

ББК У9(2)301-933

ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ КРЕДИТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Е.Б. Герасимова

Финансовая академия при Правительстве РФ, г. Москва

Рецензент О.В. Воронкова

Ключевые слова и фразы: деятельность кредитной организации; динамическая экономическая система; устойчивое развитие; финансовая устойчивость.

Аннотация: Изучается кредитная организация как динамическая экономическая система. Рассмотрен поведенческий подход к анализу качественно-функциональных свойств кредитной организации.

Экономический анализ (ЭА) финансовой устойчивости (ФУ) кредитной организации (КО) подчиняется принципам: 1) рефлексии; 2) имманентности; 3) трансцендентности; 4) жизненности.

Принцип рефлексии предполагает синтетический подход формирования показателя финансовой устойчивости КО, учитывающий плюрализм мнений, рассуждений, сомнений и противоречий. При формировании знаний об анализе ФУ КО выявляются имманентные, внутренние, присущие экономические сущности ЭА ФУ КО через миссию, видение и кредо, а также систему формирования человеческого капитала КО. Трансцендентность отражает внутреннее содержание экономического анализа по видам в системном взаимодействии с резервами повышения качества ФУ КО. Критерий жизненности определяет жизненный цикл продукции и/или услуги КО через феноменологию ее качества.

Принцип рефлексии ЭА реализуется через форму опосредованного знания ФУ кредитной организации (табл. 1).

Герасимова Е.Б. – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономический анализ и аудит» Финансовой академии при Правительстве РФ, г. Москва.

Таблица 1

Авторская трактовка понятия «рефлексия»

Авторы	Понятийный аппарат
Дж. Локк	Рефлексия – наблюдение, которому ум подвергает свою деятельность и способы ее проявления, вследствие чего в разуме возникают идеи этой деятельности
Д. Юм	Впечатления внешнего мира посредством рефлексии образуют идеи
К. Лейбниц	Рефлексия – внимание к тому, что происходит в сознании человека («заключается» в человеке)
И. Кант	Рефлексия – осознание отношения общего к частному к нашим источникам познания, и только благодаря ей отношение их друг к другу может быть правильно определено
Э. Гуссерль	Рефлексия – универсальная методологическая функция знаний
Гегель	Рефлексия: а) чистое опосредствование вообще; б) чистая абсолютная рефлексия, которая есть движение от ничего к ничто, сама определяет себя далее; в) такое движение, которое будучи возвращенным впервые лишь в этом возвращении есть то, что начинается, или то, что возвращается; г) во-первых, полагающая рефлексия; она, во-вторых, начинает с предложенного непосредственного и есть, таким образом, внешняя рефлексия; но, в-третьих, она снимает это предположение, и так как она в этом снятии предположения вместе с тем сама оказывается предполагающей, то она есть определяющая рефлексия
К. Молчанов	Рефлексия: а) понятие характеризующее форму теоретической деятельности человека; б) деятельность самопознания; в) форма опосредственного знания

Кредитная организация изучается как динамическая экономическая система. Под динамикой КО будем понимать изменение качественных свойств системы, общие закономерности ее поведения для реализации стратегии TQM и международных стандартов качества ИСО 9000 и ИСО 14000.

При исследовании динамики КО нами культивируется поведенческий подход к анализу качественно-функциональных свойств КО как динамической экономической системы. КО выступает в форме самостоятельного экономического института качества услуг, причем любое изменение позиции отрасли должно восприниматься как изменение миссии (видения и кредо) и уровня качества института, тем самым, характеризуя трансформацию всей институциональной структуры общества.

В динамике выявлены следующие институционально-структурные сдвиги в сфере КО на экономическом фоне других отраслей народного хозяйства:

- 1) возникновение целого каскада переходных процессов в рамках изучаемой предметной области;
- 2) наличие сильных экономических флуктуаций;
- 3) эффект начальных условий (эффект от инерционности наследования).

Ранг отрасли КО соответствует определенному уровню качества услуг, который отображается через «мультипликатор» как «стартовое» качество переходной функции непрерывного улучшения качества услуг в соответствии с установленными и предполагаемыми требованиями потребителей.

С прагматических позиций финансовая устойчивость определяет структуру КО, центры обработки обобщенной информации и ее достоверность, процессы выработки решений, характер поведения системы и среды.

