Вестник Евразийской науки / The Eurasian Scientific Journal https://esj.today

2020, №1, Том 12 / 2020, No 1, Vol 12 https://esj.today/issue-1-2020.html

URL статьи: https://esj.today/PDF/35ECVN120.pdf

Ссылка для цитирования этой статьи:
Зубарев И.С. Сравнительный подход в анализе финансовых и нефинансовых показателей деятельности предприятия // Вестник Евразийской науки, 2020 №1, https://esj.today/PDF/35ECVN120.pdf (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

For citation:
Zubarev I.S. (2020). Comparative approach in the analysis of financial and non-financial indicators of the enterprise. *The Eurasian Scientific Journal*, [online] 1(12). Available at: https://esj.today/PDF/35ECVN120.pdf (in Russian)

УДК 33

Зубарев Илья Сергеевич
ФГБОУ ВО «Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д.Н. Прянишникова», Пермь, Россия
Доцент кафедры «Бухгалтерского учета и финансов»
Кандидат экономических наук
E-mail: zubarevilya@mail.ru

Сравнительный подход в анализе финансовых и нефинансовых показателей деятельности предприятия

Аннотация. В статье автором представлен анализ различных приемов оценки платежеспособности хозяйствующего субъекта на основе данных, представленных финансовых и нефинансовых показателей. Исследования в области анализа производственных предприятий сегодня представлены такими примерами, в которых отражаются сложные финансовые и нефинансовые показатели, среди таких принято считать «опыт клиента», в рамках перехода государства и населения в целом на цифровые «рельсы» как производства, так и торговли, показатели, отвечающие за нефинансовую характеристику бизнеса становятся более чем актуальны и ставят под сомнение роль традиционных финансовых показателей, таких как выручка. Цель данной статьи – раскрыть развитие финансовых и нефинансовых методик, которые используются в оценке успеха и эффективности деятельности многих хозяйствующих субъектов. В повседневном анализе деятельности многих предприятий внимание уделяется финансовым показателям, несмотря на растущую осведомленность о нефинансовых, более сложных и нематериальных показателях, таких как «качество обслуживания клиентов» или «удовлетворенность клиентов». Это говорит об отсутствии исследований, направленных на нефинансовые цели в производстве и торговле, по сравнению с финансовыми показателями. Публичная нефинансовая отчетность является одним из важных источников данных, на основании которых на государственном уровне могут приниматься решения о степени достижения обозначенных стратегических целей. Практика публичной нефинансовой отчетности развивается в мире на протяжении более 20 лет. Публикация нефинансовых отчетов осуществляется большинством транснациональных и крупных национальных компаний, а также рядом государственных и муниципальных организаций в странах мира. Регулярные отчеты публикуют около 90 % компаний из списков FortuneGlobal 500 и S&P 500.

Ключевые слова: нефинансовые показатели; финансовые показатели; платежеспособность; устойчивость; выручка; рентабельность; цифровая экономика; производство

Введение (актуальность)

Любое решение руководства основывается на полученной информации, достоверной и проверенной. Важную роль в сборе, анализе и обобщении информации играет управленческий персонал, который получает информацию из внешней среды, путем систематизации и обобщения открытых источников, статистических данных, проведенных собственных наблюдений и исследований. Внутренняя информация получается при обработке первичных документов, обобщающих или группирующих информацию и формирующих необходимые отчеты. Анализируя и обобщая полученную информацию, руководители разных уровней определяют будущие варианты развития различных производственных ситуаций, прогнозируют тенденции и динамику, формулируют соответствующие тактические или стратегические шаги для развития бизнеса. Соответственно, необходимо не только знать сущность показателей, входящих в финансовые отчеты, но и логику их появления и влияние на показатели работы всего предприятия.

Для эффективного и результативного управления бизнесом используется концепция измерения эффективности [1]. Это делается с помощью количественных мер и индикации прогресса и действий.

В условиях глобализации экономики интерес большинства организаций не может быть удовлетворен только на основе данных, содержащихся в финансовой отчетности. В то же время, хозяйствующие субъекты заинтересованы информировать общественность о своих социальных инициативах, корпоративной ответственности и других достижениях, которые требуют специального формата публикаций с целью формирования высокого рейтинга, репутации и инвестиционной привлекательности [2]. В настоящее время различные группы пользователей заинтересованы в характеристиках экономической деятельности организаций, которые отражаются и характеризуются нефинансовыми показателями, сгруппированными по отдельным видам нефинансовых отчетов, а именно – по социальным, экологическим аспектам деятельности субъектов хозяйствования [3].

