


ФИНАНСОВАЯ СРЕДА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ РИСКИ



Риск присущ любой сфере человеческой деятельности

- ◆ *ridsikon, ridsa* — утес, скала.
(греч.)
- ◆ *risiko* — опасность, угроза;
risicare — лавировать между
скал (итальян.)
- ◆ «*risk*» - риск (англ.)
- ◆ «*risque*» - рискованный,
сомнительный (франц).

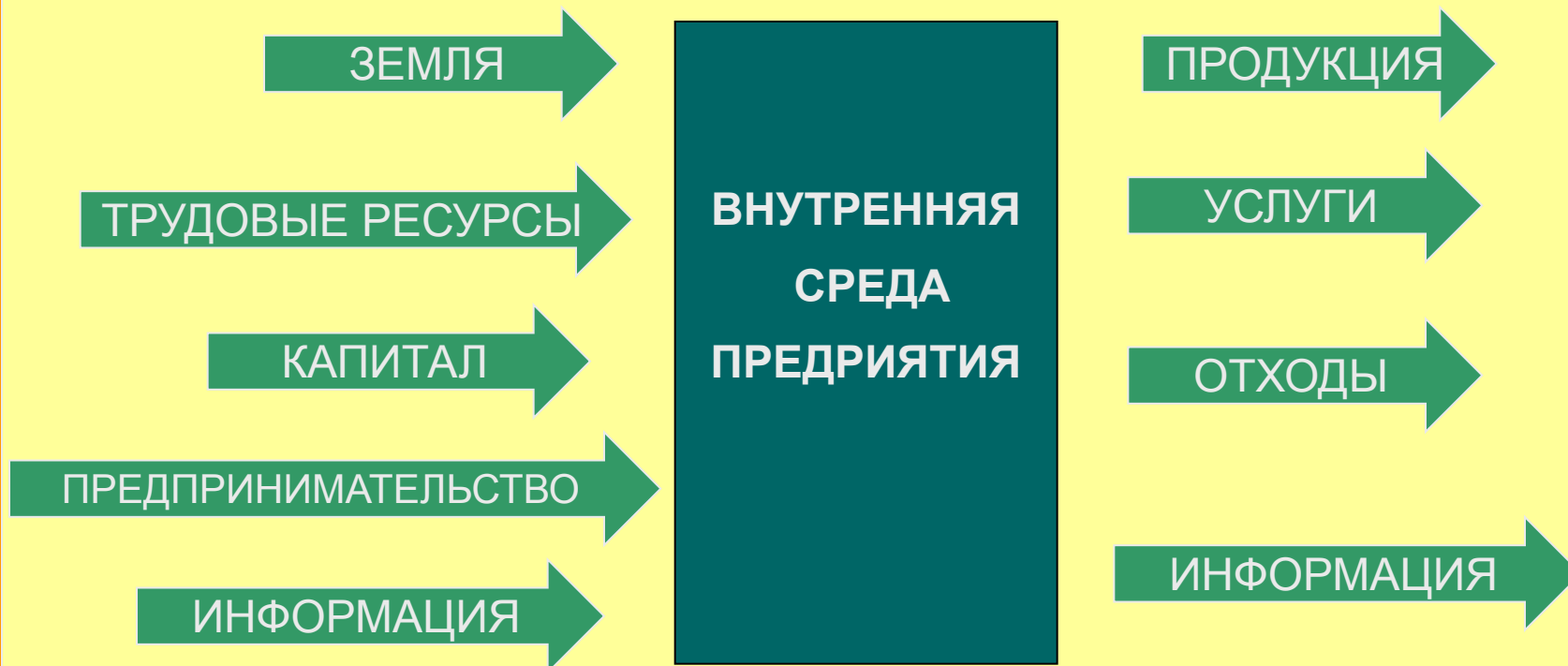
- ◆ В словаре Вебстера «**риск**» определяется как «опасность, возможность убытка или ущерба».
- ◆ В словаре Ожегова «**риск**» определяется как «возможность опасности» или как «действие наудачу в надежде на счастливый исход».
- ◆ В словаре - справочнике для предпринимателей излагается понятие «риска предпринимателя» как возможности неудач, убытков в предпринимательской деятельности, которые при неосмотрительности, неграмотном подходе к делу могут повлечь нежелательные последствия, ущерб.

Под финансовой средой предпринимательства

ПРИНЯТО ПОНИМАТЬ

совокупность хозяйствующих субъектов и сил, действующих вне пределов данного предприятия (фирмы) и влияющих на возможности финансового менеджера разменять денежные средства и получать доходы.





