

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВЛИЯНИЯ ДИНАМИЧНЫХ УСЛОВИЙ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА ПРОВЕДЕНИЕ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ КОРПОРАЦИИ

КУЖЕЛЕВ М. А.

кандидат экономических наук

МЕЖЕНСКАЯ В. В.

кандидат экономических наук

Донецк

Теория и практика свидетельствуют о том, что ни один из показателей развития и функционирования корпорации нельзя рассматривать в статике в силу постоянного воздействия меняющегося рыночного окружения, что обуславливает необходимость реалистичного прогнозирования и оценки деятельности корпорации в динамике.

В долгосрочной перспективе с целью сохранения и преумножения конкурентных преимуществ корпорации следует применять динамическую совокупность взаимосвязанных управленческих процессов принятия и осуществления решений с использованием моделей стратегического управления.

Кроме того, разработка комплекса мероприятий по диагностике финансового состояния имеет большое значение и в системе антикризисного менеджмента для предупреждения потенциально возможного банкротства корпорации.

Следует отметить, что в современной экономической литературе этой проблематике посвящено ряд публикаций и работ отечественных и зарубежных ученых, однако до сих пор отсутствуют четко систематизированные методологические и концептуальные основы, поскольку существующие подходы не предлагают модели, которые бы удовлетворили интересы всех заинтересованных лиц. Недостаточная разработанность вопросов комплексной диагностики финансового состояния корпорации определила необходимость проведения исследования в данном направлении.

Вопросы диагностики финансового состояния корпорации рассмотрены в научных трудах таких отечественных и зарубежных ученых-экономистов, как Э. Альтман, Т. Таффлер, В. Бивер, ван Хорн, Н. Дмитриева, Я. Вишняков, А. Колосов, А. Стоянов, И. Бланк и др.

Целью данной статьи является разработка методов и моделей диагностики финансового состояния корпорации с целью формирования стратегии ее функционирования в условиях динамической внешней среды.

Для того, чтобы корпорация могла в полной мере воспользоваться всеми благами технологии стратегического управления, в ней должна быть внедрена система стратегического управления, под которой подразумевается комплекс из таких взаимосвязанных составля-

ющих: адекватная структура, которая в значительной степени определяет жизнеспособность и эффективность функционирования системы стратегического управления, методология стратегического управления, под которой подразумевается совокупность обобщенных принципов стратегического управления, на которых система управления строится, а также набор практических инструментов (*рис. 1*) [1].

Таким образом, стратегическое управление предполагает наличие целей и ресурсов для их достижения. Мерой степени достижения цели являются определенные критерии. Так как нет правильного ответа, есть только лучшие пути, то в качестве критериев предлагается использовать систему оценки согласно сбалансированной системе показателей (ССП).

Отметим, что необходимо учитывать ряд аспектов применения ССП:

- ✦ ССП характеризует имеющуюся стратегию только четко определенного корпорации;
- ✦ ССП отражает систему управления конкретно корпорации и протекающие в нем процессы.

Применение ССП одной корпоративной структуры в системе управления другой без соответствующей корректировки и адаптации несет серьезные сбои в процесс стратегического управления, которые найдут свое проявление в спаде результативности процессов и снижении общей жизнеспособности корпорации.

Разработка и внедрение ССП считается полноценным проектом, включающим последовательность трех основных этапов. Первый этап характеризуется разработкой всех необходимых структурных характеристик ССП: стратегических карт, моделей множества целей и т. п. На следующем этапе ССП внедряется в действующую систему стратегического управления корпорации. Проводится корректировка подсистем стратегического управления, к которым относятся планирование, контролинг, принятие решений, система мотивации и пр.

На третьем этапе проводится апробация разработанной системы, после которой начинает ССП функционировать, то есть запускается процесс эксплуатации системы.

На каждом этапе реализации проекта могут возникнуть достаточно серьезные проблемы, и необходимо уметь их идентифицировать и разрешать.

Согласно ССП при формировании стратегии корпорации необходимо уделять внимание каждой из ее четырех составляющих [2]:

- ✦ финансовой составляющей,
- ✦ клиентской составляющей,
- ✦ внутренней составляющей,
- ✦ составляющей обучения и развития.

