

1. СУЩНОСТЬ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО АНАЛИЗА И ЕГО МЕСТО В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА

1. Система управления производственным предприятием.
2. Роль экономического анализа в обеспечении основных принципов управления.
3. Информационное обеспечение управленческого анализа.
4. Характеристика отраслей экономики.

1. Система управления производственным предприятием.

Управленческий анализ – это комплексный анализ внутренних ресурсов и внешних возможностей предприятия, направленный на оценку текущего состояния бизнеса, его сильных и слабых сторон, выявление стратегических проблем.

Целью управленческого анализа является предоставление информации собственникам или менеджерам для принятия управленческих решений, выбора вариантов развития, определения стратегических приоритетов.

Наличие самостоятельного управленческого учёта и анализа позволяет более чётко управлять ресурсами и затратами, ориентируя их на конечные результаты.

Что такое система управления предприятием, и какая роль отведена в этой системе управленческому учёту и управленческому анализу?

В наиболее общем виде управление можно определить как действие, организующее и направляющее какие-либо процессы.

Субъект управления вырабатывает управляющее воздействие в виде команд, сигналов, которые передаются объекту управления (рис. 1.1).

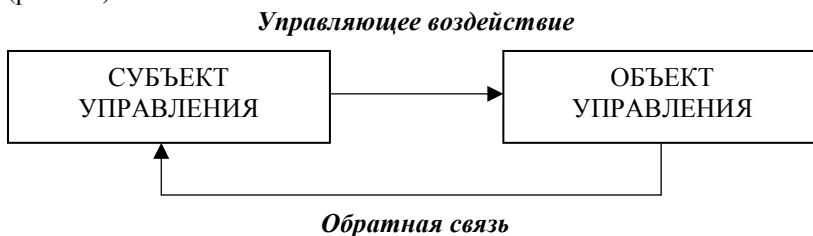


Рис. 1.1. Общая схема управления

Объект управления, воспринимая управляющее воздействие, изменяет свой образ действий в соответствии с переданным ему управляющим сигналом. О том, что объект принял и отработал команду, отреагировал на управляющее воздействие, субъект управления узнает, получая информацию в виде обратной связи. В зависимости от этой информации субъект вырабатывает новые управляющие воздействия либо признает переданный ранее сигнал удачным и на определённое время даёт возможность объекту развиваться в указанном направлении.

Канал обратной связи может быть зрительным, звуковым, в виде электрических сигналов, докладов, сообщений, письменных отчётов, в общем, в любой форме, воспринимаемой субъектом управления. Обратная связь – это инструмент контроля со стороны субъекта управления за поведением объекта управления.

В производственном менеджменте в качестве субъекта управления чаще всего выступают хозяйственные руководители, многочисленные органы управления. Объекты управления – это предприятия, трудовые коллективы, работники, факторы производства в виде орудий и предметов труда, природные ресурсы, научно-технический и информационный потенциалы.

Управляющие воздействия представлены законами, указами, планами, программами, постановлениями, нормативами, рекомендациями, инструкциями, материалами и финансовыми стимулами и рычагами, моральным воздействием.

Обратные связи – это результаты непосредственных наблюдений и контроля со стороны субъекта управления: документация, отчётность и т.д.

Центральным звеном системы управления является предприятие. Каждое предприятие производит продукцию, товары, оказывает услуги, осуществляет основную деятельность. В этом его главная цель и задача, смысл существования. В основу управления предприятием ставится управление производственным процессом независимо от того, производятся в организации товары, знания или информация или оказываются услуги.

Для того чтобы производить любой экономический продукт, необходимо использовать факторы производства, экономические ресурсы: рабочую силу, оборудование, сырьё, материалы, информацию, денежные средства. Следовательно, управление предприятием охватывает управление работниками, средствами производства, производственными ресурсами, финансами, технологиями.

Для функционирования производства необходимо получать исходные материалы и реализовывать выпущенную продукцию. Отсюда вытекает необходимость управлять снабжением и сбытом, иметь на предприятии соответствующие службы, по-современному называемые службами логистики.

Предприятие обязано выпускать продукцию определённого качества, соответствующую стандартам, принятым нормам, техническим условиям. Значит, управление предприятием включает управление качеством выпускаемого продукта, что, в свою очередь, требует управления технологическими процессами.

Таким образом, процесс управления – это непрерывный, целенаправленный социально-экономический и организационно-технический процесс, осуществляемый с помощью различных методов и технических средств для достижения поставленных задач.

Выработка управляющего решения составляет одну из главных задач процесса управления предприятием.

Управленческое решение – это выбор из имеющихся вариантов или альтернатив последовательности действий, направленных на достижение целей организации.

Принятие решений – это циклическая последовательность действий, направленных на разрешение проблем организации и заключающихся в анализе ситуации, генерации альтернатив, принятии решения и организации его выполнения.

2. Роль экономического анализа в обеспечении основных принципов управления.

Сложные отношения в процессе функционирования хозяйствующего субъекта как с внешней, так и с внутренней стороны нуждаются в управлении и согласовании отдельных функций. Научная теория управления рассматривает многосторонние функции и элементы системы управления. В частности, современная концепция управления и её стратегическая направленность за рубежом получила название контроллинга. Постоянные и быстро меняющиеся процессы в экономике, во внутренней и внешней политике определили необходимость стратегического управления, которое заменило стабильные процессы планирования в стабильной среде, служившие ранее основой управления. Стратегическое управление обеспечивает гибкость в системе управления предприятием, необходимую для достижения целей и решения задач в изменяющейся среде. В рамках стратегического управления решаются четыре основные задачи:

1) распределение ресурсов (кадров, технологий, производственных средств и финансов);

2) адаптация к внешней среде путём действий стратегического характера, которые используют благоприятные внешние возможности, учитывая при этом риски и разрабатывая адекватные варианты, альтернативы;

3) внутренняя координация деятельности с учётом «сильных» и «слабых» сторон;

4) формирование стратегической организационной структуры путём изменения старой и формирования новой структуры организации, нового стиля поиска, изменения стратегических решений.

Стратегическое управление реализуется последовательно по этапам:

- определение миссии предприятия;
- постановка целей;
- оценка и анализ внешней среды;
- управленческий анализ хозяйствующего субъекта;
- анализ стратегических альтернатив;
- выбор стратегии.

К основным принципам управления можно отнести:

- демократический подход;
- единоначалие и коллегиальность;
- индивидуальную ответственность;
- конкретность и оперативность руководства;
- объективность и научную обоснованность принимаемых решений.

Среди перечисленных выше принципов управление особенно тесно связано с экономическим анализом в части принципов конкретности и оперативности руководства, объективности и обоснованности принимаемых решений (рис. 1.2).

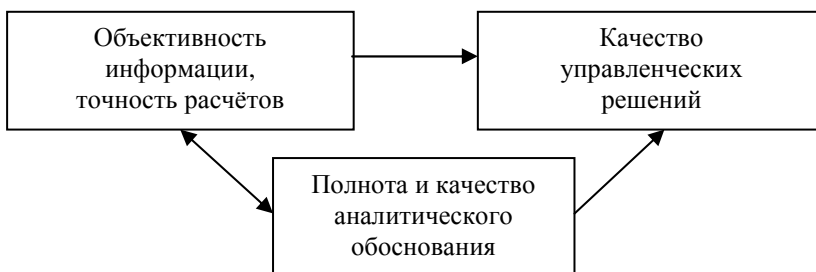


Рис 1.2. Качество управленческих решений и анализ

Современный этап экономического развития требует сочетания двух научных теорий – теории управления и теории экономического анализа. Менеджеры, администраторы, владеющие этими теориями, смогут стать «умелыми дирижёрами» и стратегами. Рассмотрим более подробно составляющие стратегического анализа: анализ внешней среды, обследование хозяйствующего субъекта, анализ стратегических альтернатив.

