

АНАЛИЗ И САМООЦЕНКА УСТОЙЧИВОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Е. Б. Герасимова

*ФГБОУ ВО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации», г. Москва, Россия*

Рецензент д-р экон. наук, профессор Е. С. Мищенко

Ключевые слова: аналитические процедуры; маркетинговая устойчивость; самооценка; социальная устойчивость; устойчивость деятельности организации; финансовая устойчивость.

Аннотация: Представлены недостаточно разработанные вопросы, охватывающие подходы к выделению компонентов устойчивости деятельности организации и методы ее анализа и оценки. Изучены причины неравномерного развития методологии экономического анализа компонентов устойчивости деятельности организации. Предложена система факторов и показателей анализа и оценки устойчивости деятельности организации, раскрывающая отдельные компоненты устойчивости, включая маркетинговую, финансовую и социальную устойчивость. В предложенной системе факторов и показателей органически увязаны финансовые и нефинансовые параметры деятельности организации. Применены методы экспертной и балльной оценок в целях анализа и самооценки нефинансовых (качественных) показателей устойчивости деятельности. Предложена методика самооценки качества услуг и удовлетворенности клиентов качеством обслуживания.

Проблемы управления устойчивостью деятельности организации являются одними из важнейших для менеджмента разных сфер бизнеса. Исторически развитие аналитической науки по направлению анализа и оценки устойчивости организации происходило в основном по направлению исследования финансовой устойчивости. Между тем другие компоненты общей устойчивости деятельности организации требуют тщательного изучения, анализа и оценки, а также уточнения и раскрытия инструментария анализа и оценки, в том числе самооценки, устойчивости деятельности.

Герасимова Елена Борисовна – доктор экономических наук, профессор кафедры «Департамент учета, анализа и аудита», e-mail: egerasimova@fa.ru, ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва, Россия.

Финансовая устойчивость – основная составляющая общей устойчивости организации, поскольку одновременно удовлетворяет интересы разных пользователей информации о результатах деятельности организации (стейкхолдеров). Несмотря на отличие требований отдельных групп стейкхолдеров к информации, характеризующей деятельность организации, финансовая составляющая интересует их всех, без исключения. Учитывается также результирующий характер показателей финансовой устойчивости по отношению к показателям других компонентов устойчивости деятельности организации.

Информационная база для проведения анализа и оценки финансовой устойчивости организации наиболее доступна. Среди разных источников информации о деятельности организации финансовая информация занимает особое место. В целях анализа и оценки финансовой устойчивости чаще всего используют информацию финансовой отчетности, которая согласно российскому законодательству является открытой [1, 2]. Доступность – не единственное преимущество информации финансовой отчетности. Несомненное достоинство – единая методология бухгалтерского учета и отчетности, применяемая всеми экономическими субъектами. При наличии некоторых методических проблем, связанных с регулярным пересмотром методики составления и форм представления финансовой отчетности, в целом именно данная информация отвечает требованиям достоверности, полезности, полноты, существенности, последовательности и преемственности применения правил учета, объективности, релевантности и нейтральности. Риск принятия решения при использовании информации финансовой отчетности достаточно низкий.

Методика анализа и оценки финансовой устойчивости организации подробно раскрыта в работах отечественных и зарубежных исследователей, хорошо адаптируется к информационной базе и требованиям стейкхолдеров. Знания об анализе финансовой устойчивости отвечают всем требованиям, выдвигаемым управлением знаниями [3]: они объективно существуют, доступны широкому кругу заинтересованных сторон, представляют собой информационный продукт.

Высокое качество анализа финансовой устойчивости организации привело к концентрации научно-методических и практических исследований вопросов финансовой стабильности и инвестиционной деятельности организаций. Другим составляющим общей устойчивости уделяется недостаточно внимания. Причины зеркальны причинам изучения финансовой устойчивости:

- отсутствует единый подход к классификации составляющих общей устойчивости организации;
- информация о бизнес-процессах и результатах деятельности организации является информацией, составляющей коммерческую тайну [3];
- методики анализа устойчивости организации характеризуются субъективностью и невозпроизводимостью в отсутствии доступа к информационной базе. В систему показателей анализа общей устойчивости авторы методик включают преимущественно показатели финансовой устойчивости [4 – 7] (как для характеристики финансовой устойчивости, так

и для характеристики других составляющих, например, маркетинговой устойчивости), что не способствует развитию методологии анализа и оценки устойчивости деятельности организации. Сложилась структура основных компонентов устойчивости деятельности организации, состоящая из ряда характеристик, раскрывающих отдельные направления деятельности организации. К основным составляющим устойчивости деятельности следует отнести: управленческую, производственную, маркетинговую, инвестиционную, финансовую, социальную.