В динамическом состоянии функционирования КО финансовая устойчивость позиционирует в функционально-пространственно-временных координатах, ее квазистатическое отображение в координатах состояния (C_1, C_2) отображается в виде схемы (рис. 1) [1].

Объединение множеств $C_{\text{фн}}$ и C_p описывает все возможные состояния КО как системы $C = C_{\text{фн}} \cap C_p$, причем показатель ФУ есть мера удаления текущего состояния КО поля качества Π_k от границы Γ состояния развития КО.

Теория феноменологии качества формирует ФУ как синтетический показатель качества функционирования и развития КО, а также – соответствующих услуг

$$\text{ФУ} = \Pi_k = \bigcup_{i=1}^n \Pi_i,$$

где Π – показатель качества КО; Π_i – составляющие показателя; Π_k , $i = 1, n$ – количество компонентов Π_k .

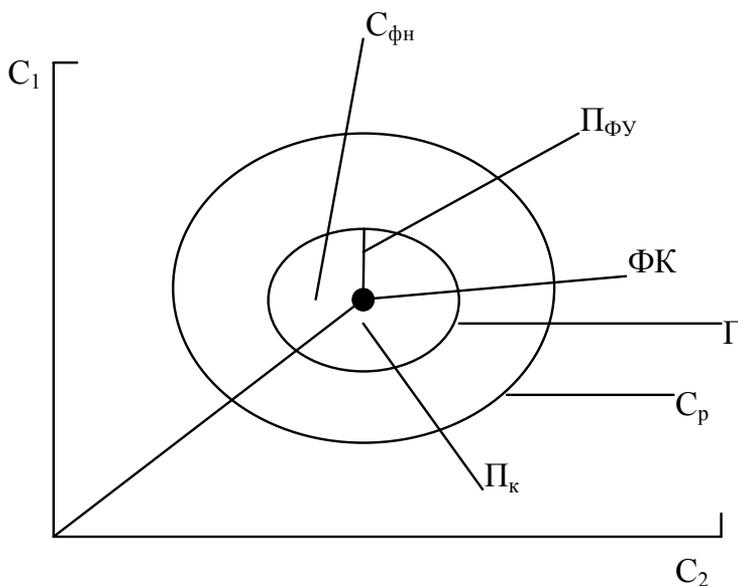


Рис. 1 Пространство состояний ФУ:

ФА – феноменология качества; $C_{\text{фн}}$ – состояние нормального функционирования КО;
 C_p – состояние эволюционного развития КО; Γ – граница; $\Pi_{\text{ФУ}}$ – показатель ФУ;
 C_1 и C_2 – шкала состояний КО; Π_k – поле качества КО и соответствующих услуг

Принцип плюрализма позволяет сформировать P_k как объединение (аудитивное и/или мультипликативное) следующих структурообразующих компонент ФУ кредитной организации: капитала КО, ее активов и пассивов, доходности, ликвидности, рисков и менеджмента качества. Резервы повышения ФУ формируются с помощью сценарного моделирования институциональных, бенчмаркингowych, кайзен и кайрио, информационных, интеграционных и синергетических резервов на базе системного взаимодействия феноменологии капитализма, качества и информации.

Принцип рефлексии позволил выделить свойства, направленность и классификацию задач предметной области исследования (табл. 2).

Таблица 2

Отображение принципа рефлексии в предметной области исследования

Свойства	Направленность	Решение задач
Обобщение	1 Феноменология качества	3 Финансовая устойчивость КО
Конкретизация	2 Экономический анализ	4 Резервы повышения ФУ

Имманентность ЭА формирует процесс стратегического планирования КО, ориентированный на будущее, касающийся разработки долговременных целей организации, а также способов, с помощью которых эти цели должны быть реализованы. Процесс стратегического планирования состоит из ряда последовательных шагов и стадий, имеющих обратную связь для корректировки ранее принятых решений. Это создание видения, формулирование кредо, разработка миссии, целей, разработка проектов и их оценка.

