

УПРАВЛІННЯ РИНКОВИМ РИЗИКОМ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ

Досліджено фактори ризику у діяльності аграрних підприємств. Акцентовано на сутності ринкового ризику, визначено та охарактеризовано рівні управління ним. Оцінено стан державного регулювання ринкового ризику сільськогосподарських підприємств.

Author has researched risk factors of the activity of agrarian enterprises. Emphasis were placed on the content of market risk, levels of risk management were determined and characterized. State of public regulation of market risk at agricultural enterprises was evaluated.

Ключові слова: ризик, фактори ризику, аграрний сектор, ринковий ризик.

Постановка проблеми. Процеси реформування аграрного сектора в Україні проходять непросто. На сьогодні їх результатом є складний фінансовий стан сільськогосподарських підприємств, значне зменшення поголів'я та збитковість тваринницької галузі, зниження рівня життя у сільській місцевості. Однією з причин такого стану є те, що на початку реформ в аграрному виробництві не були враховані можливі ризики реформування та їх вплив на результати діяльності сільськогосподарських підприємств, а також не були напрацьовані адекватні інструменти та механізми їх мінімізації.

Ризики у сільському господарстві зумовлені також вразливістю виробництва щодо зміни природних факторів, фінансовою слабкістю підприємств, диспаритетом цін на сільськогосподарську та промислову продукцію, мінливою кон'юнктурою ринку та іншими факторами. Вступ України до СОТ актуалізує проблему ринкового ризику, що зумовлює необхідність розробки теоретичних та методологічних засад управління ним.

Аналіз останніх досліджень чи публікацій. Дослідженню питань управління ризиком присвячені праці таких вчених як А. Альгін, В. Андрійчук, В. Гранатуров, І. Балабанов. Теоретико-методологічні засади інтегрованого ризик-менеджменту розроблені І. Бланком, В. Вітлінським, А. Камінським та ін. вченими. Проблеми ринкових, у тому числі маркетингових ризиків, висвітлюються у працях В. Шарпа, С. М. Ілляшенка, І. І. Івченка, Н. І. Машиної. Попри досить всебічне обґрунтування сутності ризиків, факторів їх виникнення та методів попередження і усунення потребують поглибленого аналізу такі аспекти проблеми, як розробка механізму управління ринковими ризиками сільськогосподарських суб'єктів господарювання та освоєння нових ефективних методичних інструментів ризик-менеджменту.

Постановка завдання. Пропонована стаття має на меті акцентувати на необхідності консолідації зусиль держави і суб'єктів аграрного виробництва щодо системного управління ринковим ризиком в умовах членства України у СОТ. У цьому контексті потребують систематизації фактори ринкового ризику, види і характер ризиків, детермінованих ними, рівні та методи ризик-менеджменту.

Виклад основного матеріалу. Система ринкових відносин об'єктивно зумовлює існування ризику у всіх сферах господарської діяльності. Сільськогосподарські товаровиробники здійснюють свою діяльність в умовах загрози різних видів ризиків. Факторами ризику аграрних підприємств є: низький операційний рівень рентабельності основного бізнесу, який зужує можливості залучення позикових коштів під основний бізнес за існуючих процентних ставок; сезонність виробництва та мінлива урожайність, які суворо обмежують терміни залучення та обслуговування позикових засобів рамками маркетингового року (сезону); високий рівень інфляції, який зумовлює вірогідність цінкових ризиків; мінлива поведінка партнерів, покупців, конкурентів, зміни у секторах та сегментах ринку.

Ринковий ризик, властивий суб'єктам аграрного виробництва, спричинений процесами, що відбуваються у ринковому середовищі в цілому. Він є досить складним і багатофакторним явищем. Найвідчутніше впливають на виникнення ринкового ризику кон'юнктура ринку, конкуренція, коливання цін, інфляція, розвиненість та ефективність збутових каналів, маркетингова діяльність підприємств тощо.

Ринковий ризик більшою мірою проявляється на етапі реалізації продукції. Вступ до СОТ посилив конкурентне навантаження на аграрний сектор української економіки. За вимогами СОТ пряма державна допомога суб'єктам господарювання скорочується, що зужує можливості їх фінансування. Членство в СОТ не лише широко відкриває сільськогосподарським підприємствам західноєвропейський та світові ринки, а й так само відкриває український ринок для закордонних виробників. Від цього потерпають, в першу чергу, неконкурентоспроможні та неефективні підприємства.

