

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД В ПРИНЯТИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Аннотация. Рассмотрен процесс принятия управленческих решений, который представлен в виде трех основных этапов: анализа внешней среды (рынка), анализа внутренней среды (фирмы) и финансового анализа. Особое внимание уделено различным средам принятия решений, или состояниям знания, таким, как определенность, риск и неопределенность, а также аналитическим средствам, используемым в зависимости от того, в каком состоянии знания находится лицо, принимающее решение.

Ключевые слова: решение, управление, анализ, риск, прибыль, коэффициент, показатель, неопределенность, среда.

Введение. На современном этапе развития мировой экономики, торговли, науки, промышленности проблема эффективного управления напоминает о себе все чаще и чаще. Возникает вопрос: что надо для того, чтобы управлять эффективно? Ответ один - фундаментальные знания, где главную роль играют знания в области экономической теории в совокупности с другими прикладными науками, такими, как математика, финансы, бухгалтерский учет, маркетинг, менеджмент и т. д.

В наше время многие задаются вопросом, насколько применимы полученные знания из курса экономической теории в жизни при принятии различного рода решений, в частности, управленческих.

Еще в 40-х гг. прошлого столетия поиск ответа на этот вопрос привел к возникновению нового направления экономической теории - управленческой экономики. С тех пор многие ученые дают свои трактовки этого понятия, но они не всегда четкие, ясные и доступные для понимания.

Постановка задачи. С общеэкономической точки зрения процесс принятия управленческих решений можно представить в виде следующих основных этапов:

- анализ внешней среды (рынка);
- анализ внутренней среды (фирмы);
- финансовый анализ.

Эта структура универсальна, поскольку с позиции менеджера, работающего в фирме (компании), независимо от стадии ее развития и положения на рынке, логика последовательности принятия решений неизменна.

Прежде чем начать разбирать эту систему поэтапно, нельзя не сказать о том, что решения принимаются в различных средах. При этом выделяют три среды (или состояния знаний): определенность, риск и неопределенность. Каждое из этих состояний требует от менеджера применения различных знаний, методов и способов действий, а также владения различной информацией.

Кроме того, все они предполагают использование собственных аналитических средств, повышающих объективность в процессе принятия решений. Ведь эффективная выработка решений - это искусство выбора лучшей среды имеющихся альтернатив.

Приведем качественные характеристики различных сред.
Определенность - это такое состояние знания, когда лицо, принимающее решение, заранее знает конкретный исход для каждой из альтернатив, т. е. лицо обладает исчерпывающими знаниями о состоянии среды и результатах каждого возможного решения. Может показаться, что концепция нереалистична, но на практике во многих краткосрочных ситуациях лицо, принимающее решение, располагает достаточным количеством знаний для принятия решений. Эта ситуация возникает при поиске варианта распределения ресурсов, дающего наибольшую отдачу по какому-либо показателю или наименьшему значению некоторого критерия в условиях заданных ограничений. Для того чтобы сделать такой выбор, надо произвести оптимизационный анализ, в который входят предельный анализ, линейное программирование и приростный анализ прибыли.

Приростный анализ решает задачу нахождения оптимального соотношения доходов и затрат на уровне производства и продаж, позволяющего максимизировать прибыль. Задача усложняется, если накладываются дополнительные ограничения на ресурсы. Решением в этом случае будет применение другого метода оптимизационного анализа - линейного программирования, который является в практическом смысле наиболее успешным и широко используемым способом решения задач распределения ресурсов. Фактически это метод максимизации или минимизации линейной функции нескольких переменных, имеющих линейное ограничение. В настоящее время для решения подобного рода задач создано много компьютерных программ.

Приростный анализ прибыли развивает концепцию предельного анализа в применении к решению более широких практических задач. Он оперирует с любыми изменениями в доходах, затратах и прибылях, явившимися следствием определенного решения, т. е. концепция приростного анализа охватывает изменения как самих функций, так и их значений. Основное правило решения состоит в том, чтобы принять любое предложение, повышающее прибыль, или отвергнуть любое предложение, ее уменьшающее. Поскольку в приростном решении рассматриваются только переменные, подвергающиеся изменениям, постоянные слагаемые затрат (такие, как страхование и обесценение денег) не рассматриваются.