Формированию «видения» (Vision), как одной из самых последних управленческих концепций, посвящено значительное количество исследований за рубежом. Среди специалистов нет однозначного мнения по поводу видения, но есть положительный опыт компаний, который они сами связывают с использованием данной концепции. Так, Коллинз и Порраз опросили 170 американских менеджеров и попросили назвать 20 компаний, которые они отнесли бы к компаниям, имеющим видение своего будущего образа – мечту. Затем они проверили, насколько возросли инвестиции, осуществляемые этими компаниями. Результат показал, что корпорации-мечтатели стали в 50 раз более успешными, чем в среднем на Wall Street [2].

В статье Н. Торнберри [3] сделана попытка систематизировать понятия, описывающие видение, начиная с простого определения «картина взгляда на будущее» и заканчивая выделением ключевых характеристик видения: оно должно быть ясным, запоминающимся, воодушевляющим, выразительным, оно дает ясное описание, помогает сфокусировать усилия, запечатлется в уме, вовлекает художественную и эмоциональную компоненты и т.п.

Амел и Праалад считают, что разделяемое видение позволяет использовать эмоциональную и интеллектуальную энергию персонала организации. Хорошая командная работа нуждается в идентичности, но не только

команды, а всего целого «организма», которому команда принадлежит. Наконец, если эта идентичность передается внешнему миру, то организация укрепляет свое внешнее положение [4]. Работа Р. Сенге также посвящена проблеме разделяемого видения [5].

Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод о том, что видение как «картина взгляда на будущее», помогает определить нужное направление развития организации, подчеркивает ее самобытность, честолюбивые стремления и осознание своей особой компетентности, способствует сплоченности и коммуникации. Видение является идеологическим, концептуальным образом организации и может охватывать достаточно длительный период. Видение позволяет сформировать ценностные ориентиры (кредо) организации и разработать ее миссию.

Понятие «кредо» (beliefs) или «убеждения» отражает систему ценностей организации. По мнению Х. Виссема [6], кредо компании должно отражать ее социальные цели, нормы и ценности, т.е. своеобразный «этикет» взаимоотношений с разными категориями потребителей и с внешней средой, а также ее философскую концепцию.

Таким образом, видение отражает сущность целей организации (ее рациональную сторону), а кредо – сущность корпоративной культуры (интуитивную сторону).

Миссия (mission) организации представляет сочетание ее видения и кредо. Х. Виссема предлагает формулировать миссию, отвечая на следующие три вопроса [7]: 1) Кто мы? 2) Чего мы хотим достичь? 3) Какие нормы и ценности мы применяем в отношении друг с другом и внешним миром?

Первые два вопроса – это то, что подразумевается под видением будущего, последний аспект связан с убеждениями (кредо) организации.

Кэмбелл, Девайн и Янг, выполнившие обширное исследование о том, каким образом компании формируют свою миссию, выделяют четыре основных компонента [8]: цель компании, ее смысл; стратегия, конкурентоспособность и особая компетентность; ценности, во что компания верит; нормы и правила поведения, которые формируют базу для ее особой компетентности и системы ценностей. Два первых компонента также можно отнести к видению, а два последних – к убеждениям.

Еще раз акцентируем важность разделяемого видения, именно оно обеспечивает успешность преобразований путем соединения процесса культурного изменения со стратегическими и структурными изменениями в организации [9]. Х. Виссема иллюстрирует это фундаментальным треугольником, подчеркивая, что если организация хочет добиться успеха, то этот треугольник должен быть внутренне устойчивым и находиться в равновесии с внешней средой (рис. 2).

Подводя краткий итог вышеизложенному, отметим, что миссия как сочетание видения и кредо, дает субъектам внешней среды представление о направлении деятельности кредитной организации, о ее философии, нормах и социальных целях, что способствует созданию определенного имиджа КО. Кроме того, миссия способна стать внутренней движущей силой КО, консолидировать людей вокруг общего специфического дела и своего рода «предназначения».



Рис. 2 Миссия, видение и кредо – как ядро треугольника «стратегия–структура–культура» [6]

Синергетический резерв повышения качества стратегического планирования КО проявляется, как правило, через процесс формирования и управления человеческим капиталом в структуре имманентности ЭА.

При этом КО необходимо рассматривать как обучающуюся организацию, а ее человеческий капитал (ЧК) – в составе модели интеллектуально-го капитала (ИК) (рис. 3, 4).

Для обеспечения устойчивого развития КО применяют интегральные и дифференциальные оценки ИК. Первые базируются на расчете коэффициента Тобина (K_T):

$$K_T = \frac{Ц_{КО}}{Ц_{aКО}},$$

где $Ц_{КО}$ – рыночная цена КО; $Ц_{aКО}$ – цена замещения реальных активов КО.

