

МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ КОРПОРАЦІЙ

На сучасному етапі посткризового розвитку вітчизняних корпорацій та розвитку процесів їх інтеграції у світове господарство підвищується актуальність ефективного управління ризиками корпорацій. Для вдосконалення процесу управління ризиками вітчизняних корпорацій необхідно провести дослідження сучасного стану методичного забезпечення управління ризиками корпорацій. Ризики є предметом дослідження багатьох науковців, а саме: В.В. Вітлінського [1], Н.М. Внукової [2], С.М. Ілляшенка [3], В.В. Лук'янової [5]. Однак, незважаючи на виконані наукові дослідження, методичне забезпечення управління ризиками корпорацій недостатньо досліджено, тому це питання потребує наукових досліджень у даному напрямку.

В.В. Вітлінський виділяє наступні методи управління ризиками: уникнення ризику, попередження ризику, прийняття (збереження чи збільшення) ступеня ризику, розподіл ризику, страхування ризику, лімітування; диверсифікацію; створення запасів та резервів; здобуття додаткової інформації [1, 331-335]. Н.М. Внукова та В.В. Лук'янова аналізували методи оцінки ризику діяльності підприємств [2, 4]. С.М. Ілляшенко досліджував методи аналізу маркетингових ризиків [3]. Р.М. Качалов визначив типи методів управління господарським ризиком: методи ухилення від ризику, методи локалізації ризику, методи дисипації ризику, методи компенсації ризику, що можуть бути використані корпораціями для підвищення ефективності управління ризиками [4]. Д. Лисенко аналізує основні відомі методи управління ризиками: уникнення ризику, утримання ризику, передача ризику (страхування, хеджування, аутсорсинг), зниження ризику [6]. Взаємодія заходів з управління ризиком має складний і не завжди зрозумілий характер. У кожному конкретному випадку аналіз його особливостей буде визначатися конкретними обставинами. Однак слід прагнути до того, щоб обрані методи доповнювали один одного. Чим більше проблем в управлінні ризиком в корпораціях, тим більша ймовірність настання несприятливої події. Дана ідея полягає в тому, що помилки або недоліки в корпорації самі по собі ще не є джерелом настання несприятливої події. Необхідне поєднання декількох факторів. Аналіз

ефективності управління ризиком залежить від: комплексності програми управління ризиком, кількості неврахованих проблем в системі управління ризиком; складності зазначених проблем. Це дозволяє наочно визначити проблеми в управлінні ризиком і запропонувати основні напрями його вдосконалення. Вони полягають у тому, щоб зменшити кількість недоліків тих чи інших заходів управління ризиками, а також помилок прийняття і виконання рішень. Сукупність обраних методів управління ризиком – це програма управління ризиком. Вона включає цілісний комплекс заходів, що необхідно вжити, їх інформаційне і ресурсне забезпечення, критерії ефективності їх виконання, систему розподілу відповідальності за прийняті рішення та ряд інших відомостей, без яких неможливо організувати управління ризиком. Склад і структура програми управління ризиком можуть бути різними в різних фірмах в залежності від особливостей документообігу. Але цей факт не зменшує її центральної ролі в менеджменті корпорації.

Робота над вдосконаленням програми управління ризиком повинна здійснюватися постійно – це відображення безперервного, динамічного характеру самого ризик-менеджменту. Тому програма управління ризиком, що включає методи управління ризиками, повинна періодично переглядатися й удосконалюватися. Кожен з методів управління ризиком має свої особливості. Методи трансформації ризиків орієнтовані на різні аспекти управління – модифікацію схильності ризику, вразливості, тощо. Методи фінансування ризиків розрізняються тільки джерелом грошових коштів для покриття збитків. Наявність великої кількості методів управління ризиком, кожен з яких має свої переваги і недоліки, а також свою область найбільш ефективного застосування, порушує питання про сполучення різних заходів по боротьбі з несприятливими наслідками реалізації ризиків. Поєднання вибраних методів оформляється у формі програми управління ризиком, що уявляє собою цілісний опис заходів, які необхідно здійснити, їх інформаційне і ресурсне забезпечення, критерії ефективності їх виконання, систему розподілу відповідальності за прийняті рішення та ряд інших відомостей, без яких неможливо організувати управління ризиком. Проведене дослідження вказує на недостатнє дослідження методів управління ризиками, відсутність класифікації методів управління ризиками, підтверджує необхідність створення класифікації методів управління ризиками в наступних наукових публікаціях.

1. Вітлінський В.В. Ризикологія в економіці та підприємстві: [монографія] / В.В. Вітлінський, Г.І. Великоіваненко. – К.: КНЕУ, 2004. – 480 с.
2. Внукова Н.М. Економічна оцінка ризику діяльності підприємств: проблеми теорії та практики: [монографія] / Н.М. Внукова, В.А. Смоляк. – Х. : ІНЖЕК, 2006. – 182 с.
3. Ильяшенко С.Н. Маркетинговые риски и методы их анализа // Справочник экономиста, 2004. – № 2. – С. 34-41.
4. Качалов Р.М. Комплексное управление хозяйственным риском / Р.М. Качалов // Имущественные отношения в Российской Федерации. – 2006. – № 11. – С. 8.
5. Лук'янова В.В. Діагностика ризику діяльності підприємства: [монографія] / В.В. Лук'янова. – Хмельницький : ПП В.В. Ковальський, 2007. – 312 с.
6. Лысенко Д. Управление рисками / Д. Лысенко // Аудит и налогообложение. – № 3. – 2010. – С. 2-8.

Потрашкова Л.В.

Харьковский национальный экономический университет

МЕСТО ПОТЕНЦИАЛА ВЗАИМООТНОШЕНИЙ ПРЕДПРИЯТИЯ С ПОКУПАТЕЛЯМИ В СИСТЕМЕ ПОТЕНЦИАЛОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Характеристики взаимоотношений предприятия с покупателями являются важным ресурсным компонентом социально-экономического потенциала предприятия. Ряд таких характеристик, а именно: имидж, деловая репутация предприятия и покупательская лояльность – подробно исследованы в научной литературе. Среди классиков теории корпоративного имиджа и лояльности можно назвать Г. Даулинга, Ф. Райхельда, Н. Хилла, Б. Джи [1-4]. Однако потенциал взаимоотношений предприятия с покупателями, как ресурсный компонент совокупного потенциала предприятия, выходит за рамки названных характеристик. Поэтому требуется системное исследование потенциала взаимоотношений предприятия с покупателями и анализ его места в системе ресурсных и функциональных компонентов потенциала предприятия.

Целью данной работы является определение элементов потенциала социально-экономических взаимоотношений предприятия с покупателями и анализ взаимосвязей данного вида потенциала с другими компонентами совокупного потенциала предприятия.

В результате проведенного исследования были выделены следующие две группы ресурсных компонентов потенциала взаимоотношений предприятия с покупателями:

1) характеристики отношения покупателей к предприятию, влияющие на процесс принятия ими решений относительно