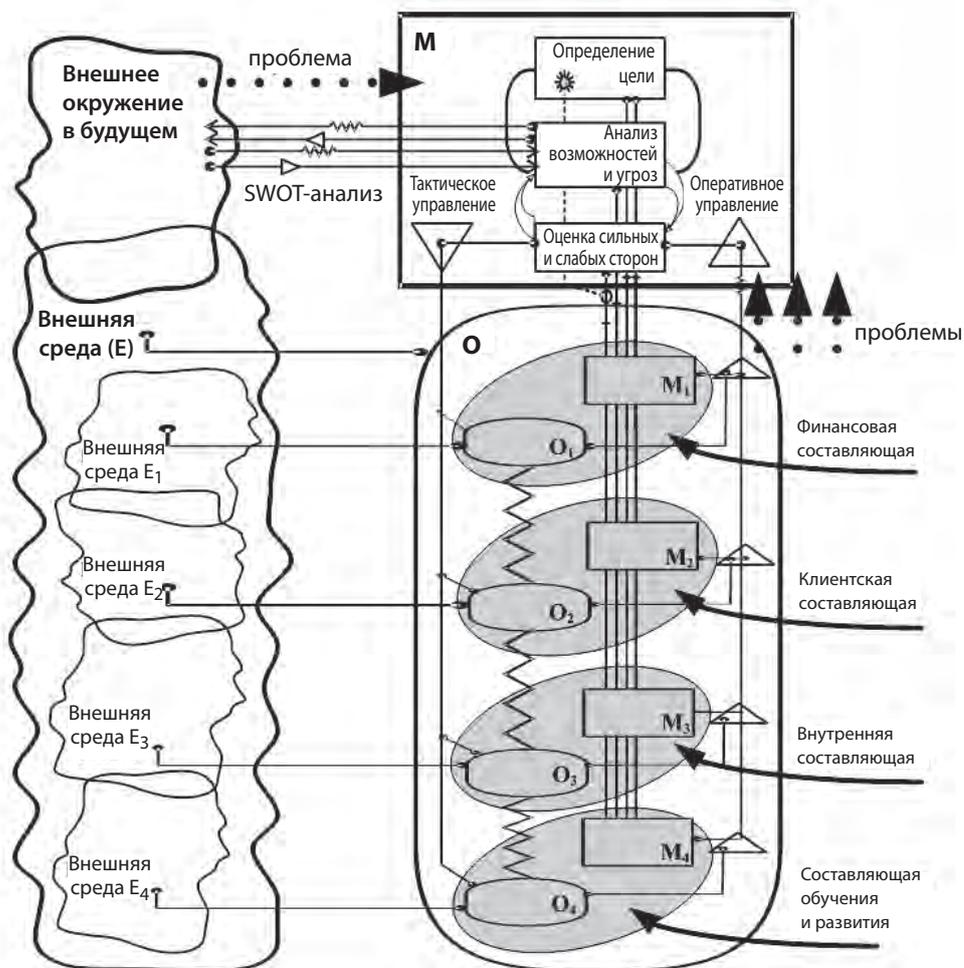


Рис. 1. Представление VSM в терминах BSC

Составляющие стратегии определяют, что представляет собой корпорация, куда она движется и какие цели преследуют её собственники. Поэтому формирование стратегии должно осуществляться на самом верхнем уровне управления корпорацией, то есть уровне, определяющим требования к компании в целом – уровне Совета директоров, отражающего ожидания собственников.

При этом низлежащие уровни управления (менеджмент компании) должны предоставлять комплекс своих требований и ограничений для повышения уровня адекватности и актуальности разрабатываемой стратегии. Однако окончательно сформированный вектор развития корпорации в виде ее стратегии является результатом координирующей роли собственников, поскольку именно они берут на себя риск утраты инвестиционных вложений.

Для формулирования генеральной цели корпорации как экономической системы основополагающим является наличие у органов управления стратегического видения (миссии), то есть представления о том, чем корпорация является в настоящем, какой она должна стать в будущем, к чему нужно стремиться, какую пользу она должна приносить социуму.

Стратегическое видение – это идеальное представление, желаемый образ корпорации, комплексное осмысление событий и стратегической ситуации будущего [3, 4].

При принятии стратегических решений широко используется моделирование проблемных ситуаций. С точки зрения системного анализа концептуальное моделирование является структуризацией предметной области, для которой разрабатывается система. Ее цель – выявление перечня и иерархии предметов, объектов, факторов и явлений, полный набор которых позволяет реализовать поставленные перед системой цели и задачи.

Реализация стратегии предопределяет наличие системы, используемой для управления корпорацией, то есть системы стратегического управления. Успешное внедрение стратегии требует соответствия ей структуры, организации и рычагов управления корпорацией. Различные стратегии и рыночные условия могут требовать от корпорации структурных изменений, смены систем контроля, реформирования планов по ресурсам и различным функциональным областям.