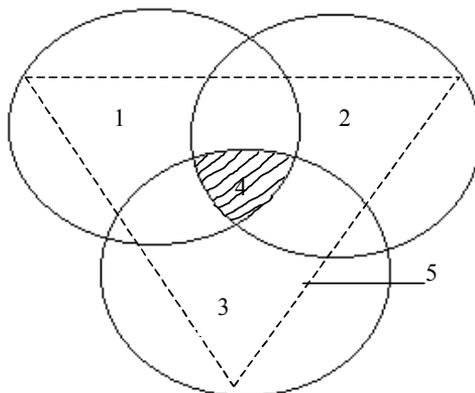


Рис. 3 Геометрическая модель интеллектуального капитала:

1 – человеческий капитал; 2 – организационный капитал; 3 – капитал клиента (потребительский капитал); 4 – добавленная стоимость; 5 – потоки знаний [10]

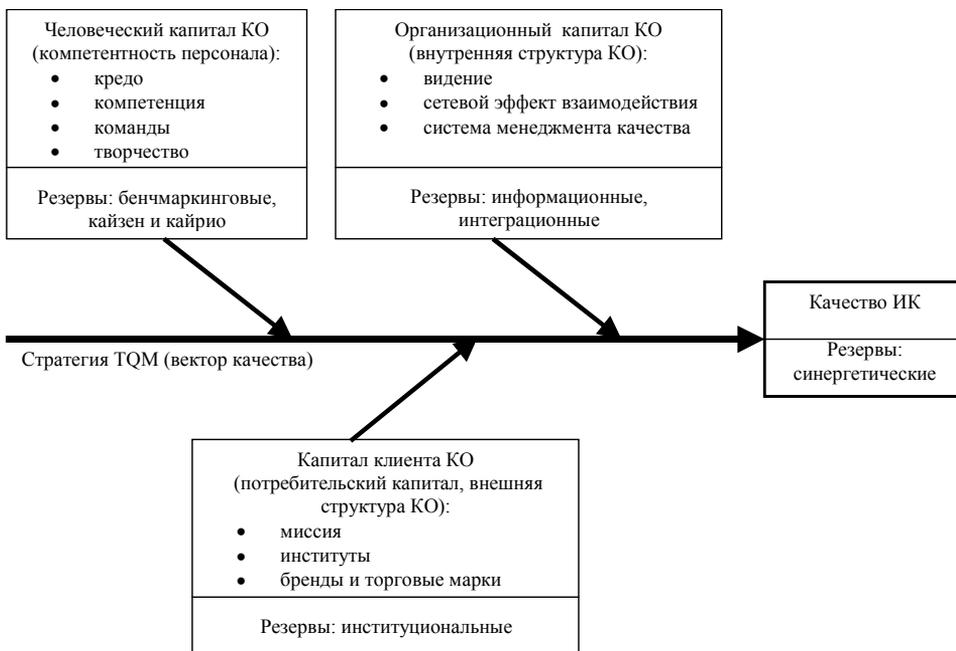


Рис. 4 Системное взаимодействие компонентов интеллектуального капитала

Качество КО оценивается высоко, если $K_T \rightarrow \max$.

Дифференциальные оценки ИК предполагают тестовые методы по общим (табл. 3) и частным направлениям ЭА (табл. 4, 5) [12, с. 330 – 355].

Оценка стратегических результатов по увеличению качества ИК в кредитной организации на каждом этапе ее развития целесообразно оценивать с помощью тестового метода (табл. 6) [12, с. 355].

Направления ЭА интеллектуального капитал КО трансформируются в систему счетов рис. 5.

Сопоставление методов и моделей управления интеллектуальным капиталом КО выявило некоторые общие элементы, на их основе возникли проекты счетов ИК, где он был разбит на четыре показателя («человеческие ресурсы», «клиенты», «технология», «бизнес-процессы») и применялись три различные формы оценки («статистическая информация», «ключевые цифры внутри организации», «достигнутые цели»). Статистическая информация дает представление о количестве или «качестве» различных типов ИК. В столбце «ключевые цифры внутри организации» содержится оценка действий менеджмента по созданию, поддержанию и ликвидации изжившего себя ИК. «Достигнутые цели» связывают происходящее в КО с результатами взаимодействия с работниками, поставщиками, клиентами и другими заинтересованными группами (табл. 7) [12, с. 359 – 361].