Таким образом, приростные решения относятся к краткосрочной концепции. К сожалению, многие управляющие не используют приростные термины. Они принимают решения исходя из средних значений общих затрат, включая в них постоянные и переменные слагаемые (полностью распределенные затраты). Почти всегда краткосрочные решения, основанные на средних значениях полностью распределенных затрат, неверны, если целью фирмы будет максимизация прибыли.

Рисковая среда характеризуется как состояние знания, когда известны один или несколько исходов по каждой альтернативе и когда вероятность реализации каждого исхода достоверно известна лицу, принимающему решение, т. е. лицо обладает объективными знаниями о ситуации и может объективно прогнозировать вероятное качество проявления и исход или

отдачу по каждой из возможных стратегий.

Существуют два основных метода объективного измерения степени вероятности (риска): априори (метод дедукции) и апостериори, который производится посредством статистического анализа эмпирических данных.

При использовании метода априори лицо, принимающее решение, способно определить вероятность результата без экспериментирования и анализа прошлого опыта. Вероятности определяются дедуктивно на основании допустимых принципов при условии, что характеристики возможных случаев известны заранее. При использовании этого метода мы идем от причины к следствию.

Метод апостериори предполагает, что прошлый опыт является типичным и что он будет продолжаться в будущем. Для того чтобы определить вероятность возникновения того или иного события, лицо, принимающее решение, должно распределить частоту его возникновения на общее количество наблюдений.

Результаты. Необходимо четко понимать разницу между распределением частоты - табулированием того, сколько раз возникали события, представляющие интерес, в прошлом, и распределением вероятности - табулированием возможности возникновения этих событий в будущем. Если лицо, принимающее решение, готово предположить, что прошлый опыт является типичным и что он может быть использован в будущем, то самый простейший способ для построения распределения вероятности - осуществить прямое преобразование распределения частоты. Конечно, одного этого недостаточно для принятия решений. Распределение вероятности может быть модифицировано с целью получения новых факторов, имеющих важное значение для определения дальнейшего экономического поведения, либо для корректировки контроля над прошлым опытом, имеющим продолжение в будущем. Если статистическая вероятность может быть определена объективно, то возможности такого результата должны классифицироваться как риск. Менеджер, сталкиваясь с событиями или результатами, подразумевающими наличие риска, должен разработать методы, которые дадут возможность вычислить его, а в перспективе свести к минимуму риски, присущие конкретной задаче. Одним из таких методов может быть вычисление распределения вероятности возможных результатов из блока наблюдений, а затем подсчет предполагаемой стоимости.

При оценке нескольких стратегий с одинаковой стоимостью инвестиций основным критерием для их сравнения служит предполагаемая стоимость. Выбор будет сделан в пользу стратегии с наибольшей предполагаемой стоимостью.

В ситуации, когда у нескольких стратегий предполагаемые стоимости равны, необходимо воспользоваться дополнительным критерием - степенью риска. Если предполагаемую стоимость можно трактовать как определение основной тенденции, то степень риска - это отклонение возможных отдал от предполагаемой стоимости.

Проект будет тем рискованнее, чем дальше от средних значений находится фактическая отдача. Таким образом, одним из способов измерения риска можно считать вычисление размаха, который представляет собой

разность между самыми крайними величинами отдачи.

Размах - это полезная предварительная оценка, но она учитывает лишь крайние стоимости и не учитывает стоимости, расположенные между ними. Если мы предположим наличие нормального распределения вероятности, то более точным измерением риска будет показатель среднего квадратичного отклонения, т. е. отклонения отдачи от предполагаемой стоимости. Среднее квадратичное отклонение показывает жесткость распределения вероятности. Чем оно выше, тем выше вероятность возможной отдачи и, следовательно, выше риск.

Если перед менеджером стоит задача выбора между проектами с сильно отличающимися величинами инвестиций, отдал и предполагаемой стоимости, то необходимо воспользоваться не абсолютными измерениями, а относительными, такими, как относительное среднее квадратичное отклонение (чаще называемое коэффициентом вариации).

Коэффициент вариации - это отношение среднего квадратичного отклонения к предполагаемой стоимости. Вычисленный в процентах, он является индексом риска в расчете на доллар прибыли. Более высокое квадратичное отклонение означает более высокий абсолютный риск. Наиболее желательным будет тот проект, у которого относительный риск (то есть риск в расчете на доллар предполагаемой стоимости, измеряемый коэффициентом вариации) и предполагаемая стоимость больше.