Анализ внешней среды представляет собой процесс, посредством которого анализируются и оцениваются внешние по отношению к организации факторы для определения возможностей и рисков хозяйствующего субъекта:

- факторы, которые воздействуют или могут воздействовать на стратегию;
- риски, которые представляют угрозу для системы управления;
- резервы, которые определяют новые возможности достижения целей.

В процессе анализа рассматриваются сложившаяся ситуация в хозяйствующем субъекте, возможное развитие этого субъекта, меры, необходимые для его дальнейшего развития.

При анализе необходимо исходить из того, что хозяйствующий субъект находится под постоянным влиянием следующих направлений:

- экономики, которая оказывает влияние на текущее и прогнозное состояние деятельности субъекта хозяйствования;
- политики, которая находит отражение во всех нормативных документах и актах регионального, федерального, местного и муниципального управления;
- рынков, которые определяют спрос, предложение и связанную с ними цену на товар;
- технологии как возможности использования новых совершенных технических достижений и анализа их эффекта при применении на настоящем этапе или в перспективе;
- международных экономических отношений, которые могут принести новые возможности и одновременно новые риски в деятельности хозяйствующего субъекта;
- конкуренции, вызывающей необходимость анализа тактики и стратегии, а также изучения особенностей деятельности конкурентов;
- социального аспекта, который предполагает защиту прав потребителей и их интересов, а также анализ уровня жизни в регионе и отношения к предпринимательству.

Экономический анализ представляет собой оценку сфер деятельности, поиск слабых мест и резервов. В исследование рекомендуется включать четыре основных направлений: маркетинг, финансы, кадры и материально-технические ресурсы.

Маркетинг предполагает получить по результатам анализа информацию о возможной для освоения доле рынка, о её динамике и конкурентоспособности. Кроме того, анализ должен установить уровень показателей качества продукции, товаров, работ, услуг для оптимальной прибыльности продаж. Предпродажное и послепродажное обслуживание клиентов позволяет привлекать клиента, формирует его лояльность и создаёт высокое качество обслуживания. Определить необходимые для этого мероприятия позволяет анализ. Факторы координации рекламы, продвижения товара представляют важнейшую сторону анализа.

Конечный результат маркетинга – это валовая прибыль и прибыль от продаж, которая должна находиться под постоянным вниманием аналитиков как в части динамики, так и структуры.

Финансовый учёт должен быть доступен руководителям и менеджерам для экспресс-анализа и оперативного управления финансами. В этой области решаются вопросы снижения затрат, оптимизации количества и использования ресурсов, качества продукции, работ, услуг, материального стимулирования деятельности и ряд других вопросов.

Трудовые ресурсы требуют большого внимания к организации труда и его материальному стимулированию, оценке качества труда, повышению квалификации кадров. Атмосфера и климат в организации определяют культуру деятельности, которая характеризует в конечном результате деловую репутацию хозяйствующего субъекта. При анализе этих направлений изучается степень привлекательности хозяйствующего субъекта для работников и партнёров, а также последовательность в этих вопросах.

3. Информационное обеспечение управленческого анализа.

Разработка управленческих решений и достижение определённых результатов весьма затруднительны или невозможны без соответствующего информационного обеспечения. С одной стороны, система обозначенных целей предъявляет определённые требования к массиву информации, имеющему отношение к данному бизнесу, с другой стороны, особенности информационных потоков в организации определяют способы достижения поставленных целей.

Роль информационного ресурса в управлении производственным предприятием состоит не только в информационной поддержке управленческого анализа, но и в обеспечении возможностей управления. Поэтому одной из важнейших управленческих задач организации становится создание достаточного и рационально организованного потока информации.

Управление бизнес-деятельностью организации предполагает принятие решений в соответствии со многими факторами внутренней и внешней микро- и макросреды. На результативность принимаемых решений влияет качество информационного ресурса в виде создания и использования собственного и внешнего информационного поля.

Собственное информационное поле целиком зависит от позиции самой организации по отношению к информационному ресурсу, так как формируется за счёт внутренних источников.

Что касается внешнего информационного поля, то задача его формирования и использования сопряжена с преодолением частичности, недостоверности, противоречивости, разнородности, недостаточности или избыточности информации, поступающей из разных источников и добываемой разными способами.

Для повышения качества информационного ресурса формируется информационная стратегия, отвечающая финансовым и организационным возможностям организации и возможностям персонала, где предусматриваются выбор наиболее достоверных источников, организация информационных потоков, разработка технологии сбора, передачи, переработки, хранения информации и обеспечение её безопасности. Поэтому проведение управленческого анализа в организации в первую очередь зависит от системы используемой экономической информации.

Современный взгляд на формирование информационных потоков дает основание рассматривать организацию со всеми её структурными подразделениями как единое информационно-аналитическое поле, совокупность определённым образом организованных информационных потоков со своим «эпицентром». Более актуальной видится важность формирования информации как ресурса бизнеса на современном уровне.

Информационным ресурсом в этом случае следует считать конкретные сведения содержательного характера, позволяющие обеспечить решение аналитической задачи.

Поскольку в управлении организацией должна присутствовать грамотно образованная информационная политика, способная превращать информацию в доход, появляются и возможности использования

информационного ресурса, которые требуют изменения взгляда и на саму информацию.

Так, в стратегии развития организации в русле её конкурентоустойчивости необходимо иметь информационную составляющую, включающую информацию о:

- потребителе, в том числе способности потребить продукт, платёжеспособности, сезонности потребления, потребительских предпочтениях;

- рыночном сегменте, в котором присутствует или куда желает войти организация и реализовать там возможности своего конкурентоустойчивого присутствия;

- новых рыночных нишах, сулящих доходность организации.

Для производственных предприятий реально и целесообразно организовать специальную информационную службу совместно с маркетинговой, выделенную в самостоятельный отдел или в виде подразделения в других отделах, занимающихся сбытовой или другой родственной экономической деятельностью.

Вполне допустимо объединение группы организаций по региональному или территориальному принципу для совместного использования информационной службы на правах собственности, аренды, договорных отношений. Это даёт возможность, коллективно используя дорогостоящие информационные, коммуникационные, компьютерные технологии, адаптированные к нуждам и возможностям объединяющихся организаций, максимально использовать обновлённый информационный ресурс.

Управленческий анализ бизнес-деятельности организации на базе информационных технологий, использование информационного ресурса позволяют оптимизировать управленческие процессы, снизить затраты за счёт исключения тех направлений деятельности, которые не приносят доходов. Переход на качественно новое использование информационного ресурса даёт возможность управления по слабым сигналам, свидетельствующим об изменениях во внешней среде организации.

В международной практике разработаны стандартные подходы к выполнению аналитических функций управления, основанных на сопоставлении данных, отражённых в отчётности организаций. Речь идёт прежде всего о материалах бухгалтерской (финансовой) отчётности, главным преимуществом которой является открытость для целей анализа.

С другой стороны, формировать базу информационного инструментария, ориентируясь только на данные внешней (финансовой) и внутренней (управленческой) отчётности, недостаточно, хотя она но-

сит постоянный характер. Целесообразно также привлекать данные, получение которых как бы специально «спровоцировано» в соответствии с поставленной целью.

Такую информацию можно назвать инициированной, так как она проявляется перманентно и востребуется по мере необходимости. Кроме того, бизнес-среда подразделяется на внешнюю и внутреннюю, что необходимо учитывать при формировании комплексного информационного пространства в границах инструментария управления.

На рисунке 1.3 изображена схема формирования информационного поля для проведения управленческого анализа деятельности организации. Информация, полученная из указанных источников, представляет собой высокотехнологичный инструмент, позволяющий проводить управленческий анализ бизнес-деятельности, оперативно реагировать на изменение хозяйственных ситуаций, обеспечивать мотивированность управленческих решений.

