

первинної і перетвореної енергії, природних енергетичних ресурсів у національному господарстві, що реалізується з використанням технічних, економічних і правових методів [6]. Це повинно сприяти раціональному використанню енергетичних ресурсів кожного виробника та споживача енергії.

Висновок. Сучасний розвиток економіки України повинен підтримуватись високоєфективною, технічно озброєною енергетикою, що має стати першим кроком для оздоровлення та росту економіки України.

Література

1. Агеев В.А. Нетрадиционные и возобновляемые источники энергии / В.А. Агеев. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2014. – 174 с.
2. Енергетична стратегія України на період до 2030 року [Електронний ресурс]: розпорядження Кабінету Міністрів України від 15.03.2006 р. № 145-р. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/signal/kr06145a.doc
3. Мица Н.В. Сутність та проблеми енергозбереження в Україні / Н.В. Мица // Сталий розвиток економіки, 2011. – № 4. – С.40-47.
4. Юдін М.А. Напрями вдосконалення політики енергозбереження в Україні / М.А. Юдін. – Праці одеського політехнічного університету. – 2011. – Вип. 3(37). – С. 237-240.
5. O Kitchenko, S Kuchina [Decision making on the direction of investment in the development of separate parameters of agricultural equipment Technology audit and production reserves](https://doi.org/10.26907/2542-0412.2020.4.11-17). – Харків : Технологічний центр, 2020. – Том 1, № 4 (51). – С.11–17. Режим доступу: <http://journals.uran.ua/tarp/article/view/198866>
6. Гевко Б. Р. Організаційно-економічний механізм енергозбереження на підприємстві: дис. канд. економ. наук: спец. 08.00.04 / Гевко Богдан Романович: Терн. нац. економ. ун-т. – Тернопіль, 2016. – 258 с.

УДК368.025.65

Кучіна С.Е.,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки і маркетингу,

Кулага В.С.,

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
Національний технічний університет «ХП», Харків

Стратегічне управління ризиками на підприємстві АТ «Світло шахтаря»

Використання різних методів кількісної оцінки ризику, незважаючи на значні труднощі, дозволяє підприємцям максимально уникнути ризикованих рішень та фінансових втрат[1-5].

Діяльність підприємства АТ «Світло шахтаря» супроводжується низкою

ризиків. Серед їх сукупності найбільш суттєвими є такі: ризик неуспішного налагодження системи збуту та каналів розподілу; ризик затримки платежів за відвантажену продукцію; ризик низької рентабельності продажу робіт та послуг; ризик високої собівартості послуг підприємств; ризик відсутності довгострокового планування показників фінансової діяльності підприємств; труднощі підприємства, пов'язані з укладанням договорів із постачальниками та споживачами (робіт, послуг).

Вибір оптимального споживача на базі оцінки ризику сприятиме прогнозуванню подальшої діяльності підприємства[5]. Для цього розробимо вибірку споживачів продукції АТ «Світло шахтаря», яка складається з фірм, що співпрацюють з підприємством не менше 5 років і купують продукцію на суму не менше 150 тис. грн. Це такі контрагенти, як ДТЕК - стратегічний холдинг, що розвиває бізнес в енергетичній галузі, а також веде видобуток вугілля та природного газу; ДП «Львіввугілля», включає 10 шахт; ВО «Волиньвугілля» — компанія в місті Нововолинськ, Волинської області, по вулиці Луцька, 1. Включає 5 шахт, які видобувають енергетичне вугілля; ПрАТ «Шахта Надія» .

Суми замовлень на 2019р. в усіх клієнтів АТ «Світло шахтаря» незначно збільшилась порівняно із попереднім роком. На даному етапі виникає необхідність оцінити ризик невдачі у 2020 році (укладання угоди на суму не меншу ніж у попередньому періоді), що ґрунтується на аналізі платежів за всі періоди часу.

В цілях даного дослідження пропонується застосувати статистичні методи прийняття рішень в умовах ризику, а саме розрахувати коефіцієнт варіації.

Даний показник використовується тоді, коли необхідно порівняти декілька варіантів угод з різним очікуваним результатом і різним ризиком. Він дозволяє оцінити розмір ризику на одиницю очікуваного результату.

Коефіцієнт варіації дозволяє порівнювати коливання ознак, які мають різні одиниці вимірювання. Чим вище коефіцієнт варіації, тим сильніше коливання ознаки. Отже, порівнюючи коефіцієнти варіації, обираємо варіант із найменшим значенням, оскільки нижчий коефіцієнт варіації вказує на менший розмір відносно ризику. У даному випадку найменш ризикованим є варіант з ДТЕК та ВО «ВолиньВугілля».

Серед множинності поглядів на визначення градацій ризику відсутній єдиний підхід щодо формулювання критеріїв оціночної шкали ризику[2,4]. Це пояснюється існуванням сукупності різних показників, що оцінюють рівень ризику. Тому, існування різноманіття шкал ризику може носити рекомендаційний характер щодо прийнятності тієї або іншої величини ризику.

Для коефіцієнта варіації, наводяться наступні шкали його коливання: до 0,1 – слабкий ризик; від 0,1 до 0,25 – помірний ризик; понад 0,25 – високий ризик[1-5]. Отже, використовуючи наведену вище шкалу коливання ризику відносно коефіцієнта варіації, можемо зробити такий висновок. Коефіцієнт варіації у випадку ВО «ВолиньВугілля» є меншим ніж в інших клієнтів АТ «Світло Шахтаря» і знаходиться в діапазоні від 0,2 до 0,23, що вказує на помірний розмір ризику

Висновок. Проведена оцінка імовірності ризику збуту дозволяє ПАТ «Світло Шахтаря» на підставі попереднього досвіду оцінити власні можливості, спрогнозувати процес закупівлі, передбачити збитки та розрахувати майбутній прибуток.

Література

1. Донець Л. І. Економічні ризики та методи їх вимірювання: навч. посіб. [Текст] / Л. І. Донець – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 312 с.
2. Івченко І. Ю. Моделювання економічних ризиків і ризикових ситуацій: навч. по-сіб. [Текст] / І. Ю. Івченко – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
3. Кузнецова Н. В. Управление рисками: учеб. пособие [Текст] / Н. В. Кузнецова. – Владивосток: ТИДОТ ДВГУ, 2004. – 168 с.
4. Окландер Т. О. Концепція управління маркетинговим ризиком промислового підприємства // Маркетинг: теорія і практика. Збірник наукових праць Східноукраїнського національного університету ім. Володимира Даля / Ред. кол.: Т. С. Максимова (гол.ред.). – Луганськ: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2013. – С. 125-137.
5. Стратегічні проблеми оновлення промислового виробництва України в сучасних умовах : кол. монографія / авт. кол.: С. П. Сударкіна [та ін.] ; ред. С. П. Сударкіна ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : Друкарня "Мадрид", 2020. – 230 с.

УДК658.817

Кучіна С.Е.,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки і маркетингу,

Мірошник М.В.,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки і маркетингу

Національний технічний університет «ХПІ», Харків

Планування маркетингового аудиту

Проведення будь-якого аудиту неможливе без його планування. «Планування маркетингового аудиту — перший важливий етап в організації та проведенні аудиторської перевірки маркетингової діяльності на підприємстві»[1].

Планування маркетингового аудиту складається з наступних етапів:

- попереднє планування;
- розробка загального плану маркетингового аудиту;
- складання програми проведення маркетингового аудиту;
- звіт та формування програми профілактичних заходів у системі маркетингу

[1,2].

Попереднє планування складається з вибору часу проведення, оцінки