Микросреда: поставщики, потребители, покупатели, конкуренты, контактные аудитории

макросреда: природный, технический, политический, экономический, демографический, культурный

Микросреда предпринимательства

поставщики

конкуренты

посредники

покупатели
(клиенты)

контактные
аудитории

Поставщиками являются юридические и физические лица, обеспечивающие данное предприятие, а также и его конкурентов производственными запасами, необходимыми для дальнейшего выпуска готовой продукции

ВЛИЯНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ В СРЕДЕ ПОСТАВЩИКОВ НА ФИНАНСОВУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ

Повышение цен на предметы снабжения

Недопоставки запасов

Неритмичность поставок

Забастовки и прочие события

Повышение цен на готовую продукцию

Нарушение графиков отгрузки готовой продукции предприятия

Краткосрочные последствия

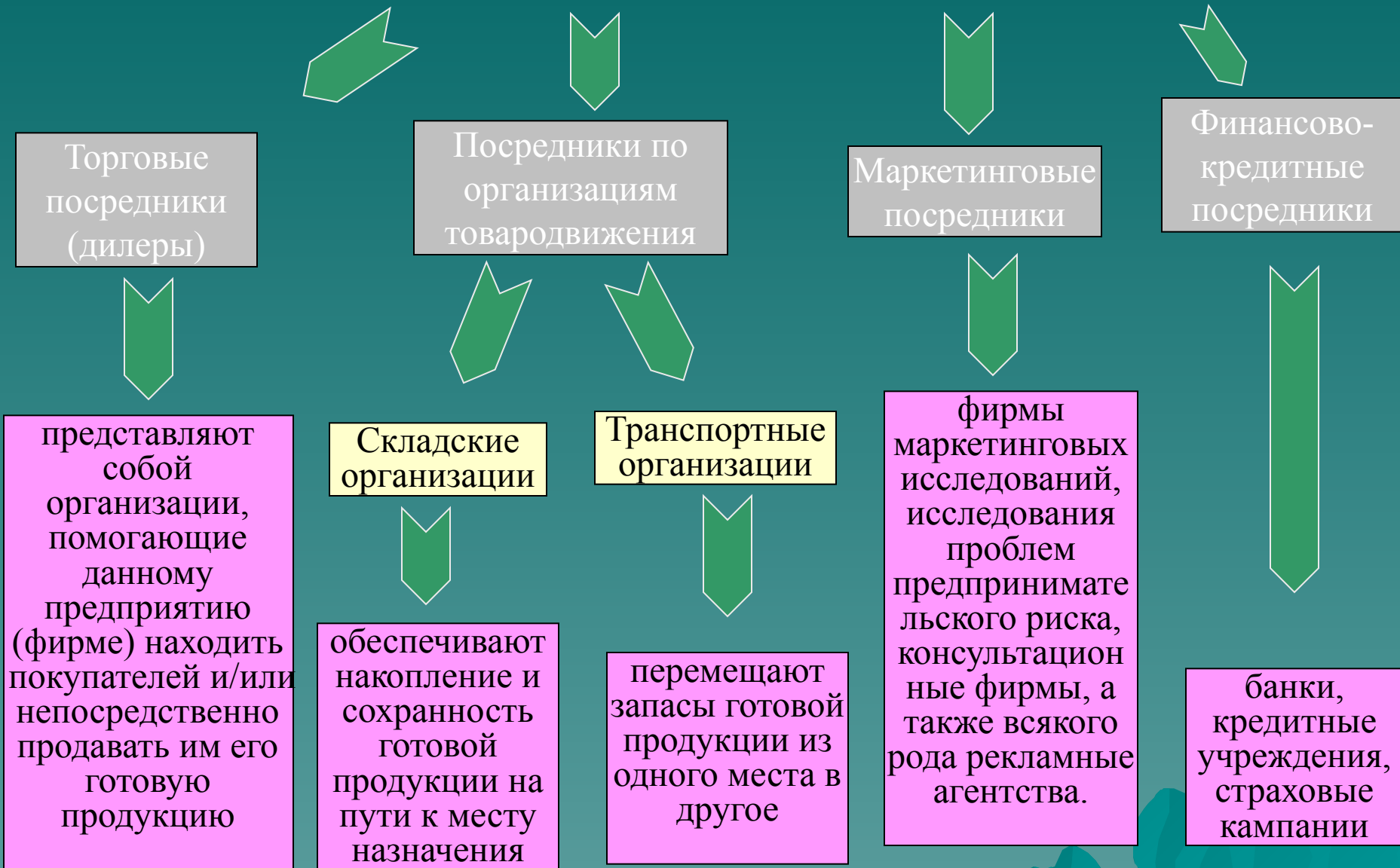
Негативные последствия в «среде поставщиков»

Долгосрочные последствия

Снижение или упущение возможностей сбыта готовой продукции

Подрыв благорасположения к предприятию со стороны покупателей

Под посредниками понимают организации, помогающие предприятию в продвижении, распространении и сбыте готовой продукции среди покупателей и таким образом влияющих на величину получаемых фирмой доходов



ПОКУПАТЕЛИ ИЛИ КЛИЕНТЫ

покупатели
потребительского
рынка

физические лица,
приобретающие товары
или услуги в целях
личного потребления

покупатели
рынка
производителей

организации,
приобретающие товары
или услуги для
дальнейшего их
пользования в процессе
производства для
создания уже иной
готовой продукции

