

ния или переориентации производства, получения прибыли или просто обеспечения достойного существования. Такой службой стал стратегический менеджмент. Но его деятельность осложнялась бы огромным объемом работы по предварительной подготовке информации, на основе которой менеджеры смогли бы принять правильное решение. Поэтому следующий этап развития учетной мысли ознамено-

ван созданием стратегического управленческого учета. Так как данное направление относительно ново, то продолжается разработка его инструментов, которые представляют собой методику ряда направлений. Невозможно, используя только одну область знаний, проводить стратегические преобразования. Только системный и комплексный подход к изменениям может дать положительный результат.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Лупкиова Е. В. История бухгалтерского учета. 3-е изд., перераб. и доп. М.: КНОРУС, 2009. 256 с.
2. Хендриксен Э., Ван Бред М. Теория бухгалтерского учета. М.: Финансы и статистика, 1997. 576 с.
3. Волкова О. Н. Управленческий учет. М.: ТК Велби; Проспект, 2007. 472 с.
4. Кондраков Н. П., Иванова М. А. Бухгалтерский управленческий учет. М.: ИНФРА-М, 2009. 368 с.
5. Чая В. Т., Чупахина Н. И. Аналитическое обоснование становления и развития системы управленческого учета // Экономический анализ: теория и практика. 2007. № 18. С. 9–16.
6. Керимов В.Э. Управленческий учет. М.: Маркетинг, 2001, 268 с.
7. Николаева О. Е., Алексеева О. В. Стратегический управленческий учет. М.: Едиториал УРСС, 2003. 304 с.
8. Юрасова И. О. Стратегический управленческий учет // Бухгалтерский учет. 2006. № 24. С. 67–70.
9. Ивашкевич В. Б. Бухгалтерский управленческий учет. М.: Экономистъ, 2004. 618 с.
10. Каверина О. Д. Управленческий учет: системы, методы, процедуры. М.: Финансы и статистика, 2003. 352 с.
11. Экономико-математические методы и прикладные модели / авт. кол.: В. В. Федосеев, А. Н. Гармаш, Д. М. Дайитбегов и др.; под ред. В. В. Федосеева. М.: ЮНИТИ, 2000. 391 с.
12. Экономико-математические методы и модели / авт. кол.: Н. И. Холод, А. В. Кузнецов, Я. Н. Жихар и др.; под общ. ред. А. В. Кузнецова. Минск: БГЭУ, 1999. 413 с.

REFERENCES

1. Lupikova E. V. Histor of accounting. 3 ed., revised and amended M.: KNORUS, 2009. 256 p.
2. Hendriksen E. S., Van Brad M. The accounting theory. M.: Finance and statistics, 1997.
3. Volkova O. N. The administrative accounting. M.: TK Velbi, Publishing house Prospekt, 2007. 472 p.
4. Kondrakov N. P., Ivanov M. A. The book-keeping administrative accounting. M.: INFRA-M, 2009. 368 p.
5. Chaya V. T., Chupakhina N. I. Analytical justification of formation and development of the system of administrative accounting // Economic analysis: theory and practice. 2007. # 18. P. 9–16.
6. Kerimov V. E. Administrative accounting: textbook. M.: Marketing, 2001. P. 27.
7. Nikolaeva O. E., Alekseyeva O.V. Strategic administrative accounting. M.: Editorial URSS, 2003. 304 p.
8. Urasova I. O. Strategic administrative accounting // Accounting. 2006. # 24. P. 67–70.
9. Ivashkevich V. B. Book-keeping administrative accounting. M.: Economist, 2004. 618 p.
10. Kaverina O. D. Administrative accounting: systems, methods, procedures. M.: Finance and statistics, 2003. 352 p.
11. Economic-mathematical methods and applied models / group of authors V. V. Fedoseyev, A. N. Garmash, D. M. Dajitbegov, et al.; ed. by V. V. Fedoseyev. M.: UNITY, 2000. 391 p.
12. Economic-mathematical methods and models / group of authors N. I. Kholod, A. B. Kuznetsov, J. N. Zhihar et al.; ed. by A. V. Kuznetsov. Minsk: BGEU, 1999. 413 p.