Ендовицкий Д.А., Никитина Л.М., Борзаков Д.В., говоря про финансовые показатели, отражающиеся в публикуемой отчетности, рассматривают финансовые, имеющие денежную основу. Например, «выручка» может быть просто разбита на «цену, умноженную на проданные товары», или «рост выручки» в процентах (относительный показатель) может быть переведен в фактические продажи (абсолютный показатель) [3].

Зентес Ж., Моршет Д., Храм-Клейн Ш. описывают нефинансовые показатели как абстрактные цели организации и включают нематериальные, немонетарные, неденежные и, во многих случаях, сложные цели, такие как «опыт клиента», «лояльность клиента» или «удовлетворение клиента». Их трудно измерить из-за их многомерного характера [4] и их невозможно полностью охватить имеющимися, общепринятыми текущими учетными мерами. Тем не менее, они также имеют отношение к оценке прогресса действий и формулированию необходимых целей для розничной торговли.

Итхер С.Д., Ларкер Д.Ф. считают, что нефинансовая отчетность и как следствие, показатели входящие в нее могут быть направлены на разные уровни управление и группы пользователей:

1. мегауровень: для неправительственные организации и мир сообщества;
2. макроуровень: для местных органов власти и государство;
3. мекоуровень: для потребителей, кредиторов и инвесторы, общественные организации, частные лица социальные группы общества;

4. микроуровень: для компании сотрудники, руководство, акционеры, бизнес партнеры, профсоюзы [5].

По мнению Сорокиной К.В., многие европейские организации, которые активно используют публичную нефинансовую отчетность как источник информации о влиянии организаций на окружающую среду и общество, считают, что, во-первых, нефинансовых критериев оценки деятельности намного больше, чем финансовых, которые в большинстве случаев регламентированы, стандартизированы и тесно связаны между собой. Во-вторых, связь нефинансовых показателей с конечными результатами деятельности компании может быть определена только на основе статистических данных, сбор которых может занять несколько месяцев или даже лет. В-третьих, нефинансовым критериям свойственна утрата по мере их использования своей репрезентативности. Иначе говоря, с течением времени объективно оценивать деятельность подразделения с помощью одного и того же нефинансового критерия становится все сложнее [6].

Баду Л.Е., Апиах К.О. считают, что дальнейшее различие может быть сделано между стратегическими и оперативными мерами. Если показатели используются только на уровне принятия решений высшим руководством, то они рассматриваются как стратегические индикаторы, примерами могут являться годовой рост выручки, доля рынка, численность сотрудников, изменение прибыльности между периодами времени. Стратегические индикаторы характеризуются абстрактностью и рассматриваются как независимые от отрасли [7], чтобы обеспечить подходящее сравнение эффективности для акционеров.

По мнению Ханафи М.М., операционные показатели можно рассматривать как меры для оценки повседневного процесса хозяйствования, таких как: управление запасами (точность запасов на складе, вместимость складов, торговых павильонов, полок с товаром), выполнение (время транспортировки, время выполнение заказа) или метрики магазина (прибыль, чистая прибыль контрагента), а также показатели, используемые в контексте электронной коммерции (коэффициенты конверсии, посещения веб-сайтов) [8].

Как показывает практика, и мнение Сетюавати Л., имеется тесная причинно-следственная связь между нефинансовыми и финансовыми индикаторами работы организаций. Нефинансовые факторы могут отражаться на уровне и объемах получаемых финансовых показателей [9]. Примером может являться сфера электронной коммерции. Так в своей работе характеризует Нели А., Грегори М. и Платц К., для примера берут фактор, отвечающий за длительность сроков доставки интернет-магазина, то есть не совсем довольный клиент может быть не удовлетворен этим, следовательно, объем его трат будет меньше и это негативно скажется на объеме продаж и, следовательно, низкой рентабельности деятельности организации и вложенных денежных средств [10].

Результаты

Опираясь на систематический, литературный подход, в статье исследованы факторы развития и формы финансовых и нефинансовых показателей в рамках современной практики организаций, проведен ретроспективный анализ, с целью показать переход от финансовых к нефинансовым показателям. По результатам различных исследований, а именно Итхер С.Д., Ларкер Д.Ф., выявлено увеличение с 2015 года роли рассмотрения нефинансовых показателей как немаловажного предмета интереса к исследованиям, утверждена ведущая и растущая роль нефинансовых мер, представленных главным образом «опытом клиентов», в преобразовании всех сфер общественной жизни [11].

Рассматривая причины, которые могут способствовать определению платежеспособности предприятий, можно отметить внешние и внутренние показатели.