Факторы, определяющие устойчивость деятельности организации, представим в виде пирамиды (рис. 1), на верхнем уровне которой расположены функциональные (результатирующие) показатели, характеризующие устойчивость деятельности объекта анализа, на следующих уровнях факторы с 1-го по n -й (число уровней определено по результатам решения задачи декомпозиции обобщающих (функциональных) показателей); в основании пирамиды находятся так называемые движущие факторы процессов. Устойчивость деятельности организации формируется под влиянием комплекса внешних и внутренних факторов, взаимосвязь и взаимодействие которых меняются с течением времени, могут быть определены в целях анализа и управления в конкретный момент времени. Также осуществляется прогнозирование изменения состояния устойчивости в системе координат факторов, воздействие которых на устойчивость деятельности ожидаемо усиливается или ослабевает.

Как правило, оценку устойчивости деятельности организации осуществляют посредством анализа аттрактора – неподвижной устойчивой точки системы (области устойчивости) [8, 9]. Аттрактор чрезвычайно привлекателен в качестве предмета анализа, поскольку он описывает такое состояние



Рис. 1. Пирамида показателей устойчивости деятельности организации

функционирования, к которому возвращается система (организация) по результатам затухания дестабилизирующих эволюционных переходных процессов. Во многом аттрактор организации определяется институциональной оболочкой – для социально-ориентированных системообразующих организаций государство и международные органы регулирования и контроля формируют необходимые условия функционирования, нарушение которых может привести к прекращению деятельности. Таким образом, задается такой набор характеристик конкретного состояния системы, к которому она должна возвращаться при внешних случайных или целенаправленных воздействиях.

Например, состояние функционирования банка как динамической системы обусловлено не только потребностями собственников, менеджеров и клиентов, но и требованиями одного из ключевых стейкхолдеров – Банка России, которые направлены на погашение негативных внутренних и внешних воздействий на устойчивость банковской системы в целом и отдельно взятых банков, в частности. Необходимость контроля параметров устойчивости создает условия для формирования аттрактора как идеального состояния системы, к которому она должна стремиться в своей эволюции, для банка – абсолютная устойчивость организации при выполнении собственных функций. Для другой социально-ориентированной системообразующей организации будет характерен иной набор структур (аттракторов), который задается собственными функциями среды функционирования.

У лиц, принимающих решения в организациях, не подвергающихся всестороннему государственному и общественному регулированию, но составляющих подавляющее большинство экономических агентов в национальной экономике, прослеживаются две основные стратегии управления устойчивостью.

Первая стратегия заключается в добровольном ограничении параметров функционирования организации в целях обеспечения ее возврата в устойчивое состояние. Формирование аттрактора как целевого состояния устойчивости деятельности, как правило, достигается посредством функций планирования и контроля. Со временем такая стратегия приводит к потере эффективности, поскольку ограниченными оказываются как негативные, так и позитивные воздействия, кроме того не учитывается долгосрочный положительный эффект негативно оцениваемого в краткосрочном периоде воздействия.

Вторая стратегия (более распространенная, поскольку не требует онлайн моделирования деятельности организации) заключается в управлении исключительно текущими проблемами бизнеса, которые в предложенной классификации факторов относятся к движущим факторам устойчивости, тогда как динамика состояния устойчивости определяется собственными характеристиками организации (экономической системы), по сути, отдается на откуп процессам самоорганизации. Самоорганизация обеспечивает возврат к старому или установлению нового состояния устойчивости по результатам преодоления внешних и внутренних возмущений и дальнейшего упорядочения структуры системы. Стихийность формирования аттрактора эффективна как долгосрочная стратегия развития, тогда

как в краткосрочном периоде она может приводить к дестабилизации деятельности. Дестабилизирующие факторы устойчивости деятельности организации оказывают влияние на значение и динамику показателей устойчивости.

Рассмотрим взаимосвязь факторов и показателей устойчивости на примере отдельных компонентов устойчивости деятельности организации (табл. 1). К отдельным компонентам устойчивости применяют разные по характеру методы анализа и оценки, достоверность которых также различается.