УДК 657

ББК 65.052.206.1

Кузнецова Лилия Николаевна,
канд. экон. наук, доцент каф. аудита
Ростовского государственного экономического университета (РИНХ),
г. Ростов-на-Дону,
e-mail: lk-vk@rambler.ru

РАЗВИТИЕ МЕТОДИКИ АНАЛИЗА ФИНАНСОВЫХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ БЕНЧМАРКИНГА

DEVELOPMENT OF ANALYSIS TECHNIQUES OF FINANCIAL AND ECONOMIC INDICATORS USING THE BENCHMARKING

Статья посвящена исследованию современных методик анализа деятельности организаций. Рассмотрены методики финансово-экономического анализа внешнего окружения организации. Доказана необходимость срав-

нения и анализа показателей деятельности организации с конкурентами, лучшими компаниями в глобальном пространстве. Подробно рассмотрены методы проведения финансово-экономического анализа между независимыми

организациями в ходе бенчмаркинга. Предложена авторская методика определения эталонных показателей для сопоставления деятельности организации с внешними компаниями с целью определения отставания от лидеров.

The paper has investigated the modern methods of economic analysis of organizations. Techniques of financial and economic analysis of external environment of organization have been described as well. The article has proven the necessity of comparison and analysis of the performance indices of the company and the competitors, and the best companies in the global space. The study has included a detailed review of the methods of financial and economic analysis between independent organizations during the benchmarking. We have proposed a new method for determining the benchmark for comparison of the organization with external companies in order to determine the lag from the leaders.

Ключевые слова: бенчмаркинг, бухгалтерский учет, ранжирование организаций, сбалансированная система показателей, финансово-экономический анализ, эталонная организация, хозяйствующий субъект, бухгалтерская отчетность, экономический анализ, аудит.

Keywords: benchmarking, accounting, ranking of organizations, balanced scorecard, financial and economic analysis, reference organization, economic entity, accounting, economic analysis, audit.

Современные отечественные организации действуют в условиях жесткой конкуренции, усиливающейся с открытием рынков. Вхождение России во Всемирное торговое общество усилит конкурентную борьбу и заставит менеджмент организаций при принятии экономических решений больше уделять внимания анализу внешнего окружения. Развитие рыночных отношений ведет к отсеку хозяйствующих субъектов, неэффективно ведущих деятельность, отстающих от требований рынка; конкуренция обязывает организации осуществлять модернизацию, внедрять инновации, производить продукцию, оказывать услуги с наименьшими затратами, анализировать уровень затрат конкурентов и активно реагировать на изменения рыночной среды. Проводить такую политику помогает бенчмаркинг.

Бенчмаркинг позволяет создать системный взгляд на финансово-экономическое положение организации относительно конкурентов. Некоторые авторы определяют бенчмаркинг как сравнительный анализ эффективности компаний на основе системы взаимосвязанных показателей. Чтобы быть успешными в бизнесе, менеджмент должен постоянно повышать эффективность хозяйственной деятельности и сравнивать показатели деятельности организации с показателями конкурентов и лидеров. Данная задача решается с применением бенчмаркинга и является начальным этапом любых улучшений в организации.

Проведение бенчмаркинга способствует трансформации взглядов и психологии руководителей, которая происходит благодаря внешне ориентированному подходу и возможности увидеть действительно лучшие достижения. Проведение анализа показателей нескольких периодов внутри самой организации отражает только эффективность относительно прошлых результатов. Такие внутриориентированные сравнения могут привести к самоуспокоенности,

внушая необоснованное чувство «успеха» и могут направить, по мнению Р. Экклза, «усилия не на конкуренцию на рынке, а на внутреннее соперничество» [1, с. 39].

Большинство руководителей компаний осознают необходимость сопоставлений деятельности с внешними показателями. Объектами бенчмаркиговых исследований в 40 % случаев являются сравнения финансовых и экономических показателей [2, с. 40]. По результатам исследования экспертов Шеффилдского университета, 42 % средних и малых компаний Европы используют финансовые показатели своих конкурентов для оценки собственной деятельности, а 74 % менеджеров считают такой анализ эффективным [3]. По данным авторского исследования, регулярно сопоставляют показатели деятельности своей организации с показателями иных компаний 13,8 % отечественных организаций, 32,1 % делают это периодически (рис. 1).