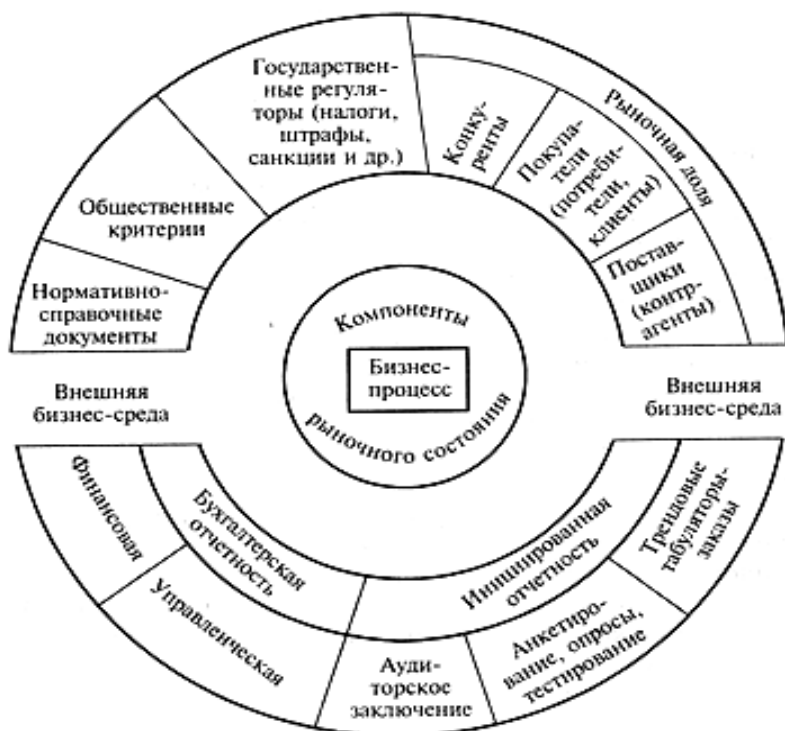


Рис. 1.3. Источники информации для управленческого анализа

Управленческий анализ является связующим звеном между информационными потоками организации и управленческими решениями. Однако не все потоки служат информационной базой, так как могут быть неоднородными по форме и содержанию. Чтобы потоки сведений стали сопряжёнными базовыми элементами, они должны быть подвергнуты предварительной обработке. Иными словами, информационные потоки, чтобы стать информационной базой управленческого анализа, должны быть соответствующим образом преобразованы и обработаны.

К основным требованиям, соблюдение которых обязательно при подготовке информации, относятся достоверность, объективность, оперативность, единство, рациональность, качество, соответствие целям и задачам и др. Кроме того, должны соблюдаться принципы комплексности и системности, поскольку информационные потоки исходят не только из внешней бизнес-среды, но и из внутренней.

Под информационной базой управленческого анализа понимается совокупность сведений, включающих достаточный и необходимый объём информации обо всех существенных направлениях деятельности организации для проведения процедур управленческого анализа и принятия на его основе обоснованных управленческих решений.

Информационная база управленческого анализа формируется под влиянием объективных факторов, среди которых определённое место занимает концептуальная (методологическая и методическая) компетентность субъекта анализа (аналитик), а также техническое и организационное сопровождение информационных потоков.

Для создания информационной базы необходимо:

- определить объём, содержание, виды, периодичность анализа;
- обосновать методику аналитических процедур;
- выявить воздействующие факторы;
- сформировать систему показателей и параметров;
- определить общую потребность и характер информации по локальным целям;
- установить источники информации;
- проверить качество информации.

Таким образом, сбор, оценка и подготовка информации – один из первых (главных) этапов анализа, предопределяющих правильность его выводов, а, следовательно, и обоснованность принимаемых управленческих решений.

Всю информацию, необходимую для проведения управленческого анализа на предприятии любой отрасли, можно разделить на следующие категории.

Внутренняя информация:

- учётная информация;
- внеучётная информация.

Внешняя информация:

- нормативно-правовая база;
- рыночные показатели;
- справочная информация;
- информация СМИ.

Большую часть всей информационной базы составляет внутренняя информация. Учётная информация включает в себя данные бухгалтерского, статистического и оперативного учёта.

В рамках бухгалтерского учёта выделяют управленческий и финансовый учёт.

Поскольку любой анализ черпает информацию из бухгалтерского учёта, непосредственное влияние на организацию управленческого анализа будут оказывать наличие и уровень развития системы управленческого учёта на предприятии. Там, где не ведётся управленческий учёт, проведение управленческого анализа будет чрезвычайно затруднено бедностью информации.

Недостаточный уровень развития управленческого учёта ведёт к формированию неполной, фрагментарной информационной базы. В данном случае процесс организации управленческого анализа потребует больших трудозатрат.

Управленческий учёт готовит, интерпретирует, обобщает, оформляет и передаёт внутренним пользователям информацию для дальнейшего тщательного анализа.

К внеучётным внутренним источникам можно отнести: плановые данные; внутренние нормативы (лимиты); акты различных проверок (налоговых, аудиторских, материалы инвентаризации, ревизии и т.д.); докладные, служебные и пояснительные записки сотрудников организации.

Большое значение в методике управленческого анализа имеет внешняя информация. Объёмный блок внешней информации – законодательство. Аналитик должен не только учитывать современное состояние вопроса, но и моделировать ситуацию с учётом изменений в законодательстве.

Решения менеджеров зачастую зависят от рыночной конъюнктуры. Изменение состояния ресурсных рынков и рынков сбыта может существенно влиять на управленческие действия.

Аналитики в процессе своей деятельности собирают также справочную информацию: цены на товары конкурентов, на оборудование и т.д.

Информация, необходимая для проведения управленческого анализа, может быть почерпнута также из средств массовой информации (СМИ). Например, сюда относится периодическая печать, публикующая годовые отчёты наиболее крупных фирм, сведения о выпуске отдельных видов продукции, кадровой политике, кадровых перестановках и т.д.

Вся необходимая информация должна быть классифицирована по группам в зависимости от связи с системой управления. Выделение входной, выходной, первичной и производной информации позволяет выяснить общее направление формирования информационной базы. Более глубокое представление даёт классификация информации по насыщенности (достаточная, недостаточная, избыточная), объективности отражения (достоверная, недостоверная), времени образования (первичная, вторичная), характеру применения (постоянная, переменная), целевому назначению (полезная, бесполезная), связи с управляемой системой (внешняя, внутренняя), времени получения и периоду использования (плановая, нормативная, оперативная).

4. Характеристика отраслей экономики.

В последней официально утверждённой версии ОКВЭД выделены следующие отрасли народного хозяйства.

Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство. Данный раздел охватывает использование природных ресурсов растительного и животного происхождения. Он включает деятельность по выращиванию сельскохозяйственных культур, разведению животных (как сельскохозяйственных, так и диких), заготовке леса и сбору дикорастущих лесопроductов, а также деятельность, связанную с воспроизводством и защитой лесов.

Рыболовство, рыбоводство. Рыболовство – это использование морских и пресноводных рыбных и прочих биоресурсов посредством лова рыбы, ракообразных, моллюсков и сбора прочих морских продуктов, например жемчуга, губок и т.п.. Рыбоводство включает разведение рыбы, включая декоративных рыб, и прочих водных биоресурсов.

В этом разделе классифицируются виды деятельности, которые, как правило, включают процесс производства за собственный счёт (например, разведение устриц для производства жемчуга).

Добыча полезных ископаемых. Этот раздел включает добычу полезных ископаемых, встречающихся в природе в виде твёрдых пород (уголь, руда), в жидком состоянии (нефть) или в газообразном состоянии (природный газ). Добыча полезных ископаемых может осуществляться способами подземной и открытой разработки месторождений, а также путём эксплуатации скважин. Сюда относятся процессы, связанные с транспортированием и реализацией минерального сырья, такие как дробление, размалывание, обогащение, сушка, сжижение природного газа и агломерация твёрдых топлив.

Обрабатывающие производства. В разделе классифицируются виды деятельности по переработке материалов, веществ или полуфабрикатов в новую продукцию с использованием механических, физических или химических процессов производства. Перерабатываемые материалы, вещества или полуфабрикаты – сырьё, являющееся продукцией сельского хозяйства, лесного хозяйства, рыболовства, добычи полезных ископаемых, некоторых других видов деятельности. К обрабатывающим производствам относятся такие хозяйствующие субъекты, как заводы, фабрики и аналогичные предприятия, использующие в своей деятельности силовые и рабочие машины, а также подъемно-транспортное оборудование.