Збільшення обсягів імпортової продукції на внутрішньому ринку, кращої за якість та асортиментом, призводить до загострення конкуренції на ринку. Конкуренція є визначальним фактором впорядкування цін, стимулом інноваційних процесів (запровадження в виробництво нових винаходів та технологій), спонукає до раціонального використання ресурсів. Зростає роль і значимість маркетингових зусиль у завоюванні ринку. Маркетинг покликаний забезпечити вироблення стратегії щодо подолання невизначеності середовища господарювання і збуту. Ціни як на готову продукцію, що виробляється сільськогосподарськими підприємствами, так і на засоби виробництва, варіюють, що і створює ринковий ризик. Важливо, що чим більш нестабільною є загальноекономічна ситуація, чим сильнішими є інфляційні процеси, тим більш нестійкими є ціни на продукцію та ресурси.

Джерелом цінкових ризиків є і обсяги виробництва певних видів сільськогосподарської продукції. Оскільки попит на сільськогосподарську продукцію залежить від різних чинників (ціна, якість, сезонність, заміщення іншими видами продукції), ця категорія ризиків є дуже рухливою. Як відомо, в ринкових умовах ціна формується як результат дії постійно мінливої системи попиту-пропозиції. На ринку сільськогосподарської продукції ціна формується під впливом попиту і пропозиції з урахуванням конкуренції з боку інших товаровиробників. Чим точніше ціни відображають взаємодію попиту та пропозиції, тим точнішими будуть і управлінські рішення, які приймаються суб'єктами ринкових відносин та органами державного регулювання.

Відповідно до концепції маркетингу, успіх матиме те підприємство, яке створить вищу споживчу якість і задовольнить споживача краще, ніж конкуренти. Тому маркетингові зусилля сільськогосподарських підприємств мають максимально спрямовуватись на досягнення стратегічної переваги своєї продукції, позиціонуючи її як екологічну, натуральну, доступну за ціною тощо. Поведінка споживачів є надзвичайно мінливою і змінюється у досить широких межах – від невпевненої до складної. Тому вмиле позиціонування продукції на ринку має бути переконливим та привабливішим від пропозиції конкурентів. Таким чином, використання маркетингу є важливим управлінським важелем, хоча також ризиковим як у плані окупності затрат на нього, так і в плані правильності і обґрунтованості маркетингових рішень.

Якщо ринковий ризик визначається зміною стадій економічного циклу в країні, або кон'юнктурою

на ринку і детермінується інфляцією, поведінкою конкурентів, споживачів, то маркетинговий ризик, як підкреслює Л. В. Михайловська-Ясюченко, «пов'язаний з імовірністю виникнення втрат під час збуту продукції та взаємодії з контрагентами і партнерами у процесах організації продажу» [8]. За своєю суттю маркетинговий ризик є також ринковим. Більш широке його трактування дає С. М. Ілляшенко, наголошуючи на тому, що маркетингова діяльність спрямована на визначення, аналіз і урахування факторів, які впливають на процеси виробництва продукції і її просування на ринку. Важливі маркетингові рішення приймаються на основі неповної, неточної та суперечливої інформації, тобто в умовах ризику і його необхідно належним чином оцінювати і враховувати [5].

Різноманітність факторів ринкового ризику, що ускладнюють умови стабільної роботи підприємств, підвищують роль і значення систематизованого управління ризиками. Методи і інструменти (дії), що знижують ризик несприятливих результатів становлять суть ризик-менеджменту. Процес управління ризиком включає підготовку та реалізацію заходів щодо попередження та нівелювання негативних наслідків ухвалення помилкового рішення. Управління ризиком складається з об'єкта та суб'єкта управління і відбувається на двох супідрядних рівнях – виконавчому та координуючому (рис. 1).



Рис. 1. Функціональна структура управління ризиком на підприємстві [5]

На виконавчому рівні здійснюється оцінка і постійний контроль рівня ризику, який виникає в процесі функціонування підприємства, та управління ним шляхом підготовки рішень щодо вжиття коригуючих заходів. Оцінка ризику включає сукупність регулярних процедур його діагностики, ідентифікації джерел виникнення, визначення можливих масштабів та наслідків, вагомості кожного з джерел (чинників) у загальному профілі ризику.