Каким образом лицо, принимающее решение, захочет решить проблему риска, зависит от его отношения к нему. Это отношение базируется на функции полезности, при которой увеличение приращений доходов (прибылей) ведет к уменьшению приращений удовлетворения (полезности). Здесь необходимо пояснить формальную зависимость между риском и полезностью. Для этого прибыли и убытки должны быть измерены с точки зрения предельной полезности, а не с точки зрения абсолютной стоимости в долларах. При этом предельная полезность определяется как изменение общей полезности, которое происходит в том случае, когда денежная единица прибывает или убывает.

Лицо, принимающее решение и не склонное к риску, соглашается на риск только в том случае, если имеет место премия, соизмеримая с риском. Любая коммерческая фирма и любой индивидуальный инвестор имеют в виду какую-то определенную норму прибыли, которая учитывает имеющийся риск. По мере возрастания степени риска эта норма прибыли также возрастает вдоль кривой безразличия к риску, которая показывает функцию компромисса инвестора (риск-доходность).

Модель максимизации прибыли может быть одновременно скорректирована и для риска, и для истинной стоимости денег посредством нескольких методов. Два наиболее важные из них - учетная ставка, скорректированная с учетом риска, и метод эквивалента определенности.

Неопределенность как состояние среды - это такой уровень знания, когда одна или более альтернатив имеют ряд возможных исходов, вероятность которых либо неизвестна, либо не имеет смысла. В отличие от риска, это субъективное явление.

Если в условиях неопределенности лицо, принимающее решение, не способно или не готово определить субъективные вероятности возможных состояний экономики, то для принятия решения используются следующие четыре критерия:

1. Критерий макси-мини, или критерий Вальда, посредством которого выбирается стратегия, обеспечивающая самый наилучший из наихудших результатов.

2. Альфа-критерий Гурвица, который обеспечивает лицо, принимающее решение, возможностью обратить внимание и на самую худшую, и на самую лучшую отдачу для конкретной стратегии и определить субъективную вероятность для каждой из них.

3. Критерий мини-макс, или критерий Сэйвиджа, который стремится минимизировать понесенные потери в результате принятия неправильного решения.

4. Критерий Лапласа, или бэйесов критерий, который гласит, что если вероятности явления неизвестны, то они должны приниматься за равные.

Существуют также неколичественные методы решения проблем неопределенности. В их число входят хеджирование, гибкое инвестирование, диверсификация интересов фирмы, приобретение дополнительной информации, модификация целей, обращение к властям за руководством и контроль над окружением.

Какой бы метод решения проблемы неопределенности ни выбрали менеджеры, принимающие решения, они должны стремиться к возможно большей объективности.

1. Теперь рассмотрим первый этап процесса принятия решений - анализ рынка. Необходимо исследовать три основных параметра:

1) спрос (кто покупатели; в чем заключаются различия потребностей различных групп покупателей; факторы, влияющие на спрос; степень чувствительности спроса к изменению цен);

2) конкурентов (число, долю занятого рынка, стратегии);

3) потенциал роста рынка (общую макроэкономическую ситуацию).

С общеэкономической точки зрения особый интерес представляет исследование спроса.

Модель спроса - один из важнейших инструментов менеджера. Анализ спроса предусматривает прогнозирование объема продаж, планирование производства, анализ затрат и финансовое планирование, ценообразование и манипулирование другими переменными спроса, такими, как реклама и продвижение товара на рынок, управление ресурсами и запасами, планирование прибыли.

С точки зрения управления главные цели анализа спроса - выявление и измерение переменных, оказывающих воздействие на реализацию продукции. К этим факторам относятся потребительский доход, цены других аналогичных товаров, реклама и потребительские вкусы, численность населения и потребительские ожидания.