35ECVN120
Издательство «Мир науки» \ Publishing company «World of science» http://izd-mn.com

Данные показатели часто используют при анализе финансовых коэффициентов, они представлены в работе Маркач В.С., Эйсмонт Ю.Г., Саврас С.А., прогнозируя тем самым банкротство организации на основе одномерного и многомерного подходов [12]. Считается, что показатели в категориях прибыльности, ликвидности и кредитного плеча являются важными показателями прогнозирования банкротства. Однако, помимо выше перечисленных моментов, встречаются и показатели, представленные в работе Шейкиной Т.С., которые отвечают и связаны со структурой управления, такие как состав структуры правления и совет директоров, связаны с банкротством фирмы. Среда, управление, возраст и размер организации являются важными факторами, определяющими банкротство. Однако, предсказать банкротство молодых организаций, только вошедших на рынок труднее, чем опытных и долго находящихся на рынке. Как правило молодые организации менее опытны и финансово слабые, поэтому при столкновении с финансовыми затруднениями банкротство с большей вероятностью произойдет неожиданно по сравнению со старшими и более крупными фирмами [13].

Так, к внешним причинам устойчивой неплатежеспособности предприятий могут быть отнесены: общая экономическая ситуация в стране, система налогообложения, общий дефицит денежных средств, низкий уровень платежеспособного спроса.

В составе внутренних причин следует назвать показатели, представленные в работе Яруллина Р.Р., Авсеенко К.И., а именно нерациональную политику управления активами, сбои в механизме движения денежных потоков, низкую конкурентоспособность продукции, дефицит собственных оборотных средств, отсутствие финансового планирования и прогнозирования [14].

К нефинансовым показателям, по мнению Шмидта Ф., так же можно отнести следующие:

- наличие устойчивого платежеспособного спроса на оказываемые услуги;
- наличие производственного потенциала предприятия, как совокупности материальных, трудовых, организационных ресурсов, которые характеризуют организацию как способную к ведению хозяйственной деятельности и получении прибыли;
- при необходимости наличие разрешений и лицензий на осуществление деятельности;
- реальное наличие или отсутствие кредиторской задолженности в исследуемый период [15].

Следует отметить, что для пользователей отчетности важно получить комплексное представление о деятельности организации, ее стратегии. Поэтому дополнение финансовой информации бухгалтерской отчетности нефинансовыми показателями лишь в некоторой степени повысит информационные возможности отчетных сведений. Тем не менее дополнительные сведения будут полезны для принятия деловых, управленческих решений.

Обсуждение

По результатам проведенного обзора финансовых и нефинансовых показателей сформулированы некоторые выводы. В частности, инструментарий нефинансовой оценки имеет свои определенные преимущества перед финансовыми показателями:

- Динамика нефинансовых (натуральных) показателей дает возможность диагностировать объемы воспроизводства продукции по отношению к каждой группе оборудования и, соответственно, в каждом центре затрат. Например, в сравнении с

паспортными мощностями оборудования можно произвести первичную оценку целесообразности начала производства продукции и сделать вывод о возможности достижения запланированных целевых показателей [16].

- Нефинансовые показатели позволяют выявить причину отклонений от норм в разрезе натуральных материальных и трудовых спецификаций, что в дальнейшем может оказать непосредственное влияние на формирование целевой себестоимости и, соответственно, финансового результата.

- Нефинансовые показатели напрямую измеряют результаты деятельности участников воспроизводства, позволяя осуществить натуральную оценку вклада каждого из них в совокупный объем производства без учета влияния финансовых факторов. Например, было бы ошибочным оценивать функциональные способности руководителей двух производственных подразделений по стоимостному объему производства при условии, что цена одного изделия существенно отличается от цены другого.

- Исходя из предыдущего преимущества, нефинансовые показатели дают более адекватную оценку результатов деятельности, по мнению Кантнера Х., структурных подразделений для целей мотивации участников бизнес-процессов [17].