На координуючому рівні ризиковими подіями здійснюються командно-контрольні процедури щодо узгодження усіх ланок системи управління ризиком відповідно до цілей підприємства. Процедури управління ризиком здійснюються у просторі та часі: вказуються терміни проведення робіт, форма і обсяг представлення результатів, задаються склад і порядок виконання, процедура аналізу і оцінки рівня ризику, готується необхідна нормативна та довідкова інформація, збирається поточна інформація, розробляються заходи щодо зниження рівня ризику і доводяться до відома керівництва підприємства.

Керованою змінною при цьому є розрахункова величина – рівень ризику, яку, застосовуючи ті чи інші інструменти, доводять до прийнятного значення. Суб'єктом управління ризиком є (має бути) на підприємстві відповідний підрозділ або менеджер. Оскільки сільськогосподарські підприємства не мають у своїй управлінській структурі кваліфікованих фахівців з управління ризиками, їм варто користуватися послугами консалтингових фірм або дорадчих служб.

У практиці відомі різноманітні способи (методи) зниження рівня ризику. Серед них – ухилення від ризику, локалізація ризику, розподіл та компенсація ризику. Щоб уникнути ринкових ризиків підприємство повинно володіти інформацією щодо кон'юнктури ринку, надійності партнерів, контрагентів, постачальників, їх репутації, фінансово-економічного стану тощо. Таку інформацію здобуває підприємство у процесах маркетингових досліджень та маркетингової діяльності.

Цінові ризики, які по суті є також ринковими, частково бере на себе держава, запроваджуючи державні форвардні закупівлі сільськогосподарської продукції, зокрема зерна, порядок проведення яких регламентує Постанова Кабінету Міністрів України від 16 травня 2007 року, а також встановлюючи мінімальні та максимальні інтервенційні ціни на об'єкти державного регулювання терміном на маркетинговий рік (Наказ Міністерства аграрної політики № 487 від 14.07.2009). Успішне і широке

використання зазначених інструментів державного регулювання цінових ризиків значною мірою залежить від поінформованості про них сільськогосподарських суб'єктів господарювання та оперативності дорадчих служб у наданні їм методичної допомоги щодо оформлення пакета необхідних документів.

Фінансові ризики досить успішно можуть бути зменшені шляхом розподілу ризику з допомогою страхування, використання фінансових деривативів та інших інструментів.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Подальше вивчення проблеми управління ринковими ризиками потребує розробки алгоритму і механізму їх попередження та мінімізації.

Література

1. Армстронг Г. Маркетинг. Загальний курс : навч. посіб. – 5-те вид. / пер. з англ. / Г. Армстронг, Ф. Котлер. – М. : Видавничий дім «Вільямс», 2001. – 608с.
2. Вітлінський В. В. Аналіз, моделювання та управління економічним ризиком : навч. посібник / В. В. Вітлінський, П. І. Верченко. – К.: КНЕУ, 2000. – 292 с.
3. Дука А. П., Мисака Г. В. Застосування концепції інтегрованого ризик-менеджменту в дослідженні ризиків інвестиційної діяльності // Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. – № 6.
4. Івченко І. Ю. Моделювання економічних ризиків і ризикових ситуацій : навч. посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
5. Ілляшенко С. М. Економічний ризик: навч. посібник для студентів вищих навч. закладів. – К.: 2004. – 220 с.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг; пер. с англ., 2-е европейское издание. : уч. пос. – М.; СПб.; К.; Издательский дом «Вильямс», 2002. – 944с.
7. Машина Н. І. Економічний ризик і методи його вимірювання: навчальний посібник. – Київ : Центр навчальної літератури, 2003. – 188 с.
8. Михайловська-Ясюченко Л. В. Основні фактори, що формують маркетингові ризики підприємства // Маркетинг в Україні. – 2005. – № 3.
9. Пузирьова П. В. Вдосконалення управління фінансовим потенціалом підприємств шляхом мінімізації економічного ризику // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. – № 11.
10. Сахарцева І. І. Ризики економічної діагностики підприємства : навчальний посібник / І. І. Сахарцева, О. В. Шляга; за ред. І. І. Сахарцевої. – К. : Кондор, 2008. – 380 с.