Поведение потребителя легче всего объяснить с точки зрения полезности, которая определяется как удовлетворенность, получаемая от наличия,

потребления или использования товаров или услуг. Предельная полезность определяется как изменение в общей полезности, вызванное увеличением потребления какого-либо продукта на одну единицу. Если определить общую полезность как функцию потребления, то можно установить закон убывающей полезности, который гласит, что предельная полезность убывает по мере увеличения потребления и становится равной нулю в точке насыщения, в которой общая полезность является максимальной. Последующее потребление может установить отрицательную полезность. В этом случае предельная полезность становится отрицательной, а общая полезность снижается. Если имеет место максимальная полезность от всей совокупности товаров, возникающая в случае, когда предельная полезность в расчете на единицу затрат одинакова для всех товаров, включая деньги (сбережения), то говорят, что потребитель находится в состоянии равновесия, получая наибольшее удовлетворение за деньги, потраченные или сэкономленные. Изменения в цене или в собственном понимании предельной полезности могут вывести потребителя из состояния равновесия.

Кривая спроса показывает, что на каждую последующую единицу или долю единицы, на которую имеется спрос, цены различны. Однако в реальной жизни если устанавливается конкретная цена, то весь товар, на который существует спрос, продается именно по этой цене. Цена должна основываться на предельной полезности последней проданной единицы, имеющей наименьшую ценность. Поскольку некоторые потребители готовы платить более высокую цену, говорят, что имеет место потребительский излишек.

Если использовать порядковый подход, при котором потребители способны распределить товары в порядке предпочтения, то результатом будет потребительское равновесие. В этом случае пары товаров могут объединиться в несчетное количество комбинаций, которые обеспечивают одинаковый уровень общей удовлетворенности, а графическое отображение этих комбинаций даст кривую безразличия на карте безразличия. Эти кривые представляют то, что потребитель готов делать. Возможности потребителя отражает бюджетная линия. Если построить бюджетную линию на карте безразличия, то точка пересечения двух кривых будет точкой, отражающей соотношение товаров, при котором достигается максимальная общая полезность при определенных ограничениях бюджета, т. е. точкой состояния равновесия потребителя.

Таким образом, отдельные функции потребительского спроса отражают то количество конкретного товара, которое потребитель готов и способен покупать при определенной цене в пределах определенного диапазона цен. Функция рыночного спроса - это сумма всех функций потребительского спроса на данном рынке. Зависимость рыночного спроса от функции спроса отдельной фирмы выражается в следующем;

1. Все рынки одинаковы в том отношении, что они состоят из продавцов и покупателей, тогда как третьи стороны, такие, как брокеры и агенты, являются посредниками между ними. Однако в рамках этой структуры рынки (рыночный спрос) существенно отличаются друг от друга по разме-

ру, механизму и динамике.

2. Спрос на продукцию фирмы - это какая-то часть общего рыночного спроса на продукцию какого-то типа. Однако это не значит, что функция спроса фирмы - это уменьшенный в масштабе вариант функции рыночного спроса. Многие факторы (за исключением цены), воздействующие на спрос, необязательно одни и те же для фирмы и для рынка.

3. Базисная зависимость функции спроса фирмы от рыночного спроса определяется рыночной структурой. В рыночных структурах, в которых существует конкуренция между производителями (например, монополистическая конкуренция и олигополия), спрос фирмы оказывается под воздействием деятельности конкурентов, оказывающих несущественное или не оказывающих вовсе никакого воздействия на общий рыночный спрос. При монополии спрос фирмы - это рыночный спрос.

Независимо от рыночной структуры, именно эта кривая спроса, с которой сталкивается фирма, имеет самое большое значение для решений фирмы в отношении ценообразования, производства и продвижения ее продукции на рынок.

Эластичность - наиболее часто используемый показатель чувствительности спроса к любому из своих детерминант. Она определяется как процентное изменение в независимой переменной, вызванное изменением на 1% в одной из независимых переменных, при условии, что все остальные переменные остаются постоянными. Эластичность - это общее понятие, применимое к любой функции. В применении к спросу особый интерес представляют четыре вида эластичности: 1) ценовая эластичность спроса; 2) эластичность спроса по доходу; 3) перекрестная эластичность спроса и 4) эластичность спроса по рекламе. Эти эластичности широко используются при принятии решений как в государственном, так и в частном секторах. Например, ценовая эластичность спроса - это главный довод при принятии решения по поводу изменений в ценах; эластичность спроса по доходу может указывать на правильное размещение нового предприятия; перекрестная эластичность спроса может регулировать реакцию на действия конкурентов, а эластичность спроса по рекламе может определять направленность и величину новой рекламной кампании.