покупатели рынка
промежуточных
продавцов

физические и
юридические лица,
приобретающие товары
или услуги в целях их
последующей
перепродажи для
извлечения
собственной прибыли в
сфере обращения

покупатели
международного
рынка

все покупатели находящиеся за
пределами страны производства
товаров или услуг

покупатели рынка
госучреждений

государственные
учреждения,
приобретающие товары
или услуги в целях
собственного
потребления, или же
для последующего
использования их в
сфере коммунальных
услуг, или же для
использования данных
товаров или услуг в
целях
благотворительности

КОНКУРЕНТЫ

Лицо, группа лиц, фирма или предприятие, соперничающее на каком-либо поприще с другим(-ми), имеющее собственные специфические интересы в какой-либо сфере деятельности и осуществляющее ее в соответствии с этими интересами

Бизнес, соперничающий с компанией, поставляющей определенные товары и услуги на рынок, предлагающий покупателям идентичный либо похожий продукт. Если покупатели рассматривают продукт, поставляемый конкурентом, как близкую замену, это значит, что стратегия маркетинга соперников может пошатнуть позицию компании на рынке

Другие хозяйствующим субъекты, влияющие на наши возможности сбыта продукции и получения дохода

желания конкуренты

товарно-родовые конкуренты

товарно-видовые конкуренты

марки конкуренты

это желания, которые покупатель, возможно, захочет удовлетворить

это основные способы удовлетворения выбранного ранее желания

это прочие разновидности того же товара, способные удовлетворить конкретное желание покупателя

это товары уже разных производителей (фирм), способные окончательно определившееся желание покупателя

Какое желание
я хочу
удовлетворить?



Желания- конкуренты

Купить транспорт
Купить телевизор
Съездить на море

Что я хочу
купить, чтобы
улучшить свои
транспортные
возможности?



Товарно- родовые конкуренты

Купить автомобиль
Купить мотоцикл
Купить велосипед

Какой тип
мотоцикла я
хочу купить?



Товарно- видовые конкуренты

С коляской
Спортивный
Обычный

Какую марку
мотоцикла я
хочу купить?



Марки- конкуренты

Урал
Ява
Хонда
Харлей

Четыре основных типа конкурента

КОНТАКТНЫЕ АУДИТОРИИ

любая группа, которая проявляет потенциальный или реальный интерес к деятельности данного предприятия (фирмы) и может оказывать влияние на его способности извлекать доход от реализации готовой продукции (услуг) в процессе хозяйственной деятельности

ПО ХАРАКТЕРУ ВОЗДЕЙСТВИЯ

благотворные аудитории

искомые аудитории

нежелательные аудитории

ПО СОДЕРЖАНИЮ

финансовые круги

контактные аудитории
средств информации

широкая публика

гражданские группы
действий

местные контактные
аудитории

внутренние контактные
аудитории

контактные аудитории
государственных
учреждений

Макросреда предпринимательства

Природный
фактор

Технический
фактор

Экономический
фактор

Политический
фактор

Демографический
фактор

Культурный
фактор

**Дефицит
некоторых
видов
сырья**

**Тенденция к
удорожанию
энергоносителей**

**Природный
фактор**

**Вмешательство
государства
в процесс
использования
и воспроизводства
природных
ресурсов**

**Рост
загрязнения
окружающей
среды**

**Ускорение
научно-
технического
прогресса**

**Появление
безграничных
возможностей**

**Увеличение
внимания
к внедрению
усовершенствований
в существующую
готовую
продукцию**

**Научно-
технический
фактор**

**Рост
ассигнований
на НИОКР**

**Ужесточение
государственного
контроля за
доброкачеством
и безопасностью
товаров**

Политический фактор

Увеличение числа законодательных актов, регулирующих предпринимательскую деятельность

Повышение требований со стороны государственных учреждений, следящих за соблюдением законов

Необходимость защиты предприятия (фирма) друг от друга

Необходимость защиты потребителей от недобросовестной деловой практики производителей

Необходимость защиты интересов общества от добросовестной деловой практики предпринимателей

Экономический фактор

Определяется уровнем
покупательной способности
населения

Зависит

От уровня
текущих доходов

Сбережений
населения

Уровня цен на
готовую продукцию

От доступности
кредита

На покупательной способности населения сказываются

Экономические
спады

Финансовые
кризисы

Высокий уровень
безработицы

Растущая стоимость
получения кредитов

Необходимо учитывать

Распределение доходов по
отдельным категориям населения

Географические различия в структуре
распределения доходов

**Наличие мирового
«демографического
взрыва»
в основном за счет
так называемых
«развивающихся стран»**

**Демографический
фактор**

**Снижение рождаемости
и старение населения
большинства
«промышленно
развитых стран»**

**Повышение
образовательного
уровня и рост
числа служащих**

КУЛЬТУРНЫЙ ФАКТОР



Характеризуется двумя основными тенденциями

Стойкой приверженностью
большинства населения
основным традиционным
культурным ценностям