Таблица 1

**Система факторов и показателей устойчивости
деятельности организации**

Компонент	Факторы	Показатели
Маркетинговая	Изменение емкости рынка; колебание спроса; активность фондового рынка; колебания валютного рынка; монополизм на рынке	Доля рынка организации и ее динамика; уровень цен на продукцию, их динамика и волатильность; объем продаж и выручка, их динамика; оборачиваемость готовой продукции; уровень удовлетворенности клиентов качеством обслуживания; уровень известности и имидж
Финансовая	Отсутствие финансовой стратегии, ее низкая эффективность; низкое качество активов; высокая долговая нагрузка; несбалансированность доходов и расходов; несбалансированность денежных потоков	Коэффициент автономии; коэффициент финансового рычага; чистый денежный поток от текущей деятельности; быстрая ликвидность; оборачиваемость оборотных активов по видам; соотношение дебиторской и кредиторской задолженности; структура и стоимость заемного капитала; структура и динамика выручки от продаж; уровень затрат (по элементам и статьям затрат)
Социальная	Политическая нестабильность; демографические тенденции; стихийные бедствия; ухудшение криминогенной ситуации	Укомплектованность штатного расписания; удельный вес основных производственных рабочих в общей численности работающих; коэффициент использования фонда рабочего времени; удельный вес работников, стаж которых равен или превышает три года, в общей численности; удельный вес работников возраста до 55 лет; коэффициент охвата персонала курсами повышения квалификации; уровень удовлетворенности работников

Например, количественные методы исследования маркетинговой устойчивости достаточно хорошо изучены и широко применяются [10]. В то же время оценку и измерение качества сервиса осуществляют с двух позиций (групп стейкхолдеров) – менеджмента организации и потребителя услуги. Если в первой ситуации преобладают количественные методы, то для анализа качества услуги с точки зрения потребителя применяют разные методы: измерения качества услуг (SERVQUAL – “service quality” (качество услуг), SERVPERF) [11] и измерения удовлетворенности и лояльности потребителя (Critical Incidents Technique (CIT)), наблюдение, интервью, метод фокус-групп [12 – 14].

Перечисленные методы, как и другие, используемые в анализе отдельных факторов устойчивости деятельности организации, не входят в традиционную систему методов экономического анализа, что приводит к ограниченному применению экономического анализа для решения управленческих задач, а также несоблюдению принципа комплексности, поскольку отдельные стороны деятельности организации оказываются неохваченными комплексной методикой анализа финансово-хозяйственной деятельности. Таким образом, существует объективная необходимость расширения инструментария экономического анализа за счет методов, позволяющих изучать качество нематериальных объектов анализа, таких как услуги, менеджмент, человеческий капитал, качество жизни и проч.

Представим анализ качества услуг по методу SERVQUAL. Методика адаптирована для анализа качества банковских услуг, который строится на основе проведения экспертной оценки по выбранным характеристикам качества, раскрывающей факторы влияния (рис. 2).

Показатели качества финансовых услуг

Надежность услуги	Оказание услуг точно вовремя
	Готовность помогать клиенту в решении проблем
	Надежная репутация банка
	Аккуратное оказание услуг
	Отсутствие ошибок и неточностей в операциях банка
Качество материальных элементов	уровень технической оснащённости
	состояние интерьеров
	наружность персонала
Своевременность и полнота оказания услуги	внешний вид информационных материалов
	Дисциплинированность персонала
	Быстрая и оперативная работа персонала
	Помощь клиентам по стороны персонала в решении проблем клиентов
Безопасность банковской услуги	Быстрая реакция персонала на просьбы клиентов
	Атмосфера доверия и взаимопонимания между клиентами и персоналом
	Ощущение безопасности отношений с банком
	Вежливость персонала в отношениях с клиентами
Социально- психологическая характеристика качества услуги	Поддержка персонала со стороны руководства для эффективного обслуживания клиентов
	Индивидуальный подход
	Проявление личного участия персонала в решении проблем клиентов
	Понимание персоналом потребностей клиентов
	Установка персонала на решение проблем клиентов
	Удобство часов работы для всех клиентов

Рис. 2. Система показателей анализа качества финансовых услуг

Методика анализа качества финансовых услуг показана на рис. 3. Эффективность анализа качества услуг по предложенному алгоритму определяется частотой и последовательностью проведения анализа. Минимальное число оценок – две: для определения ожиданий потребителей при вводе новой услуги и оценки восприятия качества услуги.

