

УДК 330.131.7:65.011

## МЕТОДИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ТЕКУЩЕГО АНАЛИЗА ЭКОНОМИЧЕСКИХ РИСКОВ ОРГАНИЗАЦИИ

*Е.А. Ковалев, аспирант*

*Научный руководитель: Е.Г. Толкачева, канд. экон. наук, доцент*  
Белорусский торгово-экономический университет  
потребительской кооперации, г. Гомель

В статье рассмотрена необходимость идентификации основных видов экономических рисков организации, предложен методический инструментарий их текущего анализа по данным бухгалтерской (финансовой) отчетности, а также разработаны критерии деления организаций в зависимости от уровня экономических рисков, что позволит обосновать тактику и стратегию развития организации при принятии управленческих решений в условиях неопределенности.

**Ключевые слова:** экономические риски, маркетинговые риски, имущественные риски, финансовые риски, неопределенность, анализ экономических рисков

В настоящее время все большее значение при проведении аналитических процедур приобретает скоринговый анализ, который наибольшее распространение получил в банковской деятельности. С его помощью в процессе оценки кредитоспособности организации дается заключение о возможности выдачи кредита. Данное обстоятельство связано с простотой его использования и с тем, что значения полученных показателей можно однозначно толковать только при их сопоставлении с их нормативными значениями, значениями других показателей, или со значениями аналогичных показателей других организаций. С помощью данного анализа выявляются изменения контрольных параметров исследуемых организаций, тенденции и закономерности их развития, причинно-следственные связи между ними. Кроме того, результаты скорингового анализа позволяют принимать управленческие решения, от принятия и реализации которых во многом зависит эффективность финансово-хозяйственной деятельности организации. На взгляд автора, отмеченные преимущества дают основания предполагать, что с таким же успехом скоринговый анализ может быть использован и при анализе экономических рисков организации.

Для оценки уровня рисков в экономической литературе организации чаще всего условно относят к организациям с низким, средним или высоким рисками. Кроме того, законодательством Республики Беларусь предусмотрено назначение плановых проверок исходя из того, к какой группе рисков относится субъект хозяйствования: высокой, средней или низкой группе рисков. Однако градация должна быть более детализированная, что позволит произвести более точную оценку уровня экономических рисков.

По мнению автора, при построении системы показателей анализа экономических рисков торговой организации необходимо руководствоваться следующими принципами:

1. По возможности использовать показатели, которые не взаимосвязаны друг с другом, что повысит степень объективности рассматриваемой системы.

2. Применять относительные показатели, что позволит абстрагироваться от масштабируемости деятельности организации и рассмотреть уровень экономических рисков с учетом ее развития.

3. Оптимизировать совокупность предлагаемых показателей до всесторонней характеристики основных видов экономических рисков, что приведет к повышению степени полноты и эффективности данной системы.

Отметим, что в самой системе необходимо обеспечить иерархическую упорядоченность показателей. Это необходимо для того, чтобы с помощью одних и тех же показателей провести не только анализ, но и последующую оценку экономических рисков торговой организации. Если для анализа экономических рисков можно допустить равнозначность используемых показателей, то для оценки экономических рисков необходимо определить их упорядоченную значимость. Данное требование обеспечивается тем, что каждому показателю в соответствии ставится весовой коэффициент: чем выше значение показателя в системе показателей, тем больше весовой коэффициент.

Для построения системы показателей анализа маркетинговых, имущественных и финансовых рисков, как основных видов экономических рисков организации, необходимо дать определение данным рискам. Так как отмеченные риски являются основными видами экономических рисков, то их определение должно соответствовать определению экономического риска. Отметим, что экономический риск – понимается объективно существующая вероятность наступления неблагоприятных обстоятельств в процессе осуществления финансово-хозяйственной деятельности организации, вызванная воздействием факторов внешней и внутренней среды [1, с. 51].

Следовательно, на взгляд автора, под маркетинговым риском следует понимать объективно существующую вероятность снижения объемов продаж и возникновения убытков в процессе реализации товаров, вызванную воздействием факторов внешней и внутренней среды. Система показателей анализа маркетинговых рисков будет состоять из следующих показателей:

– отношение выручка от реализации товаров и точки безубыточности, коэфф. ( $M_1$ );

– отношение прибыли от реализации товаров и валовой прибыли, коэфф. ( $M_2$ );

– отношение средних остатков дебиторской задолженности и однодневной выручке от реализации товаров, дни ( $M_3$ );

– отношение постоянных и переменных расходов, коэфф. ( $M_4$ );

– темп роста выручки от реализации товаров в сопоставимых ценах, коэфф. ( $M_5$ );

– отношение выручки от реализации товаров и себестоимости реализованных товаров, коэфф. ( $M_6$ ).