Производство и распределение электроэнергии, газа воды. Этот раздел включает деятельность по снабжению электроэнергией, газом, паром и водой с использованием постоянной инфраструктуры (сетей) трубопроводов и линий электропередачи. Размер сетей не имеет существенного значения, включается также электро-, газо-, тепло- и водоснабжение транспортных стоянок и многоквартирных домов. Производство, эксплуатация инфраструктуры и снабжение конечных потребителей может осуществляться одними и теми же или различными предприятиями. Предприятия, осуществляющие электро- и/или газоснабжение, и/или теплоснабжение, и/или водоснабжение, классифицируются в соответствии с их основным видом деятельности.

Строительство. Эта группировка включает производство общестроительных работ и работ, требующих специальной квалификации для строительства зданий и инженерных сооружений, монтаж инженерного оборудования зданий и сооружений, производство отделочных и завершающих работ. Группировка включает новое строитель-

во, ремонт, реконструкцию, возведение зданий и сооружений из сборных конструкций на строительной площадке, а также строительство временных объектов. К общестроительным работам относится строительство жилых зданий, административных зданий, магазинов и других общественных и коммунальных зданий, сельскохозяйственных зданий и т.п. или строительство сооружений, таких как автодороги, улицы, мосты, тоннели, железные дороги, аэродромы, порты и другие водные объекты, ирригационные системы, канализационные системы, промышленные объекты, трубопроводы и линии электропередачи, спортивные сооружения и т.п.

Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования. Этот раздел включает оптовую и розничную торговлю (перепродажу без изменения) любыми видами товаров и предоставление услуг, связанных с продажей товаров. Оптовая и розничная торговля являются последними этапами в распространении товаров. В этот раздел включаются также ремонт автотранспортных средств и установка и ремонт бытовых изделий и предметов личного пользования. Сюда включается также деятельность товарных брокеров, комиссионеров, агентов, оптовиков-скупщиков, а также кооперативных организаций, занимающихся сбытом сельскохозяйственной продукции. Деятельность по оптовой торговле часто сопровождается сборкой товаров, сортированием крупных партий товаров, их делением на более мелкие партии, переупаковыванием, перераспределением товаров небольшими партиями, например фармацевтической продукции, хранением, охлаждением, доставкой и установкой товаров, участием в рекламировании и продвижении товаров и разработке товарных этикеток.

Гостиницы и рестораны. Эта группировка включает предоставление мест для проживания и/или обеспечение готовой кулинарной продукцией и напитками для потребления на месте. Предоставление услуг по обеспечению проживания может совмещаться с обеспечением питанием, так как эти два вида деятельности часто объединены в деятельность одного предприятия. Различные хозяйствующие субъекты могут предоставлять широкий набор дополнительных услуг. Деятельность по обеспечению кулинарной продукцией для потребления на месте осуществляется в традиционных ресторанах, заведениях самообслуживания, на предприятиях питания, отпускающих также продукцию на вынос, а также прочими временными или постоянными предприятиями питания, с предоставлением или без предоставления мест

для сидения. Решающим является тот факт, что для средств обслуживания, обеспечивающих эту деятельность, не имеет значения кулинарная продукция, предложенная для потребления на месте.

Транспорт и связь. Сюда относится деятельность сухопутного, водного, воздушного и космического транспорта, а также почтовая и курьерская деятельность, заключающаяся в сборе (приёме), пересылке и доставке почтовой корреспонденции (писем, посылок и т.п.). В настоящее время наряду с государственными предприятиями в области почтовой связи существуют различные частные почтовые предприятия. В данной группировке классифицирована деятельность как национальной почты, так и ненациональных почтовых предприятий. Кроме того, сюда относится деятельность в области электросвязи.

Финансовая деятельность. Данная деятельность подразделяется на две большие группы: финансовое посредничество и страхование. Финансовое посредничество включает деятельность, связанную с получением и перераспределением финансовых средств, кроме средств, предназначенных для целей страхования (обязательного социального страхования). Страхование предполагает долгосрочное и краткосрочное покрытие страховых рисков с элементом сбережения или без него.

Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг. Этот раздел включает: операции с недвижимым имуществом; аренду машин и оборудования без оператора и прокат прочих бытовых изделий и предметов личного пользования; деятельность, связанную с вычислительной техникой; научные исследования и разработки; деятельность в области права, бухгалтерского учёта и аудита, консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления предприятием; деятельность в области архитектуры, инженерных изысканий и предоставление технических консультаций в этих областях; испытания и анализ; рекламную деятельность; наём рабочей силы и подбор персонала; проведение расследований и обеспечение безопасности; чистку и уборку помещений, оборудования и транспортных средств. Перечисленные виды деятельности сосредоточены главным образом в сфере предпринимательской деятельности. Но многие из них могут относиться и к домашним хозяйствам, например прокат бытовых изделий и предметов личного пользования, деятельность в области баз данных, деятельность в области права, предоставление услуг в области проведения расследований и обеспечения безопасности, оформления помещений или фотографии.

Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное страхование. Данный раздел включает деятельность, обычно осуществляемую государственными учреждениями. Юридический или институциональный статус сам по себе не является при этом определяющим фактором. Этот раздел включает учреждения, которые являются частью местных или центральных органов власти и которые осуществляют управление в определённом аспекте. Сюда относятся виды деятельности: обеспечение безопасности, правосудие, охрана общественного порядка, международная деятельность и т.д.; управление общего характера (т.е. исполнительная и законодательная власть, управление финансами и т.д. на всех уровнях государственного управления); контроль и надзор за учреждениями социально-экономической сферы; управление в сфере обязательного социального страхования.

Образование. Эта группировка включает виды деятельности, связанные с государственными, муниципальными, негосударственными (частными) образовательными учреждениями всех видов. Образовательные программы осваиваются в общеобразовательных учреждениях в очной, очно-заочной (вечерней), заочной формах, а также в форме семейного образования, самообразования, экстерната. Допускается сочетание различных форм получения образования. Каждый уровень образования включает деятельность специальных (коррекционных) образовательных учреждений классов, групп, обеспечивающих лечение, воспитание и обучение, социальную адаптацию и интеграцию в общество детей и подростков с физическими и умственными недостатками. В данной группировке классифицируется образование для взрослых, по содержанию соответствующее определённым уровням общего образования. Эта группировка также включает прочие виды образования и обучения, например обучение в школах водителей транспортных средств.

Здравоохранение и предоставление социальных услуг. Сюда входят: деятельность больничных учреждений широкого профиля и специализированных; врачебная практика; стоматологическая практика; прочая деятельность по охране здоровья; ветеринарная деятельность. Предоставление социальных услуг с обеспечением проживания включает деятельность, осуществляемую круглосуточно, направленную на оказание социальной помощи детям, престарелым и особым категориям лиц с несколько ограниченными возможностями ухода за собой, но в которой лечение и образование не являются основными элементами: деятельность приютов для сирот (детских домов, домов

ребёнка), интернатов и общежитий для детей, круглосуточных яслей, домов для престарелых, домов (интернатов) для лиц с физическими или умственными недостатками, в том числе для слепых, глухих и немых, реабилитационных заведений (без лечения) для наркоманов и алкоголиков, приютов для бездомных, заведений, обеспечивающих уход за матерями-одиночками и их детьми и т.п.

Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг. Эта группировка включает: сбор и обработку отходов производства и потребления не для дальнейшего использования в процессе промышленной переработки, а с целью удаления и выявления более или менее ценных продуктов; прочие виды деятельности, такие как уборка территории, очистка от снега и т.п.; деятельность общественных объединений; деятельность по организации отдыха и развлечений, культуры и спорта; предоставление персональных услуг.