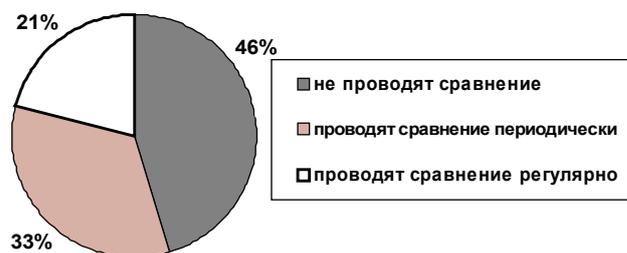


Рис. 1. Проведение сравнений показателей деятельности между организациями

Однако эти процессы не автоматизированы, занимают много времени, сравнения осуществляются по незначительному кругу субъектов. Такие сопоставления не сопровождаются выяснением причин, приведших к лидерству, и отсутствуют возможности для расширения знаний, к тому же сравнения производятся только с отечественными организациями. Сравнения с зарубежными компаниями осложнены несопоставимостью информации, главным образом из-за различий российской системы бухгалтерского учета и МСФО, особенно в части признания затрат.

Индивидуальная бухгалтерская отчетность российских организаций сохраняет контрольную функцию, что делает несопоставимой отчетность отечественных и зарубежных компаний для бенчмаркинга. Отчетность, сформированная в соответствии с МСФО, сопоставима с отчетностью зарубежных компаний, поэтому на ее основе можно осуществлять бенчмаркинг финансовых и экономических показателей с европейскими компаниями. Создание полноценной законодательной базы регулирования налогового учета в перспективе позволит устранить данное препятствие для всех отечественных организаций, и у них появится возможность осуществлять сопоставление действительно с лучшими, эталонными компаниями.

Другим препятствием для проведения бенчмаркинга финансовых и экономических показателей является отсутствие базы для сравнения, в США и Европе данные о финансовом состоянии организации собирают специализированные информационные агентства, консалтинговые компании, оказывающие услуги в финансовой сфере, специализированные организации по бенчмаркингу. По мнению А. Д. Шеремета, система показателей должна базироваться на данных публичной отчетности [4, с. 395]. Во Франции показатели по секторам публикуются Центральными учреждениями по балансовым отчетам. Рейтинговое агентство «Эксперт РА» на основе своих исследований

составляет рэнкинг российских банков по МСФО, но для массового сравнения этого недостаточно. Организацией, формирующей базу данных для сравнения в России, может стать Государственный комитет по статистике, если регулятор рынка наделит его такой функцией.

Создание системы аналитических показателей, которые в полной мере отвечали бы всем требованиям, является чрезвычайно сложной и затратоёмкой задачей. Существует значительное разнообразие методов оценки финансовой и экономической деятельности организаций. И. А. Бланк приводит в качестве примера:

- для выработки финансовой стратегии организации 110 алгоритмов стратегического финансового менеджмента [5, с. 668–685];
- для оценки денежных потоков 108 алгоритмов [6, с. 666–682];
- для оценки и управления 86 алгоритмов [6, с. 666–682];
- для оценки и управления активами 72 алгоритма [7, с. 327–336].

Такое многообразие обязывает выбрать конкретные наиболее значимые показатели для сравнения и определения эталонных организаций. Для определения финансового состояния конкурентов А. М. Ильшева, Н. Н. Ильшева и Т. С. Селевич рассматривают такие показатели, как:

- финансовый результат;
- результат последней эмиссии ценных бумаг;
- ликвидность бухгалтерского баланса;
- оборачиваемость денежных средств;
- коэффициент финансовой устойчивости;
- оборачиваемость всего капитала и оборотных активов;
- уровень затрат на 1 руб. товарной продукции;
- уровень рентабельности [8, с. 71].

Для проведения анализа в рамках консультационного бенчмаркинга Л. Н. Растамханова предлагает использовать показатели:

- относительных и абсолютных изменений в структуре имущества и источниках его формирования;
- финансовых результатов;
- притока и оттока денежных средств;
- эффективности, характеризующей рентабельность деятельности и доходности вложений;
- платежеспособности;
- финансовой устойчивости;
- рыночной оценки предприятия, дающей возможность сравнить его рыночную стоимость с балансовой [9, 232].

Сравнения организаций, по мнению Л. Н. Растамхановой, следует проводить по четырем группам:

- высокорентабельные организации, имеющие отличные шансы для дальнейшего развития;
- организации с удовлетворительным уровнем доходности;
- организации, находящиеся на грани финансовой устойчивости;
- организации, находящиеся в глубоком кризисе [9, с. 233].

Сущность бенчмаркинга заключается в сравнении организации с лучшими компаниями в отрасли, в мире; при делении организаций на определенные группы сравнение может осуществляться с лучшими в группе. Организации, имеющие убытки, не смогут за одно исследование стать лучшими в отрасли или классе, с этой точки зрения деление организаций на дополнительные группы оправданно,

конечная цель должна быть неизменной – достижение лидерства.