Под имущественным риском следует понимать объективно существующую вероятность снижения эффективности использования активов в процессе управления ими, вызванную воздействием факторов внешней и внутренней среды. Система показателей анализа имущественных рисков будет состоять из следующих показателей:

- отношение чистой прибыли и средних остатков активов, коэфф. (И<sub>1</sub>);
- отношение активной части основных средств и основных средств, коэфф. (И<sub>2</sub>);
- отношение выручки от реализации товаров и средних остатков основных средств, коэфф. (И<sub>3</sub>);
- отношение амортизации основных средств и основных средств, коэфф. (И<sub>4</sub>);
- отношение средних остатков товарных запасов и однодневной выручке от реализации товаров, дни (И<sub>5</sub>);
- отношение неработающих активов и активов, коэфф. (И<sub>6</sub>).

На взгляд автора, финансовый риск – объективно существующая вероятность снижения эффективности использования капитала в процессе его привлечения, размещения и использования, вызванная воздействием факторов внешней и внутренней среды. Система показателей анализа финансовых рисков будет состоять из следующих показателей:

- отношение краткосрочных активов и краткосрочных обязательств, коэфф. (Ф<sub>1</sub>);
- отношение нераспределенной прибыли и собственного капитала, коэфф. (Ф<sub>2</sub>);
- отношение обязательства и собственного капитала (Ф<sub>3</sub>);
- отношение основных средства и добавочного капитала (Ф<sub>4</sub>);
- отношение товарных запасов и кредиторской задолженности перед поставщиками (Ф<sub>5</sub>);
- отношение кредитов и займов и обязательств (Ф<sub>6</sub>).

Согласно значению представленных показателей исследуемую организацию можно условно отнести к организации с минимальным, низким, средним, высоким или чрезмерным экономическим риском. Примерная шкала оценки маркетинговых, имущественных и финансовых рисков для торговой организации представлена в таблице 1.

Согласно данным таблицы 1, показателю, значение которого относится к минимальным рискам, присваивается один балл, для низких рисков – два балла, для средних – три балла, для высоких – четыре балла, а для чрезмерных рисков – пять баллов. Интегральные показатели оценки каждого вида рисков определяются по средней простой арифметической по следующей формуле (1):

$$R = \frac{\sum_{i=1}^n a_i N_i}{n}, \quad (1)$$

где  $R$  – интегральные показатели оценки маркетингового, имущественного и финансового рисков;

Таблица 1

Примерная шкала оценки маркетинговых, имущественных и финансовых рисков торговой организации

Показатели	Экономические риски				
	Минимальные риски	Низкие риски	Средние риски	Высокие риски	Чрезмерные риски
<b>I. МАРКЕТИНГОВЫЕ РИСКИ</b>					
$M_1$	более 1,81	от 1,61 до 1,8	от 1,31 до 1,6	от 1,01 до 1,3	менее 1
$M_2$	более 0,16	от 0,11 до 0,15	от 0,06 до 0,1	от 0,01 до 0,05	менее 0
$M_3$	менее 8	от 8,1 до 10	от 10,1 до 12	от 12,1 до 14	более 14,1
$M_4$	менее 0,15	от 0,16 до 0,2	от 0,21 до 0,25	от 0,26 до 0,3	более 0,31
$M_5$	более 1,31	от 1,21 до 1,3	от 1,11 до 1,2	от 1,01 до 1,1	менее 1
<b>II. ИМУЩЕСТВЕННЫЕ РИСКИ</b>					
$M_6$	более 1,35	от 1,3 до 1,34	от 1,25 до 1,29	от 1,2 до 1,24	менее 1,19
$I_1$	более 0,076	от 0,051 до 0,075	от 0,026 до 0,05	от 0,001 до 0,025	менее 0
$I_2$	более 0,36	от 0,3 до 0,35	от 0,26 до 0,3	от 0,21 до 0,25	менее 0,2
$I_3$	более 11,1	от 9,1 до 11,0	от 7,1 до 9,0	от 5,1 до 7,0	менее 5
$I_4$	менее 0,3	от 0,31 до 0,4	от 0,41 до 0,5	от 0,51 до 0,6	более 0,61
$I_5$	менее 20	от 20,1 до 25	от 25,1 до 30	от 30,1 до 35	более 35,1
$I_6$	менее 0,05	от 0,051 до 0,1	от 0,101 до 0,15	от 0,151 до 0,2	более 0,201
<b>III. ФИНАНСОВЫЕ РИСКИ</b>					
$\Phi_1$	более 1,151	от 1,101 до 1,15	от 1,051 до 1,1	от 1,001 до 1,05	менее 1
$\Phi_2$	более 0,21	от 0,151 до 0,2	от 0,11 до 0,15	от 0,051 до 0,1	менее 0,05
$\Phi_3$	менее 0,75	от 0,76 до 0,9	от 0,9 до 1,05	от 1,06 до 1,2	более 1,21
$\Phi_4$	менее 1,05	от 1,051 до 1,075	от 1,076 до 1,1	от 1,101 до 1,25	более 1,251
$\Phi_5$	более 1,01	от 0,81 до 1	от 0,61 до 0,8	от 0,41 до 0,6	менее 0,4
$\Phi_6$	менее 0,05	от 0,051 до 0,07	от 0,071 до 0,09	от 0,091 до 1,1	более 1,101

$a$  – весовые коэффициенты к показателям оценки маркетингового, имущественного и финансового рисков;

$N$  – баллы по показателям оценки маркетингового, имущественного и финансового рисков;

$n$  – количество показателей оценки маркетингового, имущественного и финансового рисков.

