

Аналіз якісних бізнес-факторів в управлінні ризиками

Науково-методичні підходи управлінського аналізу дозволяють виявити відповідність внутрішніх ресурсів та можливостей бізнесу його стратегічним завданням. Ефективність оцінювання фінансово-господарського стану суб'єкта господарювання залежить від чіткої побудови послідовності питань, що допомагають визначити рівень якісних параметрів, обраних для оцінки підприємницького ризику. Зауважимо на необхідність враховувати певні особливості функціонування сучасного бізнесу, зокрема: 1) перехід від індустріального до інтелектуального бізнесу; 2) функціонування малих бізнес-структур порівняно з великомасштабним виробництвом у минулих економічних умовах; 3) головними цінностями є людські ресурси порівняно з фінансовими ресурсами; 4) використання адаптованої до потреби ринку робочої сили, а не стандартизованої; 5) акцент робиться на зміни, а не на стабільність і т. ін. [1, с.28].

Широко застосовуються у методиках показники рентабельності. Це один з критеріїв інвестиційної привабливості підприємства, оскільки в узагальненому вигляді рентабельність характеризує наявність умов для розширення та розвитку підприємства, підвищення конкурентоспроможності його продукції, можливості самофінансування. Найчастіше до системи критеріїв відносять показники рентабельності власного капіталу, рентабельності активів, рентабельності продаж тощо. Доцільно враховувати, що фактична величина рентабельності – це номінальна рентабельність, що відрізняється від реальної на рівень інфляції. Реальна рентабельність характеризує купівельну спроможність підприємства. Порівняльний аналіз інформативності окремих коефіцієнтів рентабельності свідчить, що зростання їх значень свідчить не тільки про досягнення оптимальних обсягів діяльності або раціонального використання коштів, а також про відсутність страху ризиків (ризик – джерело рентабельності), тому зростання заборгованості буде сприяти збільшенню рентабельності власного капіталу (ефект важеля). Таким чином, підприємства з меншим рівнем рентабельності можуть генерувати менший фінансовий ризик для партнерів.

З метою ефективного використання методики управлінського аналізу доцільно спиратися на сутність вищезначених факторів. Розглянемо детальніше: 1) В оцінці ринку збуту приділяють увагу вивченню тенденцій та інтенсивності попиту, аналізують споживачів на ринку з боку платоспроможності цільового сегменту, прогнозують стабільність цін на ринку; 2) В оцінці галузі необхідним постає аналіз залежності від технології та спеціалізації; доступність, пропозиції та цінові тенденції на сировину та енергію; залежність від державної політики (постачання, регулятивні бар'єри); ціноутворення; інвестиційна привабливість; рівень та природа конкуренції (продукт або ціни); ступінь проникнення імпорту; загроза від товарів-субститутів; 3) В оцінці конкуренції постає необхідним аналіз розміру ринку, бізнес-позиції на ринку (питома вага суб'єкта господарювання); конкурентні переваги; купівельна спроможність споживачів; 4) Аналіз ефективності менеджменту та організації спрямований на вивчення власників та організаційної структури, а також ризиків персоналу; 5) Аналіз номенклатури та асортименту продукції (послуг) та методів ціноутворення; 6) Дослідження обсягів продаж, дистриб'юції, клієнтської бази, торгових умов.

На нашу думку, акцент на дослідження якісних параметрів, від яких залежить ефективність бізнес-процесів, дозволить встановити сильні та слабкі сторони діяльності суб'єкту господарювання (рис.1).

Якісні бізнес-фактори

Зовнішні фактори:

1. Оцінка ринку збуту (попит)
2. Оцінка галузі (пропозиція)
3. Конкуренція

Внутрішні фактори:

1. Менеджмент та організація
2. Продукти та послуги, що пропонуються
3. Продажі
4. Виробнича модель
5. Оцінка стратегії

Рис. 1 Зовнішні та внутрішні бізнес-фактори

Джерело: розроблено автором

Впровадження різних методик управління бізнес-процесами спрямовано на їх удосконалення та оптимізацію. Оптимізація бізнес-процесів – це комплекс взаємопов'язаних управлінських, організаційних та інформаційних заходів, об'єднаних певною технологією, спрямований на поліпшення показників як окремих процесів, так і показників діяльності підприємства в цілому з метою задоволення потреб та очікувань зацікавлених сторін [2, с.64]. Але складні методики, реалізація яких залежить від компетентних дій персоналу, поступово втрачають свою ефективність через нестачу спеціальних компетенцій користувачів даних методик, що є фактором певного ризику. Таким чином, вважаємо доцільним в розробці методичного інструментарію управлінського аналізу для середніх та невеличких організацій простежувати відповідність практичній спрямованості на швидкі результати не втрачаючи стратегічної лінії, враховувати особливості менеджменту українських бізнес-структур, спиратися на наявні приклади або типові розрахунки [3, с. 134]. Використання методу морфологічного аналізу у дослідженні напрямків збільшення обсягів продаж (очікуване збільшення продаж з урахуванням потреби ринка, ресурсного потенціалу підприємства та інноваційної складової) передбачає розподіл завдання на складові, в рамках яких здійснюється пошук найбільш раціональних ідей і способів їх досягнення.

Таким чином, управлінський аналіз бізнес-процесів у ланцюжку «стратегія бізнесу – ідеї бізнесу – система показників – варіанти управлінських рішень» дозволяє не тільки ідентифікувати ризики, а також дослідити сутність якісних факторів впливу на ризики для практичного застосування. Подальше дослідження в напрямку побудови збалансованої системи показників, що синтезує окремі індикатори-характеристики факторів як зовнішніх так і внутрішніх для оцінювання ступеню підприємницького ризику, відкриє нові можливості управлінського аналізу в досягненні стратегічних завдань бізнесу.

Список використаних джерел

1. Кібік, О.М. Теорія бізнесу: навчальний посібник / О.М. Кібік, К.В. Белоус. – К.: Алерта, 2012. – 256 с.
2. Корзаченко, О.В. Оптимізація бізнес-процесів українських підприємств: проблеми та перспективи / О.В. Корзаченко // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2013. – Випуск 3. – с.64 – 69
3. Аналітичні методи дослідження конкурентоздатності суб'єктів господарювання: монографія / Н.А. Волкова, Р.М. Волчек, О.М. Гайдаєнко, А.В. Коверда, А.Л. Коляда та ін.; Одеський національний економічний університет. – Одеса, Кримполіграфпапір, 2017. – 400 с.