Наличием субкультур в
рамках единой
человеческой культуры

Основные теории предпринимательских рисков

Классическая теория рисков

**Риск рассматривался как
возможный ущерб,
который может произойти
вследствие
экономического действия**

Неоклассическая теория рисков

**Верная прибыль всегда будет
иметь большую полезность,
нежели прибыль того же
ожидаемого размера, но
связанная с возможными
колебаниями**

Сейчас в зарубежной экономической литературе по вопросам рисков, считается наиболее сложной и актуальной проблема оптимального варианта инвестирования средств. Предприниматель в этом случае сталкивается с различными разновидностями неопределенностей. Вместе они образуют критическую неопределенность, при которой возникает элемент риска. В силу этого перед предпринимателем возникает сложная задача - определить степень риска по уровню допустимости, учитывая конъюнктуру рынка и другие факторы.

УЩ
ЕРБ

РИСК

УДА
ЧА

Источники риска

- ◆ Спонтанность природных процессов и явлений;
- ◆ Наличие противоборствующих тенденций, столкновение противоречивых интересов;
- ◆ Научно-технический прогресс;
- ◆ Неполнота, недостаточность и асимметрия информации

Источники способствующие возникновению неопределенности и риска

- а) ограниченность, недостаточность материальных, финансовых, трудовых и др. ресурсов при принятии и реализации решений;
- б) невозможность однозначного познания объекта при сложившихся в данных условиях уровне и методах научного познания;
- в) относительная ограниченность сознательной деятельности человека, существующие различия в социально-психологических установках, идеалах, намерениях, оценках, стереотипах поведения.

Ситуация риска



Необходимость
принятия
одного из
нескольких
решений в
неопределенной
обстановке

Осознание риска



Понимание
индивидуумом того,
что в своей
хозяйственной
практике он
столкнулся с
«ситуацией риска»

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ РИСК

«деятельность субъектов хозяйственной жизни, связанная с преодолением неопределенности в ситуации неизбежного выбора, в процессе которой имеется возможность оценить вероятности достижения желаемого результата, неудачи и отклонения от цели, содержащиеся в выбираемых альтернативах»

ФУНКЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО РИСКА

защитная

регулятивная

инновационная

аналитическая

ЭТАПЫ ПРОЦЕССА АНАЛИЗА РИСКА

- ◆ - выявление возможных экономических, экологических, политических, нравственных и иных последствий, которые могут наступить при реализации выбранного решения. Особое внимание при этом следует уделять выявлению возможных всякого рода негативных последствий, которые могут произойти при осуществлении решения;
- ◆ - выявление возможных вариантов решения какой-либо проблемы;
- ◆ - интегральная оценка риска.

КРИТЕРИИ КОЛИЧЕСТВЕННОЙ ОЦЕНКИ РИСКА

- ◆ **1. Прежде всего, решение, принимаемое в ситуации риска, должно оцениваться с точки зрения вероятности достижения предполагаемого результата и возможного отклонения от него. Лучшим считается решение, риск осуществления которого меньше по сравнению с другими вариантами.**
- ◆ **2. Рисковое решение также должно оцениваться с точки зрения затрат, необходимых на его осуществление. Лучшим будет решение, требующее меньших затрат на свое осуществление.**
- ◆ **3. И наконец, рискованное решение должно оцениваться с точки зрения продолжительности времени, необходимого на реализацию решения. Лучшим будет решение, которое при данных условиях требует меньшего времени на его осуществление.**

Цель анализа риска – получить необходимую информацию о структуре, свойствах объекта и возможных рисках.

Последовательность анализа риска:

1. Выявление внутренних и внешних факторов, увеличивающих и уменьшающих конкретный вид риска;
2. Анализ и оценка выявленных факторов;
3. Оценка конкретного вида риска с финансовой стороны с использованием двух подходов;
4. Определение финансовой состоятельности (ликвидности) и экономической целесообразности проекта;
5. Определение допустимого уровня риска;
6. Анализ отдельных операций по выбранному уровню риска;
7. Разработка мероприятий по снижению риска.

Основные методы количественной оценки риска

2. Величина экономического риска может быть также определена как произведение возможного ущерба (убытка) на вероятность того, что этот ущерб произойдет. В данном случае ее принято называть *функцией риска*, имеющей такой вид:

$$P = A \times P^1 + (A + B) \times P^2,$$

где P - величина возможного риска в абсолютном выражении;

A, B - величина возможного ущерба в абсолютном выражении соответственно для первого, второго и т.д. вариантов решения;

P^1, P^2 - вероятность того, что ущерб произойдет соответственно в первом, втором и т.д. вариантах решения, измеряемая от 0 до 1.

С помощью этой формулы возможно выбрать решение как минимум из двух вариантов. При этом лучшим будет считаться тот, при котором рассчитанная величина риска будет меньшей.