ЛИТЕРАТУРА

1. Melnyk, S.A., Bititci, U., Platts, K., Tobias, J., Andersen, B.: Is performance measurement and management fit for the future? Manag. Account. Res. 25(2), 173–186 (2014).
2. Kranzbuhler, A.M., Kleijnen, M.H.P., Morgan, R.E., Teerling, M.: The multilevel nature of customer experience research: an integrative review and research agenda. Int. J. Manag. Rev. 20(2), 433–456 (2018).
3. Ендовицкий Д.А., Никитина Л.М., Борзаков Д.В. Оценка корпоративной социальной ответственности российских компаний на основе комплексного анализа нефинансовой отчетности // Экономический анализ: теория и практика. 2014. № 8. С. 2–10.
4. Zentes, J., Morschett, D., Schramm-Klein, H.: Strategic Retail Management – Text and International Cases, 3rd edn. Springer, Wiesbaden (2017).
5. Ittner, C.D., Larcker, D.F.: Coming up short on nonfinancial performance measurement. Harvard Bus. Rev. 81, 88–95 (2003).
6. Сорокина, К.В. Интегрированная отчетность – новая модель отчетности для бизнеса [Текст] / К.В. Сорокина // Корпоративная финансовая отчетность. 2015. № 7. С. 3–14.
7. Badu, L.E.A., & Apiah, K.O. (2017). Impact of Corporate Board Size on Firm Performance: Evidence from Ghana and Nigeria. Research in Business and Management, 4(2), 1–12. https://doi.org/10.5296/rbm.v4i2.11721.
8. Hanafi, M.M. (2017). Manajemen Keuangan. Edisi Kedua, Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
9. Setiyawati, L., Wahyudi, S., & Mawardi, W. (2017). The Influence of Dividend Policy, Debt Policy, Independent Commissioner, and Institutional Ownership on The Firm Value with Growth Opportunities as Moderator Variables (Study on Non-Financial

Companies Listed On IDX in The Period of Years of 2012–2015). Jurnal Bisnis Strategi, 26(2), 146–162. https://doi.org/10.14710/jbs.26.2.146-162.

10. Neely, A., Gregory, M., Platts, K.: Performance measurement system design – a literature review and research agenda. Int. J. Oper. Prod. Manag. 15(4), 80–116 (1995).
11. Ittner, C.D., Larcker, D.F.: Are nonfinancial measures leading indicators of financial performance? An analysis of customer satisfaction. J. Account. Res. 36 (1998).
12. Маркач В.С., Эйсмонт Ю.Г., Саврас С.А. Проблемы применения зарубежных методик для анализа и оценки экономических процессов (на примере модели оценки риска банкротства Ричарда Таффлера) // Фундаментальные научные исследования: теоретические и практические аспекты: сб. мат-лов междунар. науч.-практ. конф.: в 3-х томах. Кемерово, 2016. С. 332–335.
13. Шейкина Т.С. Диагностика финансового состояния предприятия с целью предупреждения банкротства // Труды вольного экономического общества. 2017. Т. 206. С. 262–276.
14. Яруллин Р.Р., Авсеенко К.И. Финансовые методы предупреждения банкротства предприятий // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики в условиях модернизации: сб. ст. по итогам Междунар. науч.-практ. конф. Омск, 2017. С. 4–11.
15. Schmid F. DiTech verschiebt Insolvenzanmeldung. Wien ORF.at, 2014. Available at: http://wien.orf.at/news/stories/2636218/ (accessed 06.02.2016).
16. Ahiawodzi K.A., Adade T.C. Access to Credit and Growth of Small and Medium Scale Enterprises in the Ho Municipality of Ghana // British Journal of Economics, Finance and Management Sciences. November. 2012. Vol. 6 (2). Pp. 34–51.
17. Kantner H. Insolvency Practitioner in Austria // Eurofenix. – 2007. – P. 26–27.

Zubarev Ilia Sergeevich
Perm state agro-technological university named after academician D.N. Pryanishnikov, Perm, Russia
E-mail: zubarevilya@mail.ru

Comparative approach in the analysis of financial and non-financial indicators of the enterprise

Abstract. In the article, the author presents an analysis of various methods for assessing the solvency of an economic entity based on data presented by financial and non-financial indicators. Research in the field of analysis of manufacturing enterprises today is presented by such examples, which reflect complex financial and non-financial indicators, among which it is considered "customer experience", in the framework of the transition of the state and the population as a whole to digital "tracks" of both production and trade, indicators those responsible for the non-financial characteristics of the business are more than relevant and question the role of traditional financial indicators, such as revenue. The purpose of this article is to disclose the development of financial and non-financial techniques that are used in assessing the success and effectiveness of many business entities. In the daily analysis of the activities of many enterprises, attention is paid to financial indicators, despite the growing awareness of non-financial, more complex and intangible indicators, such as "customer service quality" or "customer satisfaction". This indicates the absence of research aimed at non-financial goals in production and trade, compared with financial indicators. Public non-financial reporting is one of the important sources of data on the basis of which decisions can be made at the state level about the degree of achievement of the stated strategic goals. The practice of public non-financial reporting has been developing in the world for over 20 years. Non-financial reports are published by most multinational and large national companies, as well as by a number of state and municipal organizations in countries of the world. About 90 % of FortuneGlobal 500 and S&P 500 companies publish regular reports.

Keywords: non-financial indicators; financial indicators; solvency; stability; revenue; profitability; digital economy; production