Развитие ЭА финансовой устойчивости КО происходит не в рамках поступательного развития теории и практики ЭА, а на основе рефлексирования, т.е. прогресс ЭА существенен в смысле отражения качества состояния функционирования КО и поиска путей развития или в смысле восхождения знаний (качество интеллектуального капитала), причем механизм развития также рефлексивен.

Таблица 3

Тестовая оценка интеллектуального капитала (нематериальные активы)

Показатели оценки	Нематериальные активы			Материальные активы
	Человеческий капитал	Организационный капитал	Капитал клиента	Финансовый капитал
Рост обновления	Средний уровень профессиональной квалификации в годах. Клиенты, повышающие компетенцию. Рост профессиональной квалификации. Эксперты с высшим образованием	Клиенты, способствующие росту организации. Доходы от новых услуг	Рост дохода. Клиенты, повышающие престиж организации	Рост капитала. Отношение чистых инвестиций
Эффективность	Добавленная стоимость одного эксперта. Добавленная стоимость на одного работника	Продвижение административного персонала. Величина дохода, приходящегося на административный персонал	Доход с одного клиента	Маржа на доход. Чистый доход на собственный капитал. Прибыль / добавленная стоимость
Стабильность	Текучесть экспертов. Стаж работы экспертов, в годах. Средний возраст всех работников, в годах	Текучесть административного персонала. Стаж работы административного персонала, в годах. Стаж работы административного персонала, в годах. Доля новых работников	Новые заказы. Пять крупнейших клиентов	Ликвидные резервы. Неликвидные резервы

Метрическая система качества ИК

Принципы	Тактика	Описание
Метрика многомерна	Оценка целей и результатов	Показатели разного уровня, служащие для установления целей и измерения результатов
	Индикаторы	Показатели, предсказывающие результат, позволяют корректировать и стандартизировать деятельность организации; они могут участвовать в процессе или влиять на него
	Тренды	Отображение показателей, демонстрирующих изменения во времени
	Векторы и скорость	Показатели, отражающие, в каком направлении находится цель, и скорость движения к ней
Набор показателей легко запоминать	Небольшое число показателей	Основной принцип измерения – «измерять по минимуму»
	Легко использовать	Метрика должна быть связана с деятельностью организации на интуитивном уровне
	Легкость интерпретации	Расчет показателей должен быть понятен каждому
Процесс развития метрических показателей создает стоимость	Внутренняя среда организации	Ключевые работники, собственники капитала и другие заинтересованные лица внутри организации должны участвовать в процессе управления, метрические показатели нужно использовать для принятия решений
	Внешнее окружение	Задействовать в процессе развития метрических показателей представителей всех заинтересованных групп вне организации (поставщики, акционеры и др.)

Таблица 5

Частные направления экономического анализа ИК

Типы капитала	Показатель	Служит для определения ...
Человеческий капитал	Процент служащих с высшим образованием или средний уровень образования работников	Интеллектуального потенциала организации
	Текущая квалификация кадров	Стабильности баз знаний
	Средний стаж (число лет работы на занимаемой должности в организации)	«Глубины» базы знаний
	Процент дохода от клиентов, повышающих компетентность служащих (от обслуживания клиентов, требующих от персонала развития профессиональной квалификации)	Степени, в которой клиенты вынуждают организацию осуществлять инновации, создавать новые или расширять существующие знания
	Удовлетворение служащих (определяется с помощью анкетирования)	Привязанности служащих к организации
	Расходы на тренинги и обучение на одного работника	Инвестиций в формальную передачу существующих знаний
	Добавленная стоимость на одного работника	Результатов, хотя бы частично вызванных применением знаний
Капитал клиента	Процент служащих, которые большую часть времени проводят с клиентами	«Глубины» и «широты» связей с клиентами
	Процент повторных заказов	Стабильности взаимоотношений с клиентами
	Процент заказов от крупнейших клиентов	«Глубины» взаимоотношений с клиентами
	Процентное изменение дохода в расчете на одного клиента	«Глубины» и/или «широты» взаимоотношений с клиентами в зависимости от стратегических целей
	Процент дохода от клиентов, повышающих престиж организации (тех, кто заставляет организацию работать над своим имиджем)	Взаимоотношений и возможностей их использования для привлечения новых клиентов