Основные методы количественной оценки риска

$$\mathcal{E} = \frac{\Pi \times C \times T \times P_T \times P_K}{Z}$$

4. где \mathcal{E} - эффективность реализации нововведений;
- Π - ежегодный предполагаемый объем реализации нового изделия в натуральном выражении;
- C - предполагаемая продажная цена нового изделия;
- T - предполагаемый срок производства нового изделия или период от его освоения до снятия с производства, лет;
- P_T — вероятность технологического успеха. Под ней понимается возможность практического претворения исследовательских идей в новом изделии;
- P_K - вероятность коммерческого успеха. Под ней понимается возможность сбыта нового (усовершенствованного) изделия с получением ожидаемой прибыли;
- Z — величина затрат на реализацию нового изделия. Она состоит из затрат на освоение данного изделия и текущих производственных расходов.

Основные методы количественной оценки риска

Риск изучения

характеризует, во что с точки зрения конечного результата обойдется неточность модели объекта. Сюда относится изучение вероятностей всякого рода стихийных бедствий, катастроф и т.д., вероятности ущерба в случае наступления этих событий, ряд других факторов.

Риск действия

характеризует потери, которые связаны с неточностью управления и вызваны неточностью заданных к данному моменту свойств объекта. Сюда, например, относятся исследование вероятностей перепрофилирования объекта, возможная в этом случае величина затрат и другие факторы. Лучшим будет считаться решение, при котором степень риска меньшая.