Многие авторы для оценки организаций предлагают использовать рейтинговые оценки. Под термином «рейтинговая оценка» понимается место организации в классификации или упорядочении, проведенном на основе какого-либо признака [4, с. 389]. В ходе бенчмаркинга проводится упорядоченный рейтинг (возможно применение терминов «рэнкинг» или «рейтинг рангового типа») – ранжирование участников по убыванию или возрастанию какого-либо конкретного показателя. А. Д. Шеремет допускает формирование рейтингов по интегральному показателю [4, с. 389].

Для сравнения хозяйствующих субъектов Л. В. Донцовой и Н. А. Никифоровой предложена балльная оценка финансового состояния организаций с их дифференциацией на пять групп [10, с. 151–155]. По данной методике для расчета используются следующие показатели:

- коэффициент абсолютной ликвидности;
- коэффициент «критической» оценки;
- коэффициент текущей ликвидности;
- доля оборотных средств в активах;
- коэффициент обеспеченности собственными средствами;
- коэффициент капитализации;
- коэффициент финансовой независимости;
- коэффициент финансовой устойчивости.

Суть балльной оценки заключается в классификации организаций по уровню финансового риска. Определение одного из пяти классов осуществляется в зависимости от «набранного» количества баллов исходя из значений финансовых коэффициентов.

Методика оценки деятельности организаций постоянно развивается, появляются новые методы сравнения различных сторон деятельности компаний, эффективности управления капиталом и др. Одной из наиболее обсуждаемых методик определения эффективности деятельности является сбалансированная система показателей (ССП) – «совокупность показателей, включающая финансовые показатели, отражающие результаты того, что уже сделано, и три других вида показателей, характеризующих удовлетворенность потребителя, внутренние процессы и способность компании к обучению и развитию и отражающих то, от чего зависит ее будущее финансовые результаты» [11, с. 125]. Сбалансированная система показателей – это управленческая, стратегически ориентированная система измерения, мониторинга и принятия решений, которая трансформирует стратегию организации в систему интегрированных показателей.

Сбалансированная система показателей предложена Р. Капланом и Д. Нортеном с целью выявления новых способов повышения эффективности деятельности и достижения стратегических задач бизнеса. Основной принцип ССП – управлять можно только тем, что можно измерить – практически тождественен принципу бенчмаркинга – улучшать на основе сравнения можно все, что подлежит измерению. Совершенствования можно достигнуть в случае, если существуют показатели, поддающиеся числовому измерению.

В ССП выделены четыре направления оценки эффективности, отвечающие на самые значимые для успешной деятельности компании вопросы:

- финансы – представление инвесторов о компании;
- клиенты – представление покупателей о продуктах компании;

– бизнес-процессы требуют постоянного мониторинга на соответствие поставленным задачам и современному уровню технологий и управления;

– обучение и рост характеризуют возможности для роста и развития компании.

Сущность ССП состоит в том, что оцениваются не только абсолютные показатели активов, пассивов и финансового результата, но и их качество на основе балльных оценок по величине. Это помогает избежать погрешностей в оценке, возникающих при различии этих коэффициентов. Взвешивая абсолютные показатели с учетом их качества, получаем балльную оценку деятельности.

Наиболее значимой для оценки бухгалтерского учета организации является финансовый аспект, которому присваивается максимальный коэффициент значимости 0,4. Группа показателей «Клиенты» имеет коэффициент значимости, равный 0,3, группа «Бизнес-процессы» – 0,2, а группа «Обучение и рост» – 0,1. Кроме того, показатели, входящие в каждый из блоков, также могут сравниваться с внешними ориентирами, с учетом их влияния на достижение стратегических целей. Сравнение системы показателей с внешними данными, если в качестве цели сравнения ставится улучшение деятельности, является элементом бенчмаркинга. Сторонниками проведения бенчмаркинга на основе ССП являются О. В. Алексеева, О. Е. Николаева [12].

Среди существующих методов экономического анализа наиболее близким к бенчмаркингу является метод «эталонного предприятия» и «удачливого конкурента» [4, с. 396]. Данный метод имеет также название «метод расстояний», так как в его основу заложена идея определения расстояния от исследуемого экономического объекта до «эталонного предприятия». Расстояние каждой отдельно сравниваемой организации от «эталонного предприятия» и определяет ее место в рейтинге.