Капитал клиента	Процент совместных мероприятий, проводимых с клиентами	Потока знаний и объема стоимости, созданной из взаимодействия клиентов
	Удовлетворение клиентов	Стабильности взаимоотношений с клиентами
Капитал организации	Процент доходов, инвестируемых в систему управления знаниями (или в информационные технологии, относящиеся к управлению знаниями)	Сосредоточения организации на создании, сохранении и маркетинге существующих явных знаний
	Процент продаж продуктов, не достигших возраста «х» (возраст «х» определяется как стандартный период, на протяжении которого продукт в организации считается «новым»)	Инноваций, реализации процессов создания и использования знаний
	Процент доходов от клиентов, способствующих росту организации (клиентов, работа с которыми требует дополнительных инвестиций)	Успешности создания знаний, поскольку клиенты вынуждают организацию создавать новые процессы и/или продукты, которые в дальнейшем можно использовать
	Доля новых служащих (под «новым» подразумевается служащий, проработавший в организации срок, меньший, чем необходим для того, чтобы работник стал приносить компании прибыль)	«Глубины» базы знаний
	Средний период, на протяжении которого развитие нового продукта является эффективным	Инноваций, участия в совместном использовании знаний
	Среднее время реакции на запрос клиента	Возможностей сбора и использования знаний
	Процент продаж, приходящихся на запатентованные продукты	Способности создавать новые знания и включать их в бизнес-процессы
	Вклад в базу знаний на одного служащего (за год)	Успешности создания базы знаний
	Коэффициенты использования базы знаний	Потенциала для повышения доходности базы знаний

Таблица 6

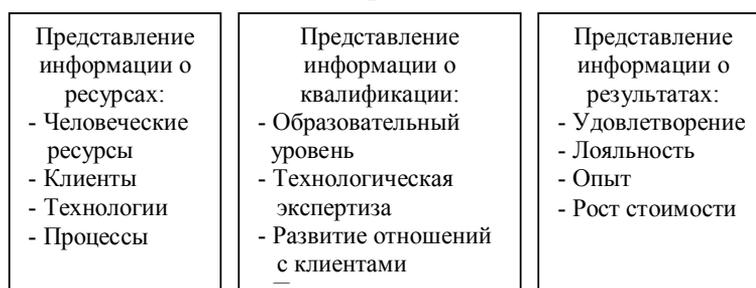
Тестовая анкета приоритета решения проблем ИК

Оцените свою организацию с позиции двух указанных факторов	Общая оценка организации	Шкала оценки
Насколько данная проблема важна для вашей организации?	Важная	0 – не важна, 1 – важна, но не слишком, 2 – достаточно важна, 3 – очень важна, 4 – крайне важна
Способна ли ваша организация решить данную проблему?	Способна	0 – не способна, 1 – способна, но есть сомнения, 2 – отчасти способна, 3 – почти наверняка способна, 4 – наверняка способна
Приоритет решения проблемы	Важность × Способность = Приоритет решения проблемы	

Содержание



Измерители



Сценарий

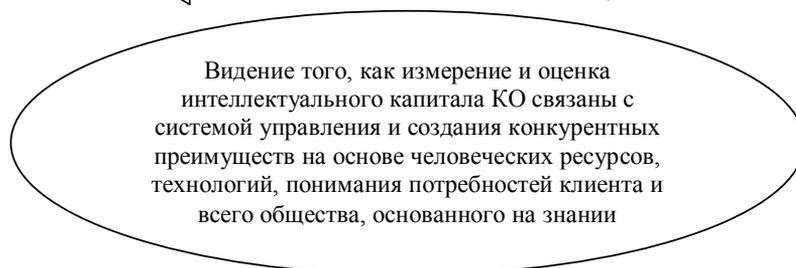


Рис. 5 Концепция счетов интеллектуального капитала [11]

Примеры показателей, используемых для оценки ИК [10]