Деятельность домашних хозяйств. Данная группировка строго ограничивает виды деятельности домашних хозяйств с наёмными работниками, такими как горничные, повара, официанты, слуги, дворецкие, прачки, садовники, привратники, конюхи, шоферы, сторожа, гувернантки, приходящие няни, домашние учителя, секретари и т.п. Это позволяет наёмным домашним работникам определять виды деятельности их работодателя при учёте и регистрации, даже при условии, что работодатель является физическим лицом. Продукция, произведённая для собственного потребления, рассматривается как нерыночная и оценивается в национальных счетах согласно стоимости наёмного труда. Эти услуги не могут предоставляться компаниями.

Деятельность экстерриториальных организаций. Сюда относятся: деятельность международных организаций (Организации Объединённых Наций и её специализированных учреждений и т.п., Европейских сообществ, Европейской ассоциации свободной торговли, Организации экономического сотрудничества и развития, Совета таможенного сотрудничества, Организации стран-экспортёров нефти, Международного валютного фонда, Всемирного банка и т.п.); деятельность дипломатических и консульских миссий, если они учитываются по месту их размещения, а не по стране, которую они представляют; деятельность органов Содружества Независимых Государств.

6. УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ АНАЛИЗ В СФЕРЕ УСЛУГ

1. Сфера услуг как вид экономической деятельности.
2. Анализ туристической деятельности.
3. Анализ гостиничных площадей.

1. Сфера услуг как вид экономической деятельности.

Понятие «сфера услуг» весьма обширно. Под него подпадает многочисленный спектр видов хозяйственной деятельности, начиная с парикмахерских и заканчивая такими высокоинтеллектуальными видами деятельности, как работа конструкторских бюро в военно-промышленном комплексе, разработка программного обеспечения, юридические услуги, экономический консалтинг и т.п. Самая мощная экономическая «империя» мира – фирма «Майкрософт» – является предприятием сферы услуг. В экономической теории принято общее разделение сферы услуг на производственные услуги (например, авто-сервис или ремонт телевизоров) и непроизводственные (интеллектуальные) услуги (к примеру, юридическая консультация), хотя данное разграничение подчас весьма условно.

Общий подход к предприятию сферы услуг как объекту экономического анализа близок к тому, что имеет место для промышленного предприятия (в частности, та же целевая функция бизнеса, классификация активов и обязательств, критерии финансовой устойчивости). При этом существует несколько специфических моментов, присущих предприятиям сферы услуг и отличающих данный вид экономической деятельности от промышленности:

1) повышенная роль «человеческого фактора» в ресурсном потенциале организаций сферы услуг. «Стоимость» трудовых ресурсов является неформализуемым компонентом ресурсного потенциала и не включается в состав совокупных активов баланса предприятия. Поэтому на основе одних лишь балансовых данных трудно составить полное представление об истинной «мощи» и возможностях предприятия, занимающегося оказанием услуг;

2) специфичность таких оборотных активов, как «незавершённое производство» и «готовая продукция». Здесь незавершённое производство – это услуга, находящаяся в стадии исполнения, а готовая продукция – это уже оказанная услуга. Длительность «производственного цикла» в сфере услуг может колебаться от нескольких часов (парикмахерские, фотография, кинотеатры, другие организации бытового и

культурно-массового обслуживания) до нескольких месяцев (подрядные организации, работающие по крупным индивидуализированным заказам). Понятия «готовая продукция» как определённой стадии финансового цикла не существует. По факту завершения оказания услуги (для подрядных организаций таковым является момент подписания акта сдачи-приёмки работ заказчику) незавершённое производство «перетекает» непосредственно в стадию реализованной продукции (дебиторской задолженности);

3) особенности структуры оборотных активов в целом. Для организаций сферы услуг такой статьи, как «запасы материальных ресурсов», либо не существует вовсе (для непроектных услуг), либо этот компонент оборотных средств занимает очень незначительное место в структуре оборотных активов (организации производственных услуг, где материальными ресурсами являются в основном запасные части и комплектующие, как, например, в автосервисе). Основное место в структуре оборотных средств в сфере услуг занимают активные расчёты (дебиторская задолженность), а в некоторых предприятиях, берущих 100%-ную предоплату за оказываемые услуги (организации бытового обслуживания населения), оборотные средства «суживаются» (оборотные средства – это в основном текущий остаток денежных средств на расчётном счёте и в кассе). Сказанное подразумевает, что, в отличие от промышленных предприятий, нормативные значения коэффициентов текущей, срочной и абсолютной ликвидности очень близки между собой. Так как основной нормативный минимум (показатель текущей ликвидности, равный 1, при котором оборотные активы в точности соответствуют краткосрочным обязательствам) сохраняется для предприятий сферы услуг, следовательно, оптимальные и минимально допустимые значения коэффициентов срочной и абсолютной ликвидности будут намного выше, нежели для промышленных предприятий. Скажем, в случае с аудиторско-консультационной компанией норматив коэффициента текущей ликвидности может составлять 1,55, срочной ликвидности – 1,5, а абсолютной ликвидности – 1. Таким образом, в организациях сферы услуг покрытием текущих обязательств фирмы являются нематериальные оборотные активы (расчёты и денежные средства);

4) особенности структуры обязательств. Долгосрочные обязательства (кредиты и займы) в сфере услуг, как правило, отсутствуют (исключение может составлять крупная организация, расширяющая свою инфраструктуру и финансирующая капитальное строительство за счёт долгосрочного привлечения средств). В краткосрочных пассивах задолженность поставщикам и подрядчикам – это в основном обязательства перед субподрядчиками (в случае крупной фирмы, являю-

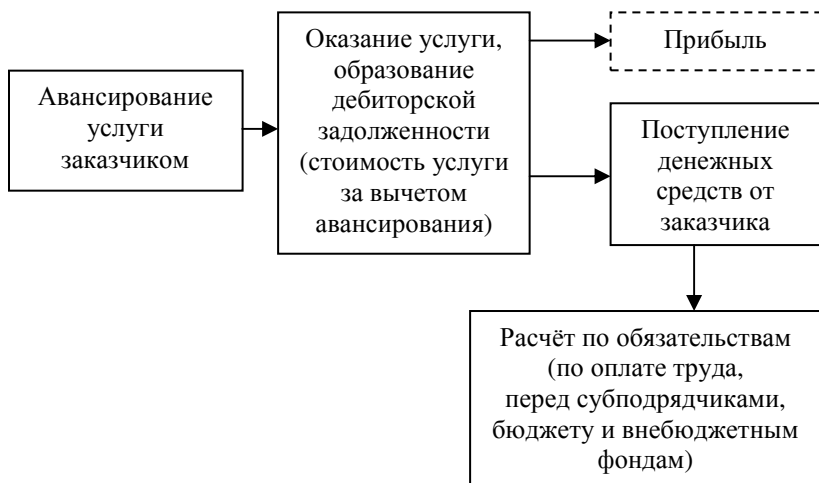


Рис. 6.1. Финансовый цикл предприятия сферы услуг

щейся генеральным подрядчиком и привлекающей для исполнения крупных заказов другие организации на условиях субподряда). Обычно же краткосрочные обязательства предприятия сферы услуг формируются за счёт, во-первых, авансов, полученных от заказчиков, и, во-вторых, «прочей» задолженности (по оплате труда, коммунальным платежам, бюджету и внебюджетным фондам). Следовательно, предприятия сферы услуг, как правило, «не должны денег» контрагентам по бизнесу.

Финансовый цикл предприятия сферы услуг изображён на рис. 6.1.

2. Анализ туристической деятельности.

Туризм – временные переезды (путешествия) граждан страны, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях, без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного проживания.

Результатом туристического производства является туристский продукт – право на тур, предназначенное для реализации туристу.

Туром называется комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные услуги, предоставляемые в зависимости от целей путешествия.

Главные виды деятельности в данной области – туроператорская и турагентская.

Туроператорская деятельность – это деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем, именуемым туроператором.

Турагентская деятельность – это деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем, именуемым турагентом.