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ

Качественный
анализ

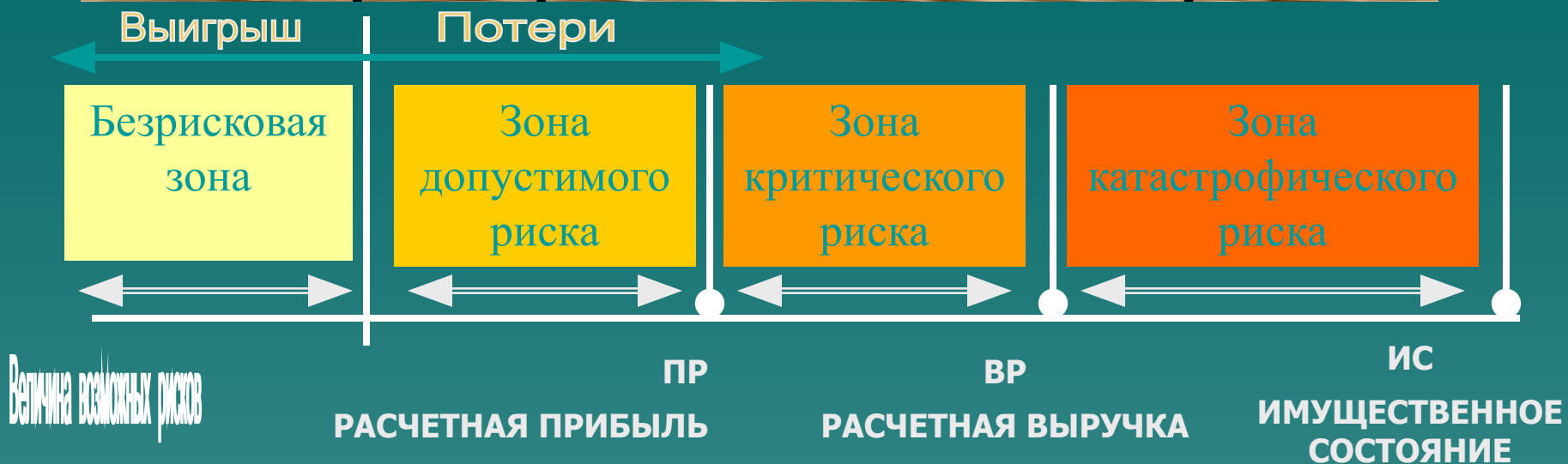
Количественный
анализ

Комплексный
анализ

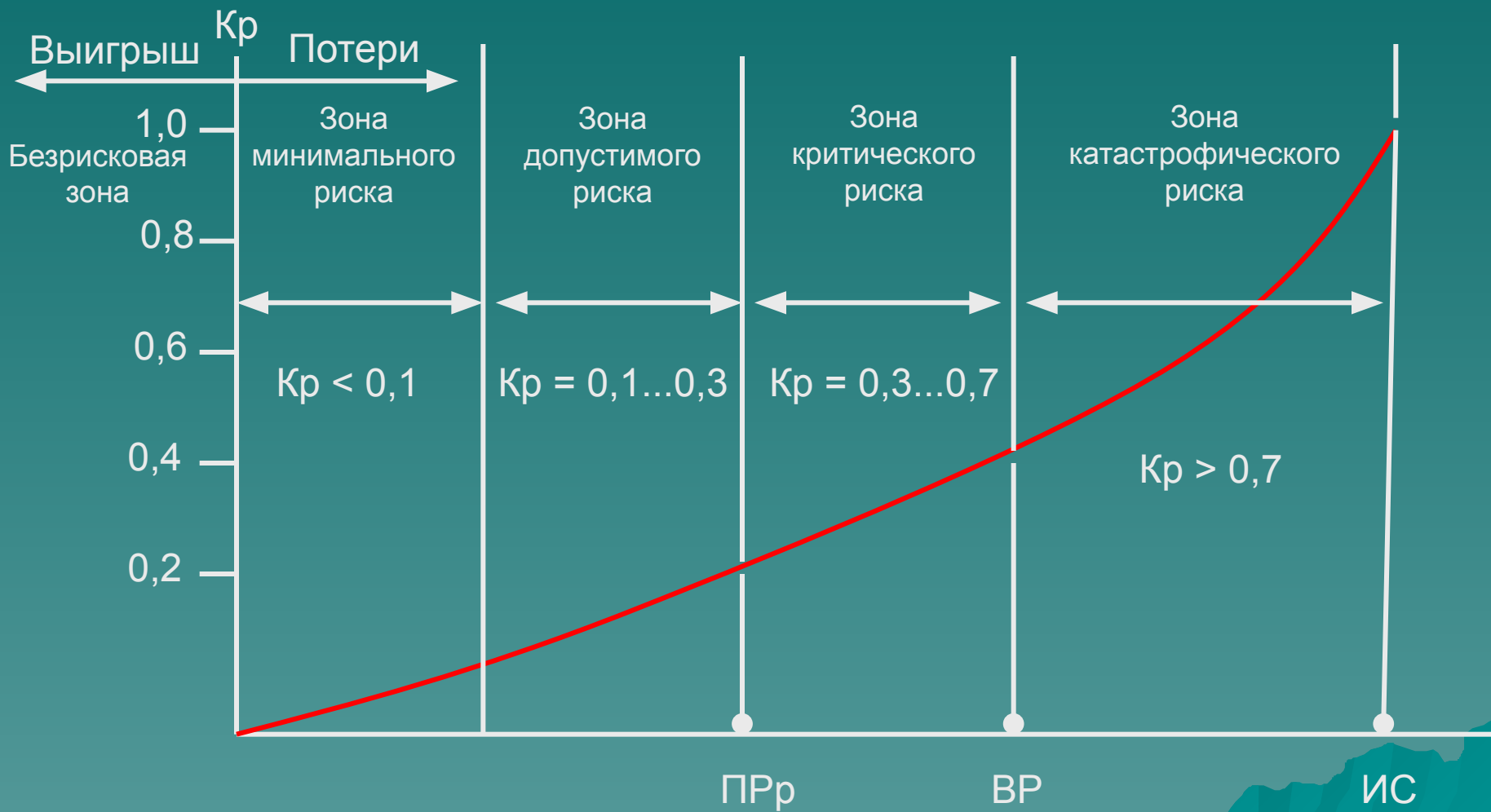
Качественный анализ имеет своей главной задачей определить возможные виды риска, факторы, влияющие на уровень риска, а также и потенциальные области риска.

Все факторы, влияющие на степень риска, можно подразделить на внешние и внутренние. К внешним факторам относятся политическая и экономическая ситуация в стране и за ее пределами, законодательно-правовая основа предпринимательской деятельности, налоговая система, конкуренция, стихийные бедствия и др. К внутренним факторам можно отнести экономическую стратегию фирмы, степень использования ресурсов в производственно-хозяйственной деятельности, квалификацию работников, качество менеджмента и др.

Зоны предпринимательских рисков



$$K_p = \frac{y}{C}$$



Количественный анализ – представляет собой определение размеров отдельных рисков, производимое математическими и статистическими методами. Могут использоваться следующие методы количественного анализа:

- ◆ статистический;
- ◆ метод оценки вероятности ожидаемого ущерба;
- ◆ метод минимизации потерь;
- ◆ метод использования дерева решений;
- ◆ математический метод;
- ◆ оценка риска на основе анализа финансовых показателей деятельности предприятия.

Суть *статистического метода* заключается в том, что изучается статистика потерь и прибылей, имевших место на данном предприятии за определенный промежуток времени, устанавливается величина и частота получения определенного результата и на основе этого составляется прогноз на будущее.

$$V = \frac{\sigma}{\bar{X}} \times 100\%$$

до 10 % - слабая колеблемость;

от 10% до 25 % - умеренная;

свыше 25 % - высокая

Среднее ожидаемое значение события является средневзвешенной величиной из всех возможных результатов с учетом вероятности наступления каждого результата и определяется по формуле:

$$\bar{X} = \sum_{i=1}^n p_i * X_i$$

где

x_i – абсолютное значение i -го результата;

p_i – вероятность наступления i -го результата;

n – число вариантов исхода события.

