

УДК 338

ОЦЕНКА И МИНИМИЗАЦИЯ РИСКОВ ПРИ ПЛАНИРОВАНИИ СБЫТА НА ПРОДОВОЛЬСТВЕННОМ РЫНКЕ

Черепанова Т.Г.

К.э.н., доцент

*ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»,
г. Екатеринбург, Россия*

Аннотация: В статье рассмотрены актуальные вопросы оценки и минимизации рисков при планировании сбыта продовольственной компании. Определены основные типы рисков, методы оценки рисков, методы минимизации рисков. Предложены конкретные шаги для практической реализации процессов оценки и минимизации рисков ПАО «Уральский мясокомбинат». Систематический подход к управлению рисками позволит компании не только защитить свои интересы, но и использовать возможности для роста и развития.

Ключевые слова: планирование сбыта, оптимизация, управление рисками, продовольственный рынок, прогнозирование, конкуренция.

ASSESSMENT AND MINIMIZATION OF RISKS WHEN PLANNING SALES IN THE FOOD MARKET

Cherepanova T.G.

Ph.D. in Economics, Associate Professor,

Ural State University of Economics,

Yekaterinburg, Russia

Abstract: The article deals with topical issues of risk assessment and minimization in the marketing planning of a food company. The main types of risks, risk assessment methods, and risk minimization methods have been identified. Specific steps have been proposed for the practical implementation of the risk assessment and

minimization processes of PJSC Ural Meat Processing Plant. A systematic approach to risk management will allow the company not only to protect its interests, but also to use opportunities for growth and development.

Keywords: sales planning, optimization, risk management, food market, forecasting, competition.

Прогнозирование объемов сбыта является важным инструментом для эффективного управления бизнесом. Применение различных методов прогнозирования позволяет компании адаптироваться к изменяющимся условиям рынка, улучшать свою сбытовую политику и обеспечивать стабильное развитие. Важно, чтобы прогнозы регулярно пересматривались и обновлялись на основе новых данных и информации, что позволит компании оставаться конкурентоспособной и эффективно удовлетворять потребности своих клиентов.

Таким образом, организация системного подхода к прогнозированию объемов сбыта не только улучшает текущее положение компании на рынке, но и закладывает основу для устойчивого роста и развития в будущем. В условиях постоянно меняющейся рыночной среды такие меры являются необходимыми для успешного функционирования компании [7].

Оценка и минимизация рисков при планировании сбыта являются ключевыми аспектами стратегического управления в компании ПАО «Уральский мясокомбинат». Учитывая динамичную и конкурентную природу продовольственного рынка, правильная оценка рисков позволяет компании не только избежать потерь, но и обеспечить устойчивое развитие и рост.

Определение рисков сбыта. Риски сбыта можно определить как неопределенности, которые могут негативно повлиять на объемы продаж и, соответственно, на финансовые результаты компании [8]. Основные типы рисков, с которыми может столкнуться ПАО «Уральский мясокомбинат», включают:

1. *Рынок.* Изменения в потребительских предпочтениях, появление новых трендов (например, переход на здоровое питание) могут снизить спрос на определенные продукты [6].

2. *Конкуренция:* Увеличение конкуренции на рынке, запуск новых продуктов конкурентами, агрессивные ценовые войны могут существенно повлиять на рыночную долю компании.

3. *Экономические факторы.* Колебания валютных курсов, изменение налоговой политики, инфляция и экономическая нестабильность могут негативно отразиться на расходах и продажах.

4. *Регуляторные факторы.* Изменения в законодательстве и нормативных актах, касающихся безопасности пищевых продуктов и контроля качества, могут потребовать дополнительных инвестиций или изменить правила игры на рынке.

5. *Логистические.* Сбои в цепочке поставок, транспортировке или хранении продукции могут привести к перебоям в сбыте.

6. *Климатические.* Негативное влияние климатических условий на сельское хозяйство и, как следствие, на стоимость сырья.

Методы оценки рисков. Для адекватной оценки рисков, связанных со сбытом, ПАО «Уральский мясокомбинат» может использовать следующие методы:

1. Анализ SWOT. Позволяет выявить внутренние сильные и слабые стороны компании, а также внешние возможности и угрозы. Это помогает сформировать четкую картину текущей ситуации и определить направления для минимизации рисков [5,9].

2. Анализ чувствительности. Изучает, как изменения ключевых факторов (например, цены на сырье или объемы продаж) могут повлиять на финансовые показатели компании. Это поможет понять, какие риски являются наиболее критичными.

3. Моделирование сценариев. Позволяет создать различные сценарии развития событий (оптимистичный, пессимистичный и реалистичный) и оценить потенциальные последствия для объемов сбыта в каждом из них.

4. Мониторинг рыночных тенденций. Постоянное отслеживание изменений на рынке, таких как колебания потребительских предпочтений или действия конкурентов, позволяет компании быть готовой к потенциальным угрозам [3].

Методы минимизации рисков. После оценки рисков компания должна разработать стратегии их минимизации. В ПАО «Уральский мясокомбинат» можно применить следующие методы:

1. Диверсификация продуктового портфеля. Разработка новых продуктов или расширение существующей линейки позволяет снизить зависимость от конкретных товаров и распределить риски.