Таким образом, у туроператора есть собственные производственные площади (гостиницы, санаторно-курортные комплексы), услуги по пользованию которыми он сам предлагает своим клиентам, а турагент выступает лишь посредником при продвижении турпродукта от производителя к конечным потребителям.

Основные особенности туристической деятельности:

- покупка туристского продукта не является потребностью первой жизненной необходимости и имеет существенную стоимость, поэтому объёмы деятельности туристической фирмы во многом определяются уровнем благосостояния населения;

- на результаты деятельности туристических фирм существенное влияние оказывают такие факторы, как политическая ситуация, климатические условия в разных странах мира, однако влияние этих факторов довольно сложно запланировать и измерить;

- для туристического бизнеса характерна неравномерность распределения спроса на туры во времени. Число продаваемых путёвок во многом зависит от наличия у клиентов свободного от работы времени, его продолжительности и предпочтений периода отдыха.

Основными задачами анализа деятельности турфирм являются:

- анализ основных показателей туристического бизнеса;
- анализ выбора собственной или арендованной площади туроператором;

- анализ выбора собственного или привлечённого транспорта туроператора для турпоездок;

- анализ эффективности использования гостиничных площадей;
- факторный анализ рентабельности в туристическом бизнесе;
- обобщение результатов анализа, выявление резервов и разработка мероприятий по улучшению деятельности.

Основные источники данных для проведения анализа:

- формы годовой и квартальной бухгалтерской отчётности;
- данные бухгалтерского учёта;
- формы федерального статистического наблюдения № П-1 «Сведения о производстве и отгрузке товаров и услуг», № П-2 «Сведе-

ния об инвестициях», № П-3 «Сведения о финансовом состоянии организации», № П-4 «Сведения о численности, заработной плате и движении работников».

Для субъектов малого предпринимательства в сфере туристического бизнеса используется также информация ежеквартального статистического отчёта № ПМ «Сведения об основных показателях деятельности малого предприятия».

В туроператорской деятельности может возникнуть вопрос, целесообразно ли расширять собственные площади для размещения отдыхающих или лучше использовать арендованные помещения. Для решения этой задачи необходимо произвести ряд расчётов.

Стоимость проживания дополнительного контингента в арендуемых помещениях

$$C = pq,$$

где p – стоимость койко-суток при аренде; q – количество койко-суток.

Себестоимость использования собственной площади (CC) можно выразить через постоянные (FC) и удельные переменные затраты на койко-сутки ($VC_{\text{ед}}$)

$$CC = FC + VC_{\text{ед}} q.$$

Приравняв стоимость и себестоимость, получим уравнение, из которого можно найти пороговое количество койко-суток (q), когда расходы на арендованные помещения совпадают с себестоимостью использования собственных площадей.

При реализации выше этого количества за год более экономичным окажется расширение собственных площадей, а при меньшей потребности для контингента туроператору более выгодно их арендовать.

В гостиничном и туристическом бизнесе широко используется транспорт. Среди транспортных средств могут быть собственные автобусы или транспорт сторонних организаций. В зависимости от ситуации эффективность эксплуатации собственных автобусов может отличаться от эффективности привлечённых как с положительной, так и с отрицательной разницей, поэтому приобретение собственных или использование привлечённых автобусов в туризме требует тщательно обоснования.

Расходы предприятия при использовании автотранспорта сторонней организации

$$C = pq,$$

где p – цена 1 км перевозки транспортом сторонней организации; q – пассажирооборот.

При использовании собственного автомобиля затраты

$$OC = FC + VC_{\text{км}} q,$$

где FC – постоянные затраты; $VC_{\text{км}}$ – удельные переменные затраты на 1 км пробега.

Приравняв собственные затраты и затраты на привлечение транспорта, получим уравнение

$$pq = FC + VC_{\text{км}} q,$$

из которого можно будет найти критический пассажирооборот (q), ниже которого предприятию станет невыгодным использование собственного транспорта.

3. Анализ гостиничных площадей.

Наибольший удельный вес – более 70% в структуре основного капитала в гостинично-туристической индустрии занимают здания.

Международный и отечественный опыт свидетельствует о том, что туристические компании чаще всего не являются собственниками помещений и офисов, в которых работают. Как правило, часть основных фондов, относимых к зданиям, арендуется, поэтому в оценке эффективности использования основных средств особое внимание следует уделить эффективности использования площадей гостинично-туристического хозяйства и анализу влияния различных факторов на её изменение.

Для более полного и точного анализа эффекта от использования площадей их следует разделить на:

- предоставляемые клиенту (гостиничные номера, другие площади, используемые для питания, отдыха и развлечений туристами);
- занимаемые персоналом турфирмы и используемые для управления гостинично-туристической деятельностью.

Исходя из этого можно выделить три категории площадей гостинично-туристической индустрии:

- 1) производственная площадь ($P_{\text{пр}}$) – площадь, на которой осуществляется обслуживание контингента (площади гостиниц, подразделений общественного питания и развлечений);
- 2) площадь, занятая контингентом ($P_{\text{зк}}$) – часть производственной площади, предназначенная непосредственно для отдыхающих и занятая оборудованием, предназначенным для непосредственного использования контингентом (гостиничные номера, залы предприятий общепита, концертные залы и др.);

3) располагаемая площадь (P_p) – площадь, которой владеет фирма.

На основе этой классификации определяют структурные показатели использования площадей:

1) коэффициент занятости производственной площади

$$K_{зпр} = P_{зк} / P_{пр};$$

2) коэффициент занятости располагаемой площади производственной площадью

$$K_{зр} = P_{пр} / P_p;$$

3) коэффициент занятости располагаемой площади контингентом

$$K_{зк} = K_{зпр} K_{зр} = (P_{зк} / P_{пр}) (P_{пр} / P_p) = P_{зк} / P_p.$$

Перечисленные коэффициенты сравнивают в динамике. Увеличение их значений при прочих равных условиях свидетельствует об улучшении состава площадей.

О степени рациональности использования площадей гостинично-го хозяйства и туризма можно судить по показателю объёма реализации и выпуска турпродукта, приходящегося на единицу площади. Величину реализации (выпуска) туристского продукта на 1 м² площади рассчитывают в динамике по каждой из категорий классификации площадей организации.

Можно также определить объём продаж на одно рабочее место как объём продаж, отнесённый к числу рабочих мест работающего персонала.

Показатели отдачи площадей связаны с показателями их занятости зависимостью

$$B / P_p = (B / P_{зк}) (P_{зк} / P_{пр}) (P_{пр} / P_p).$$

Это выражение позволяет методами факторного анализа определить влияние на отдачу располагаемой площади следующих факторов:

- отдача площади, непосредственно занятой контингентом;
- соотношение площади, занятой контингентом, и производственной площади (занятость производственной площади);
- соотношение производственной площади и располагаемой площади (занятость располагаемой площади производственной площадью).

На основе проведения факторного анализа могут быть выявлены недостатки использования гостиничных площадей и обобщены резервы повышения их отдачи.

7. АНАЛИЗ БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1. Общая характеристика банковской деятельности.
2. Структура активов и пассивов коммерческого банка.
3. Виды банковских рисков.

1. Общая характеристика банковской деятельности.

Если торговое предприятие является посредником на рынке материальных благ, то коммерческий банк – это финансовый посредник, обеспечивающий мобилизацию ресурсов на рынке капитала и их направление на нужды реального сектора экономики. Иными словами, хозяйственная деятельность коммерческого банка имеет две стороны – привлечение финансовых ресурсов (пассивные операции) и их размещение (активные операции). Финансовый цикл коммерческого банка изображён на рис. 7.1.

Источником формирования прибыли банка служит *процент по размещению* финансовых ресурсов. За счёт процента по размещению покрываются: величина процента по привлечению; прочие прямые затраты, связанные с привлечением ресурсов; операционные (условно-постоянные) расходы, связанные с содержанием инфраструктуры банковского бизнеса; прямые затраты по размещению. Остаток (за вычетом перечисленных статей) даёт величину балансовой прибыли банка (до уплаты налога на прибыль).