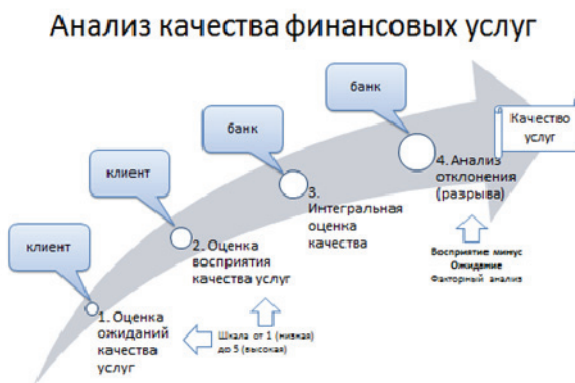


Рис. 3. Методика анализа качества финансовых услуг

В дальнейшем целесообразно постоянное (один раз в квартал) изучение разрывов между восприятием услуги, ожиданием от нее и фактическим качеством услуги, гарантированным менеджментом организации. Для аналитика важными являются отклонения в оценках, посредством изучения которых осуществляется поиск, выявление и разработка путей мобилизации резервов улучшения качества деятельности организации.

На основе проведенного исследования сделан вывод, что ключевыми условиями устойчивости деятельности организации являются: комплексный подход к выявлению, описанию, анализу и оценке факторов устойчивости; совершенствование практики применения аналитического инструментария анализа и оценки финансовых, нефинансовых и качественных показателей устойчивости.

Список литературы

1. Об акционерных обществах : федер. закон от 26 декабря 1995 г. № 208-ФЗ (ред. от 29.07.2017) [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. – Режим доступа: <http://sudact.ru/law/federalnyi-zakon-ot-26121995-n-208-fz-ob/> (дата обращения: 20.10.2017).
2. О бухгалтерском учете : федер. закон от 6 декабря 2011 № 402-ФЗ [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/70103036/> (дата обращения: 20.10.2017).
3. Гапоненко, А. Л. Управление знаниями / А. Л. Гапоненко, Т. М Орлова. – М. : ЭКСМО, 2008. – 400 с.
4. О коммерческой тайне : федер. закон от 29 июля 2004 № 98-ФЗ [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/12136454/> (дата обращения: 20.10.2017).
5. Грашин, С. А. Исследование составляющих понятийно-терминологического аппарата «экономической устойчивости» [Электронный ресурс] / С. А. Грашин // Шк. универ. науки: парадигма развития. – 2012. – № 3 (7). – С. 101 – 105. – Режим доступа: http://www.tolgas.ru/site/upload/shkola_3_7.pdf (дата обращения: 09.09.2017).
6. Сулейманова, Ю. М. Экономическая устойчивость предприятия: понятие и особенности [Электронный ресурс] / Ю. М. Сулейманова // Общество: политика, экономика, право. – 2012. – № 3. – С. 53 – 56. – Режим доступа: <http://dom->

hors.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/pep/2012-3/suleymanova.pdf (дата обращения: 09.09.2017).

7. Туктарова, Л. Р. Анализ подходов к определению понятия «экономическая устойчивость» [Электронный ресурс] / Л. Р. Туктарова // Вестн. Саратовского гос. социально-экономического ун-та. – 2009. – № 04. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/analiz-podhodov-k-opredeleniyu-ponyatiya-ekonomi-cheskayaustoychivost-predpriyatiya> (дата обращения: 10.09.2017).

8. Ануприенко, Д. Н. Об устойчивости предприятия как основной характеристике его эффективной деятельности [Электронный ресурс] / Д. Н. Ануприенко, Н. Ф. Бабенко, С. Г. Дудин // Политематический сетевой электронный науч. журн. Кубанского гос. аграрного ун-та. – 2013. – № 86. – Режим доступа: <http://ej.kubagro.ru/2013/02/pdf/46.pdf> (дата обращения: 10.08.2017).

9. Шильников, Л. П. Бифуркации и странные аттракторы / Л. П. Шильников // Вестн. Нижегородского ун-та им. Н. И. Лобачевского. – 2011. – № 4 (2). – С. 364 – 366.