Каждый фактор, который оказывает воздействие на спрос, имеет свою собственную эластичность. В действительности все эти факторы взаимодействуют более или менее одновременно. Общее воздействие на спрос представляет собой сумму индивидуальных воздействий.

Оценка спроса - неотъемлемая часть принятия управленческих решений. Наиболее часто при практическом определении спроса используется метод линейной регрессии. Если требуемое количество принять за функцию одной независимой переменной, то в этом случае можно использовать простую (парную) линейную регрессию. В случае, когда имеются две или более независимых переменных, необходимо применять множественный регрессионный анализ.

При наличии адекватной информации статистический анализ является лучшим методом определения спроса. Его базой данных может быть:

1) информация на основе анализа временных рядов, которая содержит изменения избранных переменных за довольно длительный промежуток времени. Эта информация должна быть скорректирована с учетом изменений в численности населения и инфляции или дефляции. Кроме того, вполне возможно, что из нее необходимо удалить трендовые, сезонные и циклические влияния;

2) информация на основе кросс-секционных данных, позволяющая произвести моментальный снимок многих переменных в определенный момент времени или в течение определенного периода. На эту информацию не влияют изменения численности населения или текущая цена доллара, однако может быть необходима корректировка для устранения нежелательных влияний.

Подбор уравнения, связывающего изменения зависимой переменной с изменениями независимой переменной, осуществляется по графику с помощью метода наименьших квадратов. Если к экспериментальным данным применяется линейная регрессия, точки наблюдения могут лежать выше, ниже или на этой линии. Расстояние между такой точкой и линией регрессии называется отклонением, или разбросом. Отклонение существует вследствие того, что не все изменения зависимой переменной могут быть объяснены изменениями независимой переменной. Метод наименьших квадратов позволяет минимизировать сумму квадратичных отклонений.

Независимо от способа получения, рассчитанная линия регрессии должна быть оценена и проверена на правильность. Для оценки используют тесты на:

- среднюю квадратичную ошибку оценки;
- коэффициент детерминации;
- коэффициент корреляции.

Регрессионный анализ не может быть выполнен без соответствующей статистической информации. Если такой информации нет, то необходим прямой контакт с потребителем, который может иметь следующие формы:

1) обследования потребителя, когда изучается реакция потребителя на гипотетические изменения цены, дохода, цен на другие продукты, рекламу товара и другие составляющие спроса;

2) выявление предпочтений потребителя путем манипулирования переменными спроса и наблюдения за реакцией потребителя. Такой эксперимент осуществляется в лабораторных условиях;

3) рыночные эксперименты, в которых цены или другие переменные изменяются на одном или нескольких рынках, при этом наблюдаются реакции потребителей.

II. Второй этап в принятии управленческих решений - внутренний анализ фирмы. Главная задача на этом этапе состоит в оценке возможностей фирмы конкурировать на рынке и получать прибыль, т. е. в определении производственных возможностей, оптимального производственного соотношения и т. п. Этот анализ поможет менеджеру оптимизировать деятельность фирмы, минимизировать затраты и максимизировать прибыль в условиях рынка.

Анализ производства осуществляется для определения наиболее экономичной стратегии использования вводимых ресурсов, необходимых для получения заданного уровня выпуска производства, или максимального уровня выпуска продукции, который может быть получен при заданных уровне и соотношении вводимых факторов производства. Можно выделить три основных фактора производства: труд, материалы и капитал. Связь между ними описывается производственными функциями, которые определяют объем выпуска, осуществляемый фирмой при различном сочетании факторов производства. То есть производственная функция - это отражение зависимости объема производимой продукции от количества используемых ресурсов. Поскольку она описывает максимально возможный объем выпуска для заданного набора факторов при технологически эффективном способе производства, ресурсы, снижающие выпуск продукции, не будут использоваться никогда. Предположение о том, что производство всегда технологически эффективно, не всегда справедливо, но есть основания ожидать, что стремящиеся к максимальной прибыли фирмы не будут расходовать ресурсы впустую.

Если речь идет о краткосрочном периоде, то исследование производства начинается с изучения соотношения «затраты - выпуск», сущность которого заключается в том, что один из вводимых факторов производства рассматривается как переменный, в то время как все остальные факторы остаются постоянными. Изучение этого соотношения позволяет сформулировать закон переменных количественных соотношений, называемый также законом убывающей доходности. Этот закон гласит, что по мере увеличения некоторого вводимого фактора производства величина предельного продукта изменяется, вначале возрастает, а затем уменьшаясь до нуля, после чего она становится отрицательной. Общий выпуск продукции будет максимальным в точке, соответствующей нулевому значению предельного продукта.