Множество проблем, возникающих на этапе реализации стратегии, обусловлены тем, что мера разнообразия рыночной среды значительно выше степени разнообразия откликов корпорации. К тому же процесс разработки стратегии требует определенного (иногда значительного) времени, в течение которого могут произойти такие изменения в окружающей экономической среде, что стратегические планы могут в определенной степени устареть еще до начала их реализации.

Стратегическое управление должно представлять из себя непрерывный процесс. После внедрения стратегии необходимо проводить ее постоянное отслеживание и производить в определенные периоды оценку их реализации и соответствующую корректировку. Важным условием этого процесса является определение множества критериев, определяющих оптимальность выбранной стратегии с позиции стратегического анализа. К ним, прежде всего, относятся осуществимость стратегии, т. е. степень сложности и объем затрачиваемых усилий для применения на практике данной стратегии, а также допустимость стратегии, характеризуемая тем, в какой мере результаты внедрения выбранной стратегической альтернативы определяют выполнимость миссии экономической системы и достижение ее целей.

На современном этапе развития экономики для принятия стратегических управленческих решений традиционные финансовые показатели, основанные на данных бухгалтерской и финансовой отчетности, утратили актуальность вследствие ретроспективного характера этих показателей. Об этом свидетельствует огромное количество критических публикаций в экономической литературе, в частности Р. Каплана, Д. Нортон, Дж. Кристиансен [2, 5, 6]. Помимо указанного недостатка традиционные финансовые показатели не в сила полностью выполнить основную задачу корпоративного управления, а именно – всестороннее удовлетворение интересов акционеров.

На протяжении 70 – 90-х годов ряд ученых пытались решить возникшую проблему [2, 6 – 8]. Результаты проведенных Р. Капланом и Д. Нортоном исследований привели к созданию концепции сбалансированной системы показателей (ССП) – BSC (*Balanced Scorecard*), которая состоит из четырех составляющих: финансовой, клиентской, внутрихозяйственной, а также составляющей обучения и развития; и помимо монетарных показателей включает нефинансовые.

Отметим, что использование СПП – это процесс не разработки стратегии, а ее реализации, предполагающий наличие на предприятии уже четко сформулированной стратегии, так как показатели СПП определяются именно стратегией корпорации, то есть для успешной реализации стратегии необходимы три компонента [2]:

*Желаемые результаты = Описание стратегии +
+ Управление стратегией*

Другими словами, можно управлять (третий компонент) только тем, что поддается оценке (второй компонент), а оценить возможно только то, что можно описать (первый компонент).

Исходя из логики представленного равенства, рассмотрим каждую из четырех составляющих BSC, которые составят структуру модели системы стратегического управления эффективностью корпорации в корпоративной сфере.

Внутреннюю составляющую представим через процесс управления производственным потенциалом корпорации, который базируется на определении оптимальной области маневрирования, наделяющей произ-

водственный план адаптивными свойствами. Область маневрирования представляет собой потенциал, которым располагает система при корректировке плана производства. Так как основу ВВП составляет промышленность, а в промышленном секторе затраты на материальные ресурсы составляют более 50% в структуре затрат на производство продукции, то широту области маневрирования будем определять именно по данному виду ресурсов [9].

Клиентская составляющая характеризует потребительскую ценность, поэтому в качестве показателя примем степень удовлетворения спроса, тогда для эффективного управления введем в модель адаптивные ожидания.

Аспект обучения и развития характеризует нематериальные активы компании, так как современное корпоративное управление немисливо без интенсивного и последовательного внедрения соответствующих инновационных технологий. Одним из основных нефинансовых элементов, необходимых для поддержания созданной стоимости является организационный капитал.

В качестве инструментария разработки и реализации модели выбрано имитационное моделирование, которое обеспечивает обоснование разрабатываемых стратегий на основе выбора критериального параметра, направленного на достижение целей корпорации при достигнутом уровне его развития, потенциале и т. п.

На основе построенной динамической имитационной подмодели можно получить расчетный показатель согласно заданному критерию оптимальности. Нефинансовым показателем, отражающим эффективность реализации стратегии управления, а именно процесс поддержания созданной стоимости, в данном случае является уровень организационного капитала (*рис. 2*).