Интегральным показателем эффективности хозяйственной деятельности коммерческого банка, как и для промышленных и торговых предприятий, служит размер чистой (нераспределённой) прибыли на единицу (1 рубль) собственных средств (капитала) банка. Собственникам (акционерам) банка важно знать величину отдачи на те средства, которые они вложили в банковскую деятельность.

Дополнительным критерием эффективности является показатель чистой прибыли в расчёте на 1 рубль акционерного (уставного) капитала; здесь из величины собственных средств исключаются фонды накопления (капитализированная прибыль), и, соответственно, данный коэффициент показывает рентабельность первоначальных затрат собственника, т.е. в данном контексте деятельность банка рассматривается как один «большой» инвестиционный проект.

Абсолютным показателем конечных финансовых результатов банка является размер чистой прибыли. Источником прибыли является процент по размещению, а основой – валовая маржа, т.е. разница процента по размещению и процента по привлечению ресурсов. Структу-



Рис. 7.1. Финансовый цикл коммерческого банка

ра активов и пассивов коммерческого банка должна быть такова, чтобы чистый доход от размещения (за вычетом процента по привлечению и прямых затрат по привлечению и размещению финансовых ресурсов) покрывал операционные (условно-постоянные) издержки и обеспечивал банку нормальную норму прибыли на собственный капитал.

Как и для предприятий реального сектора экономики, текущие затраты банка делятся на переменные (зависящие от объёмных показателей той стадии финансового цикла (генератора затрат), где они (затра-

ты) формируются) и условно-постоянные. В данном контексте выделяют следующие категории текущих затрат коммерческого банка:

- прямые затраты по привлечению (генератором затрат является один из видов пассивных операций);
- прямые затраты по размещению (генератором затрат является один из видов активных операций);
- операционные (условно-постоянные) расходы.

К прямым затратам по привлечению (кроме процента по привлечению) относятся, например, комиссионные брокерам за размещение долговых обязательств (облигаций, депозитных сертификатов) банка на фондовой бирже, издержки по разработке проспектов эмиссии облигационных займов, налог на эмиссию ценных бумаг, плата за аренду оборудования для мониторинга ситуации на денежном, валютном и фондовом рынках (системы «Рейтер», «Блумберг» и др.). Почти зеркальным отображением затрат по привлечению являются прямые затраты по размещению. Это в первую очередь комиссионные брокерам за покупку ценных бумаг, аренда оборудования (системы «Рейтер» и «Блумберг»), а также величина создаваемых резервов по отдельным видам активных операций (резерв под обесценение ценных бумаг, резерв на возможные потери (невозврат) по выданным кредитам и др.). Условно-постоянные затраты банка включают в себя расходы на оплату труда персонала, а также прочие эксплуатационные расходы (амортизация здания и офисного оборудования, коммунальные платежи и пр.).

Процент по размещению является основным, но не единственным источником дохода банка. Помимо инвестиционной (понимаемой в широком смысле слова, т.е. включающей выдачу кредитов) деятельности банк:

- осуществляет расчётно-кассовое обслуживание клиентов и берёт за это **комиссионный доход**;
- занимается спекулятивными (краткосрочными) операциями на валютном, денежном и фондовом рынках и на рынке драгоценных металлов в целях получения дохода от разницы стоимости приобретения и продажи ценных бумаг, валюты и золота («игра» на курсовых разнице).

2. Структура активов и пассивов коммерческого банка.

В законодательно установленной форме сводной финансовой отчётности «Баланс кредитной организации РФ» статьи актива баланса расположены в порядке убывания их ликвидности. По мере убывания степени ликвидности возрастает уровень совокупного риска по соот-

ветствующим категориям активов, а так же, как правило, уровень доходности активов. Классификация банковских активов для целей проведения анализа хозяйственной деятельности в общем совпадает с опально установленной структурой актива баланса.

Структура активов баланса коммерческого банка для целей проведения анализа хозяйственной деятельности отражена в табл. 7.1.

7.1. Структура активов баланса коммерческого банка для целей проведения анализа хозяйственной деятельности

Категории активов	Экономическое содержание активов
I группа «Денежные средства и счета в Центральном банке Российской Федерации»	Касса, средства на корреспондентском счёте в ЦБ РФ, средства на резервном счёте в ЦБ РФ. Это финансовый резерв предприятия с самым высоким (из всех групп активов) уровнем ликвидности и отсутствием дохода
II группа «Государственные долговые обязательства»	Ценные бумаги Правительства РФ и местных органов власти РФ. Высокая степень ликвидности (котируются на фондовой бирже). Низкий фиксированный уровень доходности. Существует коммерческий (страновой) риск
III группа «Средства в кредитных организациях»	Корреспондентские счета в других банках и выданные межбанковские кредиты. Повышенный уровень ликвидности (определяется коротким сроком кредитования и существованием рынка межбанковского кредитования). Существует коммерческий риск (невозврат кредита вследствие возможного банкротства банка-контрагента)
IV группа «Ценные бумаги для перепродажи»	Спекулятивные вложения (с целью «игры» на биржевом курсе). Уровень ликвидности выше среднего (котируются на фондовой бирже). Высокая степень коммерческого (конъюнктурного) риска

Категории активов	Экономическое содержание активов
V группа «Ссудная и приравненная к ней задолженность»	Кредиты юридическим и физическим лицам. Низкий уровень ликвидности. Существует риск процентных ставок (степень риска зависит от срока погашения кредита). Уровень доходности (ставка кредитования) выше, нежели по межбанковским кредитам
VI группа «Средства, переданные в лизинг (долгосрочную аренду с правом выкупа)»	В основном оборудование как банковского, так и иного предназначения. Низкий уровень ликвидности. Высокий уровень риска процентных ставок
VII группа «Основные средства и нематериальные активы, хозяйственные материалы и малоценные и быстроизнашивающиеся предметы»	Здания, сооружения, оборудование, материалы и прочие позиции, формирующие банковскую инфраструктуру. Низкий уровень ликвидности. Доходности как таковой не существует
VIII группа «Долгосрочные вложения в ценные бумаги и доли»	Прямые финансовые инвестиции (как правило, с приобретением контрольного или блокирующего пакета акций). Низкий уровень ликвидности (отсутствие котировки на фондовой бирже). Высокая степень коммерческого риска и риска процентных ставок
IX группа «Расходы будущих периодов по другим операциям»	Формирование резервного фонда по отпускам, ремонтного фонда, подписка на средства массовой информации, предоплата по арендуемым помещениям и пр. Неликвидные активы
X группа «Прочие активы»	В основном дебиторская задолженность по банковским и небанковским операциям, а также реальные инвестиции (финансирование объектов капитального строительства). Неликвидные активы

Как и для предприятий реального сектора экономики, первоначальным является деление пассивов (источников финансирования) банка на собственные средства (капитал) и обязательства (рис. 7.2).

В свою очередь в составе собственных средств банка выделяются следующие позиции:

- акционерный (уставный) капитал (за вычетом акций, выкупленных у акционеров);
- фонды накопления (нераспределённая прибыль отчётного года; фонды и прибыль, оставленные в распоряжении банка (основой данных фондов служит накопленная прибыль (убыток) прошлых лет); эмиссионный доход);
- переоценка основных средств (дополнительный капитал);
- расходы и риски, влияющие на собственные средства (возможные убытки по рискам обесценения ценных бумаг, невозврата выданных ссуд и пр.).

В уставном капитале коммерческого банка существенным является разграничение на простые (обыкновенные) и привилегированные (с фиксированным доходом, но без права голоса на собрании акционеров) акции. Чем выше доля привилегированных акций в уставном капитале, тем больший относительный эффект оказывает изменение прибыли банка на величину доходности на одну обыкновенную акцию.