Увеличение экономической эффективности производства при росте его масштаба представляет собой долгосрочную концепцию планирования развития производства, которая позволяет руководству фирмы оценить влияние увеличения всех вводимых факторов производства в одинаковом количественном отношении.

Специалист, выполняющий анализ производства, должен помнить, что понятие экономической эффективности, обусловленной увеличением масштаба производства, относится исключительно к производству и затратам (стоимости) и не имеет никакого отношения к спросу. Принятие окончательного решения относительно величины производственной мощности должно быть обосновано тем уровнем продаж продукции данного предприятия, который обеспечит фирме наибольшую рентабельность (прибыльность).

Для исследования производственных функций используют эмпирический подход, в который входят следующие статистические методы:

1. Анализ временных рядов, основанный на использовании в качестве базы данных наблюдения за ряд предшествующих лет. Этот метод больше подходит для изучения производственного процесса одной фирмы.

2. Кросс-секционный анализ, основанный на данных, относящихся к одному и тому же периоду. Он наиболее эффективен в тех случаях, когда различные фирмы имеют существенно различающиеся уровни вводимых факторов производства и выпуска продукции (используется для отрасли).

Анализ на основе технического подхода, применяемый в том случае, если получение достоверных данных за ряд предшествующих лет затруднительно. При этом проводятся управляемые эксперименты или ежедневные наблюдения за реальным производственным процессом. Цель этих экспериментов - нахождение таких факторов производства, при которых можно рассчитывать на получение определенного количества конечной продукции.

Анализ производственных функций производится с помощью регрессии или линейного программирования.

Теперь обратимся к прибыли фирмы. При рассмотрении прибыли «необходимо понимать разницу между бухгалтерской и экономической прибылью. И бухгалтер, и экономист определяют прибыль как разность между доходом и затратами. Разница заключается в определении затрат. Бухгалтер учитывает только точные затраты, отраженные в бухгалтерских книгах фирмы, а экономист к точным затратам добавляет вмененные.

Прибыль и убытки могут быть рассчитаны как разность между стоимостью фирмы в денежном выражении на начало и на конец отчетного периода. Экономическая прибыль (убытки) включает следующие составляющие:

1) торговую прибыль (убытки), которая является прямым следствием основного вида деятельности фирмы, т. е. производства (или закупки) и продажи товаров;

2) холдинговую прибыль (убытки), представляющую собой прирост или снижение капитала, обусловленные увеличением или уменьшением цен на товары за период их хранения.

Для планирования, координирования и управления деятельностью фирмы составляется бюджет прибыли. Он также служит для систематической проверки работы фирмы путем сравнения запланированных и полученных показателей.

Анализ безубыточности представляет собой дополнение к планированию прибыли и позволяет графически или алгебраически отобразить возможные последствия того или иного плана деятельности. Для определения объемов производства и продаж, необходимых для безубыточной работы или получения намеченной прибыли, применяются простые алгебраические формулы.

Анализ безубыточности является простым, понятным управляющим и относительно недорогим методом. Его недостаток заключается в предположении, что прибыль выступает лишь функцией объема производства. В действительности прибыль зависит от вида производственного процесса, характера торговой деятельности, спроса и ряда других внешних и внутренних факторов.

III. Третий этап в принятии управленческих решений — финансовый анализ. После проведения исследования рынка и анализа возможностей компании необходимо посмотреть, насколько устойчиво положение ком-

пании для будущего функционирования. Для этого требуется собрать учетную информацию, содержащуюся в годовых и квартальных отчетах фирмы. Эти отчеты включают балансовый отчет, отчет о доходах, отчет об использовании нераспределенной прибыли и отчет об источниках и использовании средств. Данные этих отчетов используют при расчете финансовых показателей, характеризующих финансовую деятельность фирмы. Существует 15 основных финансовых коэффициентов, принадлежащих четырем основным группам показателей: прибыльности или рентабельности, оборачиваемости активов, ликвидности и структуры капитала. Первые две категории используются для оценки всей направленной на получение прибыли деятельности фирмы, две другие - для измерения степени риска.