Все рассмотренные методы сравнения показателей деятельности организаций базируются на балансовом подходе, который определяют также как бухгалтерский [4, с. 395]. Бухгалтерский подход предполагает, что для расчета показателей за основу берутся данные финансовой отчетности, также используются методы статистической обработки данных и ранжирование объектов. Даже объективно полученная оценка не всегда в полной мере отражает реальное положение организаций: данных только финансовой отчетности недостаточно, дополнительно можно использовать качественные показатели, что частично учитывается в ССП.

Основная цель бенчмаркинга – проведение улучшений в различных областях деятельности, и сравнения являются только начальным этапом процесса, поэтому при определении эталонной организации следует учитывать некоторые особенности: различные фазы ведения деятельности и жизненного цикла организации. Игнорирование таких различий может привести к неправильным решениям при определении эталонной организации для бенчмаркинга: чем больше аналогий между эталонной организацией и сравниваемой, тем успешнее будет бенчмаркинг.

Современный спектр экономически возможных вариантов оценки эффективности является достаточно разнообразным, но для проведения бенчмаркинга его следует расширить. Чем больше сходств между организациями, тем полезнее для них будут не балльные сравнения, а сравнения конкретных показателей. Значимую роль в оценке работы компаний могут сыграть аудиторы: все крупные аудитор-

ские фирмы активно занимаются консалтингом и оказанием прочих услуг, проведение бенчмаркинга финансовых показателей открывает для них новые деловые возможности. Для проведения бенчмаркинга финансовых показателей потребуются разработка и обоснование новых показателей и программного обеспечения.

Аудиторские фирмы имеют возможность разработать единые для всех организаций отрасли или ряда отраслей методы расчета показателей, но в этом вопросе опасно и преусердствовать. Одна из причин, по которым финансовые показатели имеют широкое практическое применение, – то, что они единообразны и сопоставимы для разных субъектов бизнеса, а поэтому могут служить реальной основой сравнения принятия решений о распределении инвестиций и других управленческих решений.

Программное обеспечение для проведения бенчмаркинга очень ограничено, разработанная автором программа «Бенчмаркинг основных показателей финансовой отчетности» позволяет сравнивать показатели деятельности любых организаций. В ней предусмотрено две шкалы результатов анализа: балльная и натуральная. Графическое представление результатов сравнения четырех организаций представлено на рис. 2.

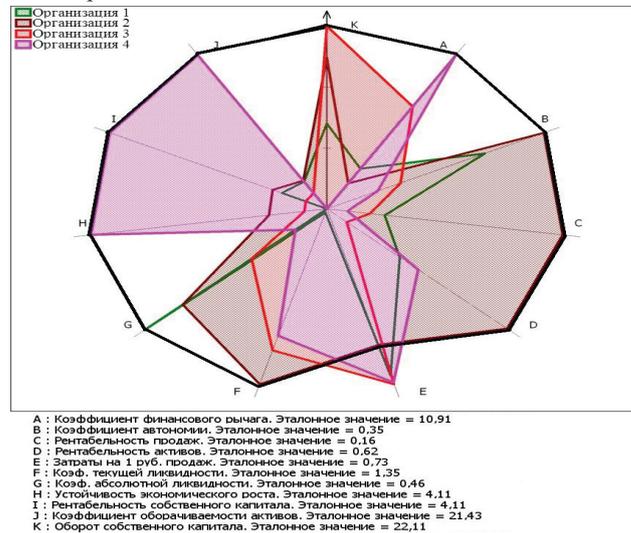


Рис. 2. Результаты сравнения в натуральной шкале

Организация формирует систему показателей, характеризующих состояние финансовой деятельности, и проводит сравнение собственных показателей с показателями других компаний, использующих передовые методы ведения деятельности. По лучшим значениям моделируется эталонная (виртуальная) организация, по показателям которой определяется разрыв от лидеров. Первоначальное сравнение можно проводить в балльной оценке, более детальный анализ следует проводить по показателям, наиболее значимыми из которых являются:

- коэффициент финансового рычага = заемный капитал / собственный капитал;
- коэффициент автономии = собственный капитал / валюта баланса;
- рентабельность продаж = прибыль от продаж / выручка от продаж;
- рентабельность активов = прибыль до налогообложения / средняя стоимость активов;
- затраты на 1 руб. продаж = затраты / выручка;
- коэффициент оборачиваемости активов = оборотные активы / краткосрочная кредиторская задолженность;

– коэффициент абсолютной ликвидности = (денежные средства + краткосрочные финансовые вложения) / краткосрочная кредиторская задолженность;
– устойчивость экономического роста = реинвестированная прибыль / собственный капитал;
– рентабельность собственного капитала = чистая прибыль / собственный капитал;
– коэффициент оборачиваемости активов = выручка от продаж / средняя стоимость активов за период;
– оборот собственного капитала = выручка / средняя стоимость собственного капитала.