При определении весовых коэффициентов целесообразно использовать экспертный способ, а именно метод приписывания баллов. Выбор данного метода обусловлен тем, что при его использовании разрешается приписывать одну и ту же величину из выбранной шкалы нескольким показателям. Экспертиза проводится группой ученых в составе 8 человек, которые являются квалифицированными специалистами в области риск-менеджмента. Каждый эксперт расставляет частные критерии важности рассматриваемых показателей от 1 до 10 следующим образом: чем важнее показатель, тем выше балл. В таблице 2 представим полученные весовые коэффициенты.

Таблица 2

Расчет весовых коэффициентов к показателям оценки основных видов экономических рисков торговой организации

Показатели	$M_1$	$M_2$	$M_3$	$M_4$	$M_5$	$M_6$
Весовые коэффициенты	0,164	0,182	0,156	0,154	0,182	0,162
Показатели	$I_1$	$I_2$	$I_3$	$I_4$	$I_5$	$I_6$
Весовые коэффициенты	0,179	0,161	0,161	0,166	0,179	0,154
Показатели	$\Phi_1$	$\Phi_2$	$\Phi_3$	$\Phi_4$	$\Phi_5$	$\Phi_6$
Весовые коэффициенты	0,181	0,164	0,182	0,156	0,156	0,161

Таким образом, формулу 1 для оценки маркетинговых, имущественных и финансовых рисков торговой организации с учетом весовых коэффициентов показателей можно представить в следующем виде:

$$R_M = \frac{0,164\hat{I}_1 + 0,182\hat{I}_2 + 0,156\hat{I}_3 + 0,154\hat{I}_4 + 0,182\hat{I}_5 + 0,162\hat{I}_6}{6}. \quad (2)$$

$$R_E = \frac{0,179\hat{E}_1 + 0,161\hat{E}_2 + 0,161\hat{E}_3 + 0,166\hat{E}_4 + 0,179\hat{E}_5 + 0,154\hat{E}_6}{6}. \quad (3)$$

$$R_O = \frac{0,181\hat{O}_1 + 0,164\hat{O}_2 + 0,182\hat{O}_3 + 0,156\hat{O}_4 + 0,156\hat{O}_5 + 0,161\hat{O}_6}{6}. \quad (4)$$

Значение интегральных показателей оценки маркетинговых, имущественных и финансовых рисков колеблется в интервале от 0,17 до 0,83. Следовательно, чем ниже интегральные показатели, тем ниже соответствующие виды экономические риски. Отметим, что для минимальных рисков значения

интегральных показателей находятся в интервале от 0,17 до 0,3, для низких – от 0,31 до 0,43, для средних – от 0,44 до 0,56, для высоких – от 0,57 до 0,69, для чрезмерных рисков – от 0,7 до 0,83.

Для интегральной оценки экономических рисков торговой организации полученную атрибутивную шкалу оценки по каждому виду экономических рисков целесообразно перевести в буквенную кодировку. В результате минимальным рискам будет соответствовать код А, низким – код Б, средним – код В, высоким – код Г и чрезмерным рискам – код Д. Исходя из буквенной кодировки уровень экономических рисков может принимать значения от  $\bar{A}\bar{A}\bar{A}$ ;  $\bar{A}\bar{A}\bar{A}$  . Удобство данного представления объясняется тем, что мы не только оцениваем уровень экономических рисков, но и видим наиболее проблемные направления экономической деятельности организации с точки зрения их рискованности.

Таким образом, использование скорингового анализа основных видов экономических рисков позволяет подготовить информационную базу для принятия управленческих решений в области маркетинговой, имущественной и финансовой политики организации с учетом риск-факторов.

Предлагаемая методика текущего анализа основных видов экономических рисков позволяет учесть влияние всех основных факторов, которые оказывают свое влияние на величину маркетинговых, имущественных и финансовых рисков. Она является достаточно простой и в то же время эффективной, так как сочетает в себе простоту аналитических и эффективность статистических способов. Отметим также, что данная методика была представлена для организаций торговли, однако при необходимости перечень показателей может быть расширен с учетом специфики деятельности организации отдельно взятой отрасли.

#### *Список литературы*

1. Ковалев Е.А. Экономический риск организации: понятие и основные подходы к определению // Потребительская кооперация. – 2014. – № 4. – С. 48 – 52.
2. Когденко В.Г. Методология и методика экономического анализа в системе управления коммерческой организацией: монография. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 543 с.
3. Толкачева Е.Г. Методические аспекты комплексной оценки рисков в торговле // Бухгалтерский учет и анализ. – 2010. – № 8. – С. 3-6.