Коэффициент рентабельности активов представляет собой отношение чистой прибыли «доходов после выплаты процентов и налогов» к общей сумме используемых фирмой активов. Он также учитывает сокращение налоговых платежей пропорционально выплате процентов за кредит. В этом случае экономия от налоговых льгот включается в состав чистого дохода.

Коэффициент оборачиваемости позволяет оценить возможность получения доходов с помощью активов фирмы. Чем выше отношение дохода (выручки) к сумме активов, тем выше эффективность их использования. Высокий коэффициент оборачиваемости означает, что, вероятно, будет получена сравнительно высокая прибыль. К показателям интенсивности использования активов для получения доходов относятся коэффициент оборачиваемости активов, который определяет потенциал компании по получению дохода при существующем уровне инвестиций и существующей структуре активов; коэффициент оборачиваемости основных средств, используемый для оценки доходов, полученных за счет капитала, инвестированного в основные средства; коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности, показывающий, сколько дней в среднем требуется для превращения дебиторской задолженности в деньги; коэффициент оборачиваемости запасов, определяющий количество дней со средним объемом продаж, которому соответствует существующий уровень запасов; коэффициент оборачиваемости средств, показывающий среднюю продолжительность производственно-коммерческого цикла.

Ликвидность - это способность фирмы платить по своим обязательствам в срок и осуществлять производственные расходы. Для определения ликвидности используют коэффициенты, показывающие степень риска невыполнения фирмой своих краткосрочных и долгосрочных обязательств. К ним относятся коэффициент адекватности текущих активов, характеризующий способность фирмы выполнять текущие обязательства за счет текущих активов; коэффициент моментальной ликвидности, отражающий способность выполнять текущие обязательства за счет денежных средств и других активов, которые могут быть быстро и легко обращены в деньги; коэффициент покрытия процентных платежей, показывающий уровень защищенности от возможности неуплаты фирмой процентов по взятым кредитам; коэффициент адекватности денежных средств, харак-

теризующий возможность выполнять текущие обязательства за счет денежных средств, полученных от основной деятельности.

Показатели структуры капитала измеряют соотношение финансирования из собственных источников и за счет внешних источников. Эти коэффициенты предназначены для оценки возможных последствий решений по выбору источника финансирования. К ним относятся коэффициент финансовой зависимости, показывающий отношение стоимости всех активов, которыми располагает фирма, к сумме активов, финансируемых за счет собственного капитала; коэффициент адекватности капитала, отражающий, какой процент активов финансируется за счет инвестиций владельцев фирмы; коэффициент соотношения заемных средств и собственного капитала.

После расчета показателей производят либо хронологический анализ (сравнение соответствующих показателей для той же фирмы за предыдущий период), либо перекрестный анализ (сравнение показателей с показателями аналогичных фирм), либо сравнение с запланированными показателями, либо расчет коэффициента-ориентира, отражающего наилучшую управленческую практику фирм с аналогичными процессами деятельности и (или) аналогичной структурой капитала.

Вывод. Изложенные выше способы приложения знаний по экономической теории на практике помогут лицам, принимающим решения, осуществить сущностный анализ этих процессов и придать им системный смысл и универсальность, что позволит объединить теоретическую базу управленческого звена экономики Украины.

Литература

1. Байе М.Р. Управленческая экономика и стратегия времени. - М.: ЮНИТИ-ДАНА. - 1999.
2. Захарченко В.И., Криворак А.Д. Резервы системных преобразований менеджмента в промышленности. - Измаил: СМІЛ. - 2005.
3. Менеджмент для магистров: Учеб. пособие / Под ред. А.А. Епифанова и С.Н. Козьменко. - Сумы: ИТД «Университетская книга», 2003.

Костромин С.А.

РАЗРАБОТКА МОДЕЛИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Аннотация. Статья посвящена методологическим подходам формирования модели корпоративной социальной ответственности украинских предприятий.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, финансовая устойчивость, бизнес-среда, компания, корпоративное управление.

Введение. В Послании Президента Украины Верховной Раде от 10.02.2006 г. отмечается: «Інтеграція у світовий економічний простір вимагає підвищення частки інноваційної продукції та збільшення обсягів надання високотехнологічних послуг. Наше завдання - використавши свій науковий потенціал, стати врівень з розвинутими країнами світу. Для цю-