Дисперсия представляет собой среднее взвешенное из квадратов отклонений действительных результатов от средних ожидаемых:

$$\sigma^2 = \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2 * p_i$$

Среднее квадратическое отклонение определяется по формуле:

$$\sigma = \sqrt{\sigma^2}$$

В этом случае для расчета дисперсии можно использовать следующую формулу:

$$\sigma^2 = P_{\max} * (X_{\max} - \bar{X})^2 + P_{\min} * (\bar{X} - X_{\min})^2$$

где

$P_{\max, \min}$ – вероятность получения максимального и минимального доходов;

$X_{\max, \min}$ – максимальная, минимальная величина дохода;

\bar{x} – средняя ожидаемая величина дохода.

Метод оценки вероятности ожидаемого ущерба основан на том, что степень риска определяется как произведение ожидаемого ущерба на вероятность того, что этот ущерб произойдет. Наилучшим является решение с минимальным размером рассчитанного показателя. Математически суть этого метода можно выразить в виде формулы:

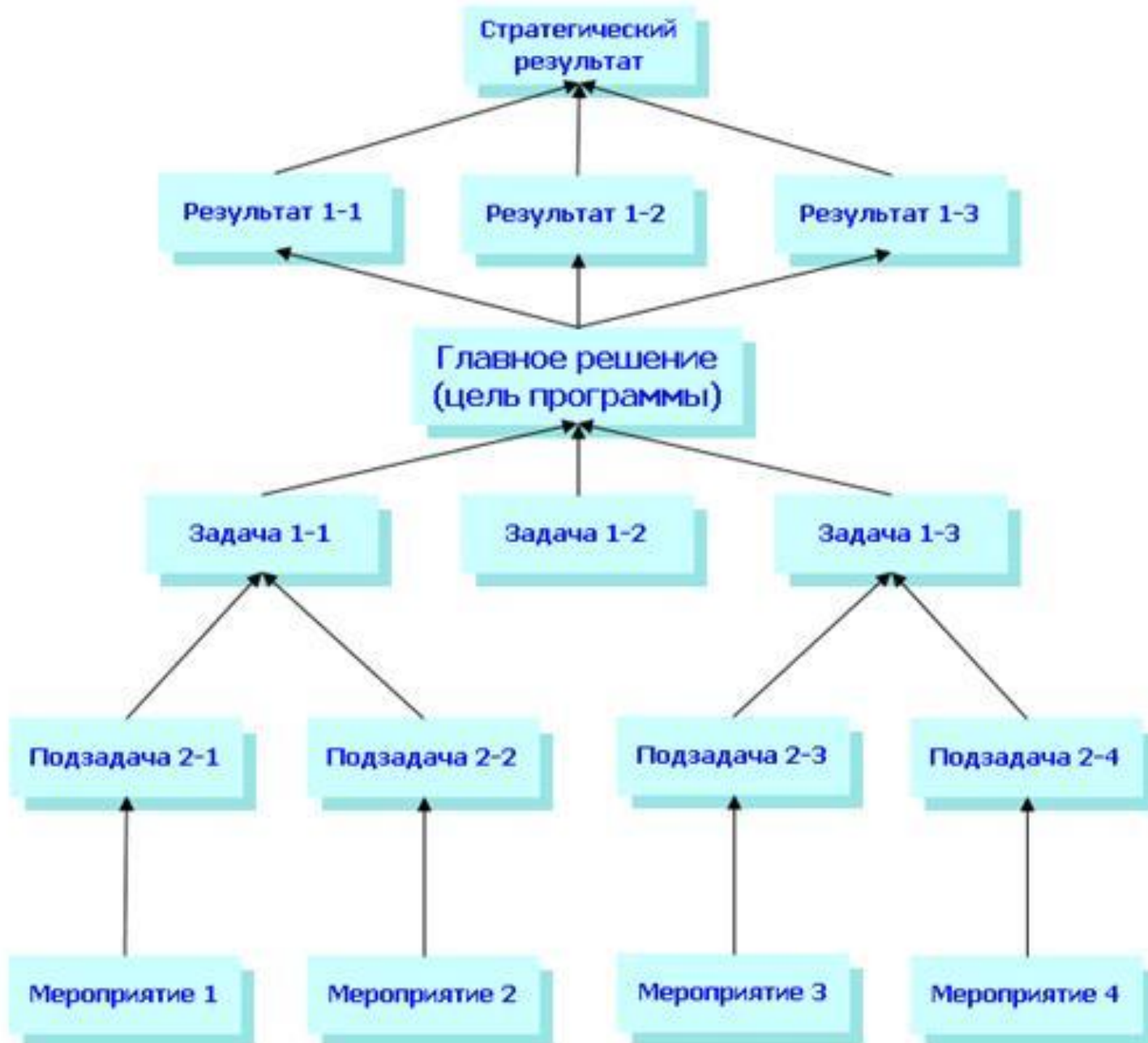
$$R = A * p_1 + (A + B) * p_2$$

