реклама на світлодіодних екранах та реклама на міському транспорті.

Наступним кроком нашого аналізу стало визначення найбільш ефективного та найменш ризикованого водночас способу розміщення реклами з

переліку вищезазначених. За допомогою рейтингової оцінки телевізійних каналів України та аналізу вартості розміщення рекламного роліку на кожному, був визначений найбільш вдалий із них. У результаті порівняння витрат на розміщення реклами на телебаченні, міському транспорті та світлодіодних екранах було прийнято рішення про доцільність використання реклами на транспорті та телебаченні.



Рис.1 Основні проблеми ВАТ "Вінтер" та можливі шляхи їх вирішення

За допомогою статистичного методу оцінки ризику (табл. 1) було виявлено, що ступінь ризикованості, який характеризується показником варіації, для розміщення реклами на транспорті значно менший від реклами на телебаченні і складає відповідно 0,203 та 0,35.

Таблиця 1

Оцінка ризикованості розміщення реклами

| Варіант А – Розміщення реклами на транспорті | | | |
|---|---|------|------|
| Кількість випадків | 90 | 60 | 50 |
| Імовірність | 0,45 | 0,30 | 0,25 |
| Прибуток | 150 | 200 | 250 |
| Середнє очікуване значення прибутку | 150,0*0,45+200,0*0,30+250,0*0,25= 190 тис.грн | | |
| Варіант Б – Розміщення реклами на телебаченні | | | |
| Кількість випадків | 85 | 60 | 50 |
| Імовірність | 0,425 | 0,30 | 0,25 |
| Прибуток | 140 | 190 | 255 |
| Середнє очікуване значення прибутку | 140,0*(0,425) + 190,0* (0,3) + 255,0*(0,25) =180,25 тис.грн | | |

Завдяки проведеним розрахункам було визначено, що укладення угоди на рекламу на транспорті менш ризиковане, а від реклами на телебаченні слід відмовитись.

Для розв'язання проблеми підвищення конкурентоздатності підприємства було проведено оцінку ефективності співпраці з постачальниками, з якими співпрацює ВАТ "Вінтер" методом експертних оцінок (табл. 2)

Таблиця 2

Експертна оцінка ризиків, пов'язаних з постачанням сировини

| <i>Ризики пов'язані з постачальниками</i> | <i>Вага ризику</i> | <i>думка експертів (бали)</i> | | | | | <i>Інтегральна оцінка</i> |
|--|---------------------------|--------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------------------------|
| | | <i>1</i> | <i>2</i> | <i>3</i> | <i>4</i> | <i>5</i> | |
| Несвоєчасна поставка сировини | 0,21 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 0,546 |
| Поставка однієї сировини по цінам іншої | 0,13 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 0,156 |
| Ушкодження сировини під час транспортування | 0,19 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 0,342 |
| Постачальники не виконують умов контракту | 0,14 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 0,252 |
| Підвищення цін | 0,09 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 0,18 |
| Частка привезеної сировини бракована | 0,18 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 0,36 |
| Форс-мажорні обставини | 0,06 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 0,072 |
| Заголом | 1 | | | | | | |

Аналізуючи цю таблицю можна зробити висновок, що за результатами експертного методу найбільш вірогідний ризик, це ризик пов'язаний з несвоєчасним постачанням сировини (0,546), а також з псуванням сировини під час транспортування (0,342). Найменша вірогідність ризику пов'язана з форс-мажорними обставинами (0,072) і постачання однієї сировини за цінами іншого.

Таким чином, в ході проведеного дослідження були використанні різні методики оцінки ризику господарських рішень на прикладі ВАТ "Вінтер". Нами були винайдені найбільш прийнятні, серед проаналізованих, шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства, які можуть бути практично застосовані підприємством та використані в подальшій діяльності у майбутньому.