Обязательства коммерческого банка ранжируются по срокам их погашения (востребования). Здесь различают (по степени увеличения сроков востребования обязательств):

- кредиты, полученные от Центрального банка Российской Федерации;
- средства кредитных организаций (межбанковские кредиты и остатки на корреспондентских счетах других банков);
- средства клиентов (вклады и расчётные счета);
- доходы будущих периодов по другим операциям (например, полученная предоплата по сдаваемым в аренду помещениям);
- выпущенные долговые обязательства (срочные депозиты и облигационные займы);
- прочие обязательства (в основном кредиторская задолженность по банковским и небанковским операциям);
- резервы на возможные потери по расчётам с дебиторами, риски и обязательства.



Рис. 7.2. Совокупные пассивы

3. Виды банковских рисков.

В процессе осуществления хозяйственной деятельности коммерческий банк несёт риски как по операциям привлечения, так и по активным операциям. Различают следующие основные типы банковских рисков: **риск ликвидности**. Под ликвидностью, как известно, понимается способность организации удовлетворять все текущие требования на выдачу денежных средств. Таким образом, риск ликвидности – это возможность возникновения ситуации, когда текущих (ликвидных) средств банка не хватает для погашения текущих требований поставщиков его финансовых ресурсов.

Для обеспечения ликвидности необходимо формировать такую структуру баланса, при которой активы могут своевременно преобразовываться в денежные средства, не утрачивая при этом своей стоимости, по мере востребования пассивов. Следовательно, риск ликвидности бизнеса коммерческого банка зависит от двух основных факторов:

1) доли «связанных» (иммобилизованных) активов в совокупных активах;

2) доли текущих (до востребования) обязательств в структуре совокупных обязательств.

В этом контексте наибольшая степень иммобилизации присуща основным средствам и прочим вложениям в банковскую инфраструктуру (материалам, малоценным и быстроизнашивающимся предметам, нематериальным активам), средствам, переданным в лизинг (долгосрочную аренду с правом выкупа), долгосрочным финансовым вложениям и расходам будущих периодов. Коммерческие кредиты имеют среднюю степень ликвидности; здесь уровень иммобилизации определяется длительностью кредитного договора и графиком погашения задолженности в разрезе отдельных выданных кредитов. Высокая степень ликвидности присуща ценным бумагам, свободно котирующимся на фондовом рынке (включая государственные долговые обязательства), а также межбанковским кредитам, что обусловливается коротким сроком их погашения. Наконец, наибольшую (100%-ную) ликвидность имеют денежные средства банка и счета в Центральном банке Российской Федерации.

Обязательства банка по степени срочности их востребования можно ранжировать по трём основным категориям. Наиболее срочными являются полученные межбанковские кредиты и краткосрочные кредиты Центрального банка Российской Федерации. Средства клиентов имеют среднюю степень срочности погашения; по ним необходим дифференцированный подход (срочные вклады имеют меньшую степень вероятности их предъявления к востребованию, нежели текущие вклады и счета физических и юридических лиц). Наибольшая длительность погашения – у выпущенных банком долговых обязательств и доходов будущих периодов, а также, как правило, у «прочих обязательств» банка.

Необходимо отметить, что ликвидность баланса банка определяется не абсолютной величиной тех или иных активов и обязательств, и даже не их относительной величиной (долей в совокупных активах и, соответственно, в совокупных обязательствах), а степенью соотношения (покрытия) ликвидными активами обязательств к востребованию, т.е. общий методологический подход к определению ликвидности бан-

ковского бизнеса сродни тому, что имеет место при расчёте показателей ликвидности предприятий реального сектора экономики;

- **риск процентных ставок** – возникает вследствие постоянных изменений конъюнктуры на рынке капитала. В этом случае возможна такая ситуация, когда банк будет вынужден финансировать долгосрочные кредитные проекты по ставке привлечения большей, нежели процент по кредитному договору, т.е. себе в убыток;

- **валютный риск** (риск изменения валютного курса). Ему подвержены рублёвые пассивы (привлечение ресурсов) и рублёвые активы (операции размещения);

- **коммерческий риск** – это риск уменьшения обратных финансовых потоков от размещения активов (по пассивам этого риска не существует). Так, сюда относится риск невозврата кредита вследствие неплатёжеспособности или оппортунистического поведения заёмщика, риск некупаемости долгосрочных вложений (по инвестиционной деятельности банка), риск обесценения приобретённых ценных бумаг и пр.

Таким образом, коммерческому риску подвержены следующие категории активов банка:

- коммерческие кредиты;
- ценные бумаги для перепродажи;
- и, отчасти, межбанковские кредиты.

Основными показателями краткосрочного коммерческого риска банка являются:

- доля выданных коммерческих кредитов в совокупных активах (риск по кредитованию);

- доля выданных коммерческих кредитов в обязательствах (риск по кредитованию);

- отношение «валовой доход от спекулятивных операций с ценными бумагами и драгоценными металлами/совокупные активы» (конъюнктурный риск);

- отношение «валовой доход от коммерческого кредитования + валовой доход от межбанковского кредитования + валовой доход от операций с ценными бумагами и драгоценными металлами)/совокупные активы» (совокупный коммерческий риск).

В экономической теории принято считать, что оптимальная доля коммерческих кредитов в привлечённых средствах (обязательствах) должна составлять от 65 до 75%. Коэффициент, превышающий 75%, свидетельствует о рискованной политике банка. Соотношение ниже 65% показывает, что банк проводит пассивную кредитную политику. Что касается остальных показателей коммерческого риска, то каких-либо нормативных значений по ним не существует; здесь значима не абсолютная величина, а динамика показателей.

Вышеуказанные риски банковской деятельности бывают краткосрочными (действующими на текущий момент времени) и долгосрочными (оказывающими эффект не только на текущие, но и на будущие финансовые результаты и финансовое состояние банка). Так, риск ликвидности – это краткосрочный риск, а риск процентных ставок относится к категории долгосрочных. Валютный риск бывает как краткосрочным, так и долгосрочным в зависимости от характера операций с иностранной валютой. При «игре» на фондовой бирже данный риск носит краткосрочный характер; здесь банк стремится получить спекулятивный доход от текущих колебаний курса иностранной валюты. Если же речь идёт о выдаче долгосрочных валютных кредитов, то в данном случае валютный риск является частным случаем риска процентных ставок, т.е. относится к категории долгосрочных рисков. Аналогично обстоит дело и с коммерческим риском. По краткосрочным кредитам это краткосрочный риск, а по инвестиционной деятельности банка (имеются в виду прямые финансовые инвестиции и финансирование реальных инвестиций, т.е. финансирование объектов капитального строительства) коммерческий риск будет долгосрочным.

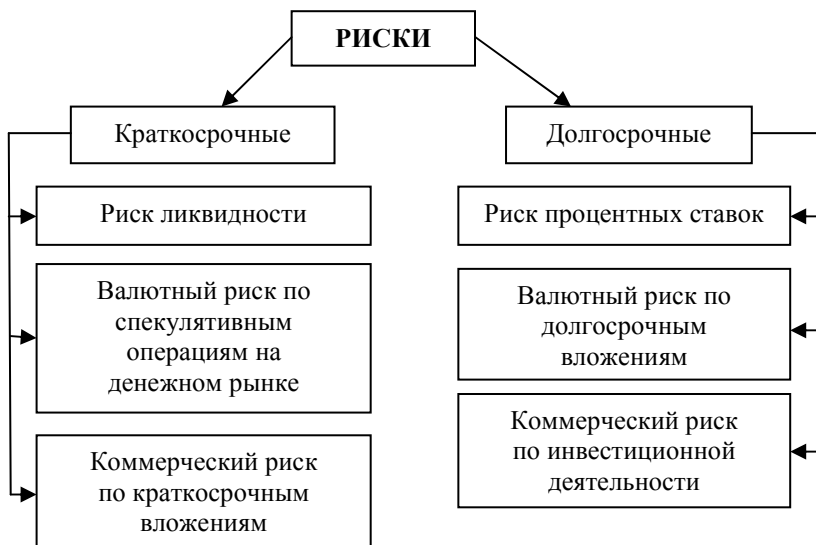


Рис. 7.3. Классификация банковских рисков