10. Боронников, Д. А. Об аттракторах и концепции устойчивого развития России [Электронный ресурс] / Д. А. Боронников // Известия МГТУ «МАМИ». – 2013. – № 4 (18). – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/ob-attraktorah-i-kontseptsii-ustoychivogo-razvitiya-rossii> (дата обращения: 10.06.2017).

11. Parasuraman, A. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality / A. Parasuraman, L. Berry, V. Zeithaml // *Journal of Retailing*. – 1988. – Vol. 69. – P. 12 – 40.

12. Бейкер, М. Маркетинг / М. Бейкер. – СПб. : Питер, 2002. – 1200 с.

13. Gilmore, A. *Services Marketing and Management* / A. Gilmore. – London : Sage Publications, 2003. – 215 p.

14. Carson, D. *Qualitative Marketing Research* / D. Carson, C. Gronhaug, K. Perry. – London : Sage Publications, 2001. – 256 p.

References

1. <http://sudact.ru/law/federalnyi-zakon-ot-26121995-n-208-fz-ob/> (accessed: 20 October 2017). (In Russ.)

2. <http://base.garant.ru/70103036/> (accessed: 20 October 2017). (In Russ.)

3. Gaponenko A. L., Orlova T. M. *Upravlenie znaniyami* [Knowledge Management], Moscow: EKSMO, 2008, 400 p. (In Russ.)

4. <http://base.garant.ru/12136454/> (accessed: 20 October 2017).

5. http://www.tolgas.ru/site/upload/shkola_3_7.pdf (accessed: 09 September 2017).

6. http://domhors.ru/rus/files-/arhiv_zhurnala/pep/2012-3/suleymanova.pdf (accessed: 09 September 2017).

7. <http://cyberleninka.ru/article/n/analiz-podhodov-k-opredeleniyu-ponyatiya-ekonomi-cheskayaustoychivost-predpriyatiya> (accessed: 10 September 2017).

8. <http://ej.kubagro.ru/2013/02/pdf/46.pdf> (accessed: 10 August 2017).

9. Shil'nikov L.P. [Bifurcation and strange attractors], *Vestn. Nizhegorodskogo un-ta im. N. I. Lobachevskogo* [Vestn. Nizhny Novgorod University. N.I. Lobachevsky], 2011, no. 4 (2), pp. 364-366. (In Russ.)

10. <http://cyberleninka.ru/article/n/ob-attraktorah-i-kontseptsii-ustoychivogo-razvitiya-rossii> (accessed: 10 June 2017).

11. Parasuraman A., Berry L., Zeithaml V. SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality, *Journal of Retailing*, 1988, vol. 69, pp. 12-40.

12. Beiker M. *Marketing* [Marketing], Saint Petersburg: Piter, 2002, 1200 p. (In Russ.)
 13. Gilmore A. *Services Marketing and Management*, London, Sage Publications, 2003, 215 p.
 14. Carson D., Gronhaug C., Perry K. *Qualitative Marketing Research*, London, Sage Publications, 2001, 256 p.
-

The Analysis and Self-Assessment of the Organization's Sustainability

E. B. Gerasimova

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia

Keywords: analytical procedures; marketing sustainability; self-assessment; social sustainability; sustainability of the organization; financial stability.

Abstract: One of the key problems of management is creation and management of sustainable performance. Historically, the analysis and assessment of the organization's sustainability have been mainly focused on the study of financial stability. Meanwhile, other components of the overall organization's sustainability requires careful examination, analysis and evaluation. They require clarification and disclosure of analytical tools and evaluation techniques, including self-assessment of the sustainability of activities.

The article examines the insufficiently developed questions that cover strategic approaches to identification of sustainability components and methods of its analysis and evaluation. We studied the causes of uneven development of the methodology for sustainability components of the economic analysis. The system of factors and indicators for analysis and evaluation of the sustainability of the organization activity, revealing the separate components of sustainability, including marketing, financial and social sustainability has been proposed. In the system, different financial and non-financial parameters of the organization's performance are unified. The methods of expert evaluation and scoring are applied to analyze and self-evaluate non-financial (qualitative) indicators of sustainable activities. The technique of self-assessment of service quality and customer satisfaction has been developed.

On the basis of the study it is concluded that the common terms of sustainability of the organization's performance are an integrated approach to identification, description, analysis and assessment of sustainability factors, improvement of the use of analytical tools and evaluation of financial, non-financial and qualitative sustainability indicators.

© Е. Б. Герасимова, 2017