Составными этапами методики бенчмаркинга основных

показателей финансовой отчетности являются: сбор и аналитическая обработка исходной информации, обоснование системы показателей, проведение вычислений и определение эталонных показателей; определение отставания от лидеров и выяснение причин, ведущих к лидерству.

Достоинством данного сравнения является то, что оно базируется на показателях публичной отчетности, ограничений по количеству сравниваемых субъектов нет, показатели сравнения могут быть расширены до разумного предела.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Экклз Р. Дж. Манифест революции в оценке работы компаний // Измерение результативности компании : пер. с англ. 3-е изд. М.: Юнайтед Пресс, 2009. 220 с.
2. Федоров В. К., Бендерский Г. П., Епанешникова И. К. Сущность и проблемы применения методов бенчмаркинга в инновационных процессах // Инновационный менеджмент. 2008. № 11. С. 36–42 .
3. Маслов Д. В., Белокоровин Э. А. Особенности применения бенчмаркинга на малых и средних предприятиях // Методы менеджмента качества. 2004. № 8. С. 24–28.
4. Шеремет А. Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности. М.: ИНФРА-М, 2006. 415 с.
5. Бланк И. А. Финансовая стратегия предприятия. Киев, 2006. 711 с.
6. Бланк И. А. Управление денежными потоками. Киев, 2002. 736 с.
7. Бланк И. А. Управление финансовой стабилизацией предприятия. Киев: Ника-Центр; Эльга, 2003. 496 с.
8. Ильшев А. М., Ильшева Н. Н., Селевич Т. С. Стратегический конкурентный анализ в транзитивной экономике России. М.: Финансы и статистика; ИНФРА-М, 2010. 480 с.
9. Растамханова Л. Н. Теория, методология и организация систем внутреннего контроля в условиях управленческого консалтинга : дис. ... д-ра экон. наук. Йошкар-Ола, 2009. 366 с.
10. Донцова Л. В., Никифорова Н. А. Анализ финансовой отчетности : учебник. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Дело и Сервис, 2005. 368 с.
11. Каплан Р. С., Нортон Д. П. Использование сбалансированной системы показателей как системы стратегического управления // Измерение результативности компании : пер. с англ. 3-е изд. М.: Юнайтед Пресс, 2009. 220 с.
12. Николаева О. Е., Алексеева О. В. Стратегический управленческий учет. М.: Едиториал УРСС, 2003. 304 с.

REFERENCES

1. Eccles R. G. Manifesto of the revolution in measuring corporate performance: transl. from Eng. 3rd ed. M.: United Press, 2009. 220 p.
2. Fedorov V. K., Bendersky G. P., Epaneshnikova I. K. The essence and problems of benchmarking methods in innovation processes // Innovative management. 2008. # 11. P. 36–42.
3. Maslov D. V., Belokorovin E.A. Peculiarities of application of benchmarking in small and medium-sized enterprises // Methods of Quality Management. 2004. # 8. P. 24–28.
4. Sheremet A. D. Integrated analysis of economic activity. M.: INFRA-M, 2006. 415 p.
5. Blank I. A. Financial strategy of company. Kiev, 2006. 711 p.
6. Blank I. A. Management of cash flow. Kiev, 2002. 736 p.
7. Blank I. A. Managing enterprise financial stabilization. Kiev: Nike-Center; Elga, 2003. 496 p.
8. Ilyshev A. M., Ilysheva N. N., Selevich T. S. Strategic competitive analysis in a transitive economy of Russia. M.: Finance and Statistics; INFRA-M, 2010. 480 p.
9. Rastamhanova L. N. Theory, methodology and organization of internal control in management consulting. Dissertation for the degree of Doctor of Economics. Yoshkar-Ola, 2009. 366 p.
10. Dontsova L. V., Nikiforova N. A. Financial Statement Analysis: the textbook. 3rd ed., revised and amended. M.: Business and Service, 2005. 368 p.
11. Kaplan R., Norton D. The Balanced Scorecard – Measures That Drive Performance: transl. from Eng. 3rd ed. M.: United Press, 2009. 220 p.
12. Nikolaeva O. E., Alekseeva O. V. Strategic management accounting. M.: Editorial URSS, 2003. 304 p.