Измерения	Есть в наличии: статистическая информация	Что сделано: ключевые цифры внутри организации	Что происходит: достигнутые цели
Человеческие ресурсы	Размер и состав штата работников	Влияние политики в области управления человеческими ресурсами	Результаты управления человеческими ресурсами
	Стаж работы Уровень образования Затраты на обучение	Процент работников, планирующих дальнейший карьерный рост Число дней, затраченных на обучение одним работником Издержки на обучение одного работника	Удовлетворение работника Текущая текучесть кадров Добавленная стоимость на одного работника
Клиенты	Размер и состав клиентской базы	Влияние взаимоотношений между организацией и клиентами	Результаты управления связями с клиентами
	Распределение оборота по рынкам и процентам Расходы на маркетинг	Число клиентов на одного работника Маркетинговые расходы как процент от продаж Административные расходы как процент от продаж	Удовлетворение клиента Процент продаж от повторных покупок Процент постоянных клиентов
Технология	Описание возможностей ИТ	Влияние инфраструктуры ИТ	Результаты использования ИТ
	Расходы на ИТ Число внешних и внутренних пользователей ИТ	Число компьютеров, приходящихся на одного работника Расходы на ИТ, приходящиеся на одного работника	Компьютерная грамотность
Бизнес процессы	Описание инвестиционных вложений в процесс	Продуктивность процесса	Результаты управления процессом
	Издержки на процесс Человеческие ресурсы, задействованные в процессе Инвестиции в исследования, развитие и инфраструктуру	Продолжительность процесса Цикл развития нового продукта Срок жизни нового продукта или бизнес на рынке	Процент ошибок Качество продукции Репутация организации

Развитие современного ЭА не должно отвлекаться на анализ и практику экономической науки, а должно быть динамичным, расширяющимся, впитывающим те теоретические положения и решения экономической науки, которые проверены практикой и осуществлены для решения возникающих задач.

При данном подходе исследования ЭА погружается в трансцендентную область. Однако это становится не только способом, с помощью которого формируется новое знание в условиях неопределенности [11], но и выявляется имманентная, внутренняя сущность ЭА, происходящего из его природы через системное взаимодействие резервов и механизмов повышения качества ФУ КО и соответствующих видов ЭА ее компонент.

Список литературы

- 1 Могилевский, В.Д. Методология систем / В.Д. Могилевский. – М.: Экономика, 1999. – 251 с.
- 2 Collins J., Porras J. Organizational vision and visionary organization, reseach paper 1159, Graduate School of Business, Stanford University. «The vision thing». // The Economist. – 1991. – 9 November. – P. 75.
- 3 Thornberry N.A View About «Vision» // Managment Journal. – 1997, February. – Vol. 15. – No. 01. – Pp. 28 – 34.
- 4 Hamel G., Prahalad C.K. Competing for the future. – Boston, 1999.
- 5 Senge P. The fifth discipline fieldbook. – London, 1999. – P. 594.
- 6 Виссема, Х. Менеджмент в подразделениях фирмы / Х. Виссема. – М., 1996.
- 7 Виссема, Х. Стратегический менеджмент и предпринимательство: возможности для будущего процветания : пер. с англ. / Х. Виссема. – М., 2000.
- 8 Campbell A., Devine M., Yong D. A sense of mission. The Economist Books. – Hutchinson Business Books, 1990.
- 9 Архипов, В. Анализ стратегии организационных изменений / В. Архипов, Г.Е. Володина // Проблемы и перспективы аудиторской деятельности на Западном Урале. Пермь, 1997. – С. 128-141.
- 10 Совет по развитию торговли и промышленности Дании (The Danish Trade and Industry Development Council), Intellectual Capital Accounts: Reporting and Managing Intellectual Capital. Доклад, апрель 1997. Профессор Ян Моритсен (Jan Mouritsen), Школа бизнеса, Копенгаген.
- 11 Dou S. Macroeconomic Thought: A Methodological appwach. Oxford, 1985.
- 12 Букович У., Уильямс Р. Управление знаниями: руководство к действию. – М.: ИНФРА-М, 2002.

**Principles of Formation of Economic Analysis
of Financial Stability of Loan Offices**

E.B. Gerasimova

Financial Academy of Government RF, Moscow

Key words and phrases: loan office activity; dynamic economic system; stable development; financial stability.

Abstract: Loan office is studied as dynamic economic system. Behavioral approach to the analysis of functional properties of loan office is considered.

© Е.Б. Герасимова, 2006