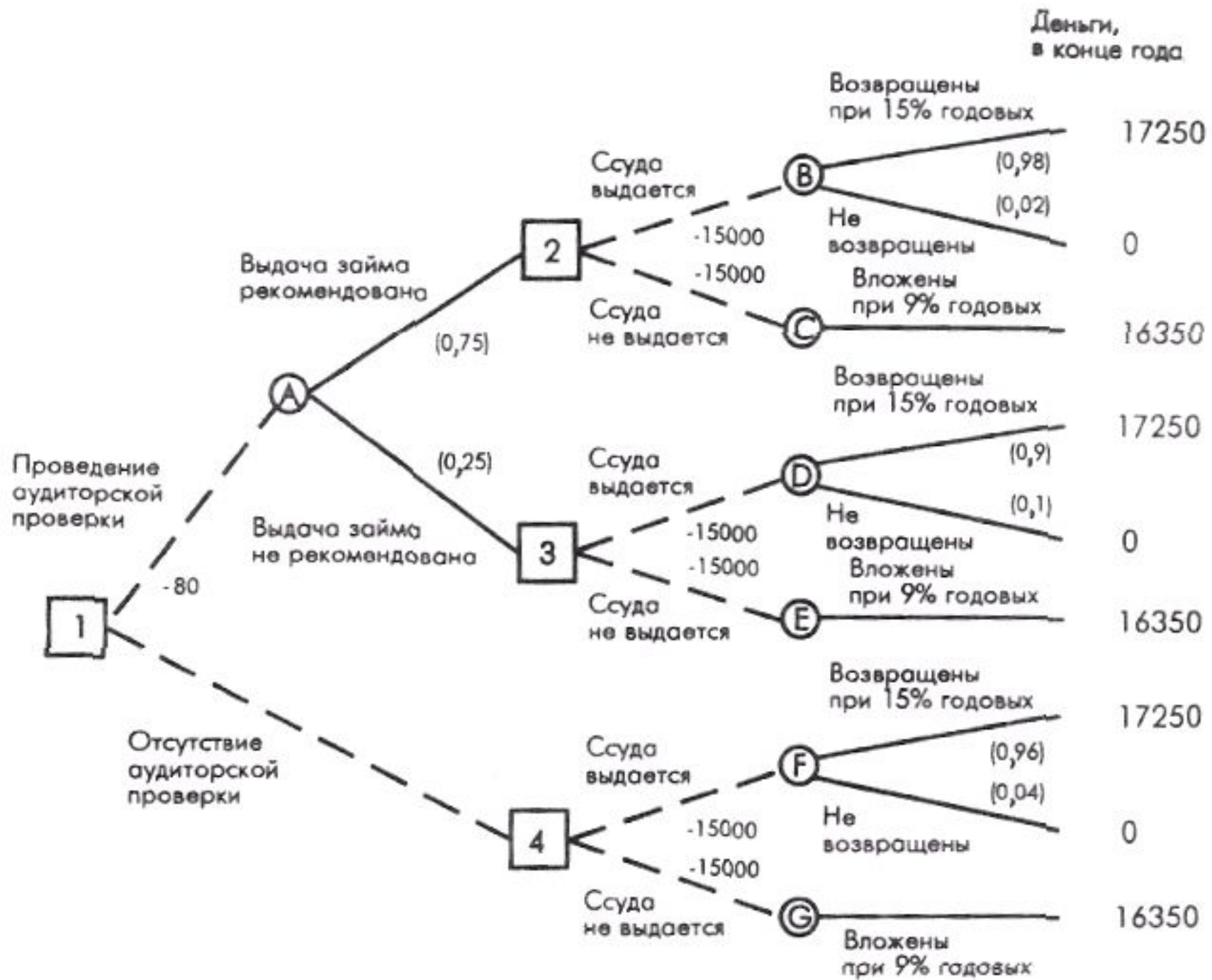
A и B – ущерб при принятии различных решений;
 p_1 и p_2 – степень вероятности получения ущерба.

Средние потери в настоящем и будущем дает сумма этих потерь:

$$R = R_{и} + R_{д}$$

Вариант решения задачи методом «дерева решений»





Выбор варианта решения	Состояние “среды” (S) и их вероятности (p)		
	S1(p1)	S2(p2)	Sj(pi)
A1	X11	X12	X1j
A2	X21	X22	X2j
Ai	Xi1	Xi2	Xij

В таблице X_{ij} обозначает результат, который можно получить от i – го решения при j - том состоянии среды. Критерий математического ожидания определяется по формуле:

$$K = \max M(X_i)$$

$M(x_i)$ – математическое ожидание результата для i - той строки

Математическое ожидание рассчитывается по формуле:

$$M(x_i) = \sum x_{ij} p_j$$

p_j – вероятность j –того состояния среды

Если все состояния среды имеют равную вероятность, то для расчетов используется критерий Лапласа

$$K = \max \sum x_{ij}$$

Критерий Гурвица рассчитывается по формуле:

$$K = \max(\max x_{ij} * \alpha + \min x_{ij} * (1 - \alpha))$$

$\max x_{ij}$ – лучший результат