2. Адаптация ценовой политики. Гибкая ценовая политика, позволяющая быстро реагировать на изменения рыночной конъюнктуры и действия конкурентов, может помочь сохранить конкурентоспособность [2].

3. Инвестиции в исследования и разработки. Постоянное совершенствование существующих продуктов и разработка новых, соответствующих потребительским трендам, позволяет компании оставаться на передовых позициях на рынке.

4. Оптимизация цепочки поставок. Улучшение логистики, налаживание надежных связей с поставщиками и развитие альтернативных каналов поставок могут минимизировать риски, связанные с логистикой.

5. Кризисное управление. Разработка плана действий на случай возникновения кризисных ситуаций, включая сбои в производстве или поставках, позволит компании оперативно реагировать на проблемы и минимизировать их влияние на сбыт [8].

6. Создание резервов. Формирование финансовых резервов для покрытия непредвиденных расходов или упущенной прибыли поможет компании легче переносить временные трудности.

Практическая реализация. Для практической реализации процессов оценки и минимизации рисков ПАО «Уральский мясокомбинат» может использовать следующие шаги:

1. Создание рабочей группы по управлению рисками. В состав группы могут входить специалисты из различных подразделений, что обеспечит более полное понимание рисков на всех уровнях.

2. Регулярные обзоры рисков. Проведение регулярных встреч для обсуждения текущих рисков и возможностей их минимизации.

3. Обучение персонала. Повышение осведомленности сотрудников о рисках и обучением их методам минимизации позволит создать культуру управления рисками в компании.

4. Использование технологий: Внедрение информационных систем для мониторинга рынка и управления запасами может существенно повысить эффективность оценки и минимизации рисков.

Кейс-стадии и примеры. В качестве примера можно рассмотреть ситуацию, когда ПАО «Уральский мясокомбинат» столкнулось с увеличением цен на корма для животных, что повлияло на себестоимость продукции. В этом случае компания могла бы использовать сценарный анализ, чтобы оценить влияние разных уровней повышения цен на прибыльность. На основе этого анализа компания может принять решение о корректировке цен на свою продукцию или поиске альтернативных поставщиков корма.

Применение методов анализа данных. Использование аналитики больших данных может помочь компании лучше понять потребительские тренды и спрогнозировать изменения на рынке. Например, анализ данных о продажах в различных регионах может выявить тренды и предпочтения, которые позволят оптимизировать запасы и улучшить сбытовую политику.

Взаимодействие с клиентами. ПАО «Уральский мясокомбинат» может внедрить программы лояльности и активно взаимодействовать с клиентами, что позволит не только улучшить продажи, но и снизить риски, связанные с

изменением потребительского спроса. Например, программы обратной связи могут помочь понять, что именно требуется потребителям, и адаптировать продукцию под их нужды.

Таким образом, оценка и минимизация рисков при планировании сбыта являются критически важными для успешного функционирования ПАО «Уральский мясокомбинат» в условиях современного рынка. Систематический подход к управлению рисками позволит компании не только защитить свои интересы, но и использовать возможности для роста и развития. Реализация мероприятий по управлению рисками поможет ПАО «Уральский мясокомбинат» оставаться конкурентоспособным и успешно адаптироваться к меняющимся условиям рынка, обеспечивая при этом устойчивое развитие в долгосрочной перспективе.

Библиографический список

1. Аналитический центр «Агро-НТ». Анализ рынка мясных продуктов. — М.: Агро-НТ, 2023. — 120 с.
2. Герасимова Т.А. Анализ эффективности каналов сбыта на примере российских предприятий // Вестник экономической науки. — 2021. — № 2(1). — С. 45–60.
3. Дмитриева Е.И. Планирование сбыта продукции: теоретические и практические аспекты. — СПб.: Питер, 2020. — 320 с.
4. Ковалева Н.В. Анализ сбытовой деятельности и каналов распределения // Вопросы экономики и управления. — 2022. — № 3(15). — С. 78–85.
5. Кукукина, И. Г. Методы экономической оценки устойчивости развития предприятия : монография / И.Г. Кукукина, С.В. Климова ; под ред. И.Г. Кукукиной. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 202 с. — (Научная мысль).

6. Махинова, Н. В. Совершенствование маркетинговой стратегии компании пищевой промышленности / Н. В. Махинова // Агропродовольственная экономика. – 2024. – № 2. – С. 18-24.
7. Ситников И.А. Основы планирования сбыта продукции в условиях рыночной экономики. — М.: Бизнес-справка, 2021. — 200 с.
8. Управление потенциалом предприятия в условиях кризиса : монография / В. В. Горлов, Е. Ю. Кузьмина, И. В. Соклакова, В. И. Сурат ; под науч. ред. И. В. Соклаковой. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2022. - 194 с.
9. Фролова М.С. Методы прогнозирования объёмов сбыта на предприятиях пищевой промышленности // Экономика и управление. — 2020. — № 5(26). — С. 11–20.

Оригинальность 81%