Система сбалансированных показателей представляет финансовую составляющую как конечную цель для предприятий, которые добиваются максимально возможной прибыли. С позиции максимизации прибыли возможно две стратегии: увеличение продаж или сокращение расходов. Динамизм и непредсказуемость современного внешнего экономического окружения отечественных предприятий повышает риск возникновения потерь вследствие резких скачков спроса, поэтому вторая стратегия (минимизация издержек) является более оправданной. СПП предполагает наличие причинно-следственных связей между используемыми показателями, что и продемонстрировано выше во взаимосвязи финансовой и внутренней составляющих применяемой методики.

ВЫВОДЫ

Практика реализации управленческих решений, связанных с диагностикой финансового состояния корпорации, сталкивается с решением сложных многомерных задач выбора, предполагающих построение пространства отношений, функций и механизмов выбора, которые реализуют на множестве альтернатив принципы классической рациональности и экстремальности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Beer S. The heart of enterprise / S. Beer.– John Wiley & Sons Ltd.– 1990.– 584 p.
2. Kaplan R. S. The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action / R. S. Kaplan, D. P. Norton.– Boston (M., USA): Harvard Graduate School Press.– 1996.– 561 p.
3. Меженская В. В. Стратегическое управление предприятием в условиях рыночной трансформации // Тезисы доповідей. XI Всеукраїнська науково-методична конференція «Проблеми економічної кібернетики». 2 – 4 жовтня 2006 р. м. Алушта, смт. Партеніт.– Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, Лтд.».– 2006.– 303 с.
4. Большой коммерческий словарь / Под. ред. Т. Ф. Рябовой.– М., 1996.
5. Feurer R. Aligning Strategies, Processes, and it: A Case Study / R. Feurer, K. Chaharbaghi, M. Weber, J. Wargin // IS Management.– 2000.– 17(1).– p. 1 – 12.
6. Christyansen J. K. Competence strategies in organizing product development / J. K. Christyansen // Creativity and Innovation Management.– 2005.– p. 384 – 392.
7. Алле М. Условия эффективности в экономике / М. Алле. [пер с франц. Л. Б. Азимова, А. В. Белянина, И. А. Егорова, Н. М. Калмыковой].– М.: Научно-издательский центр «Наука для общества».– 1998.– 304 с.
8. Рогоза М. Є. Управління промисловими підприємствами: соціально-економічні чинники та особливості організації: [монографія] / М. Є. Рогоза.– Полтава, РВЦ ПУСКУ, 2005.– 281 с.
9. Управленческий учет / Под. ред. В. Паляя и Р. Вандер Вила.– М.: ИНФРА-М, 1997.– 480 с.

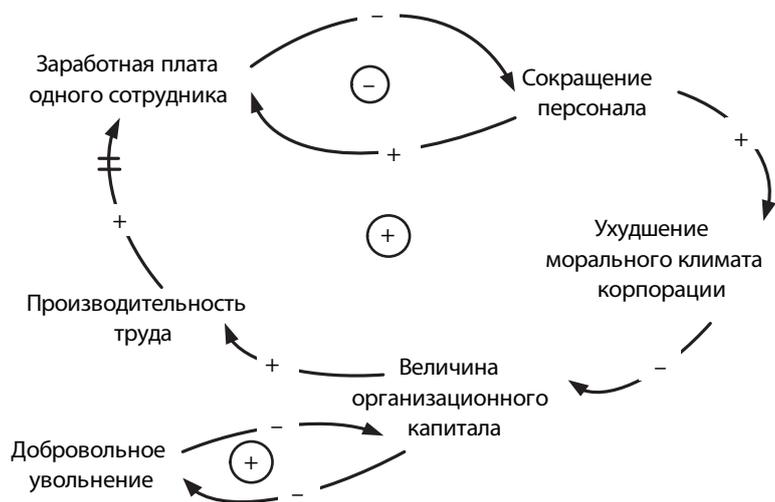


Рис. 2. Взаимосвязи переменных подмодели реализации стратегии управления с учетом корпоративных интересов

Неопределенность факторов внешней среды и динамичность рынков Украины обуславливают внимание отечественных специалистов к системе финансового управления в целях ее совершенствования, а вся деятельность корпорации должна быть ориентирована на достижение целевых показателей, заданных стратегией, для чего важно использовать современные принципы планирования и управления.

Финансовую диагностику и оценку финансового состояния можно рассматривать как единый процесс, реализация которого позволяет принимать эффективные управленческие решения. Как следствие, с помощью финансовой диагностики можно не только отслеживать состояние объекта на каждом временном промежутке, но и идентифицировать его финансовое состояние для осуществления дальнейшего управления им. ■