

УДК 334

ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ СЕГМЕНТЫ КАК АНАЛИЗ РИСКОВ И ПОТЕРЬ ОРГАНИЗАЦИИ

Чикалова А.Е.¹

*Магистрант 1 курса направления подготовки 38.04.01 «Экономика»,
Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,
Москва, Россия*

Аннотация

Одной из составляющих финансового и управленческого учета группы взаимосвязанных организаций является анализ географических сегментов, обусловленных наличием схожих экономических характеристик и на осуществление деятельности которых оказывают влияние внешние и внутренние факторы. Присутствие различных социально-экономических, финансовых, геополитических и иных условий регулирующей среды непосредственно воздействует на эффективность деятельности отдельных организаций в составе единой группы. В силу имеющихся различий в структуре и характеристиках предоставляемой сегментами продукции, особенностях и факторах окружающей среды, особое внимание автор уделяет важности осуществления экономико-аналитического и финансового анализа каждого географического сегмента и их сравнение с помощью применения статистического инструментария, а также проведения более комплексного исследования агрегированных географических сегментов и консолидированной группы организаций в целом посредством использования экономико-математических методов, позволяющих идентифицировать факторы, оказывающие влияние на совокупные финансовые результаты компаний, и осуществлять прогнозирование показателей с целью выявления рисков и определения перспектив деятельности организации.

¹ Научный руководитель – Тарасова Ольга Николаевна, кандидат экономических наук, доцент Базовой кафедры финансового контроля, анализа и аудита Главного контрольного управления города Москвы Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова

Ключевые слова: сегменты, сегментный учет, сегментная отчетность, операционный сегмент, географический сегмент, анализ сегментов, сегменты консолидированной группы.

GEOGRAPHICAL SEGMENTS AS AN ANALYSIS OF THE ORGANIZATION'S RISKS AND LOSSES

Chikalova A.E.,

Master of the 1st year of the direction of training 38.04.01 "Economics",

Plekhanov Russian University of Economics,

Moscow, Russia

Annotation

One of the components of the financial and management accounting of a group of interconnected organizations is the analysis of geographical segments due to the presence of similar economic characteristics and the implementation of which is influenced by external and internal factors. The presence of various socio-economic, financial, geopolitical and other conditions of the regulatory environment directly affects the effectiveness of individual organizations. Due to the existing differences in characteristics of the products and environmental factors, the author pays special attention to the importance of carrying out an economic and financial analysis of each geographical segment and comparing them using statistical tools, as well as conducting a more comprehensive study of aggregated geographical segments through the use of economic-mathematical methods for identifying factors, having an impact on the financial results, and predicting indicators in order to identify risks and determine the prospects of the organization's activities.

Keywords: segments, segment accounting, segment reporting, operating segment, geographical segment, segment analysis, segments of the consolidated group.

Хозяйственная деятельность предприятия не только обуславливается особенностями организации внутренней структуры, правильностью и корректностью формирования и ведения внутреннего контроля и учета операций хозяйственной жизни. На финансовое состояние организации также большое воздействие оказывают внешние факторы, к которым можно отнести политико-правовые и социально-экономические факторы, факторы, связанные с изменениями в макроокружении предприятия, которое составляют контрагенты, покупатели и поставщики, кредитные и страховые организации, инвестиционные компании, статистические и иные контролирующие финансовые органы, а также особенности местоположения функционирования компании [1].

Эффективность деятельности предприятия, выражающаяся в показателях платежеспособности, ликвидности, финансовой устойчивости и стабильности, а также коэффициентах рентабельности, напрямую зависит и от географических условий, в которых осуществляется деятельность. Не только успешное функционирование предприятия в текущем периоде, но и возможности и перспективы дальнейшего развития компании, условия расширения ее деятельности, а также увеличения рынков реализации товаров и услуг и каналов поставки сырья и материалов, привлечения инвестиционных средств, создания дополнительных филиалов, дочерних организаций и применения различного рода финансовых льгот и освобождений в целях упрощения ведения финансовой и управленческой отчетности, возможно проанализировать на основании рассмотрения географических сегментов компании в разных регионах, с различными условиями ведения деятельности [1,3].

Данные условия функционирования предприятий различаются в зависимости от географических регионов по нормативным значениям показателей рентабельности, налоговой нагрузки, системам налогообложения и льготам для целей налогового учета, возможным рискам макроэкономического воздействия, исторически сформировавшейся экономической специализацией Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ ЭЛ № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

региона и современными потребительскими предпочтениями, в основе которого лежит и социально-демографическая обстановка в регионе. Приведенные критерии и показатели, как свойства того или иного географического региона, оказывают непосредственное влияние на особенности формирования и развития региональной экономической системы в широком масштабе, а также организацию и ведение учета и отчетности отдельно взятого предприятия в рамках отрасли или вида деятельности, в особенности [2,6].

Информацию о видах и типах товаров и услуг, которые реализовывает и оказывает часть предприятия, называют информацией по сегменту, в которую включают основные финансовые показатели деятельности организации (выручка от ведения основной деятельности и выручка от реализации продукции, оказания услуг или выполнения работ компаниям из других сегментов, проценты к получению по размещению свободных денежных средств и обязательные проценты к уплате по привлеченным кредитам и займам, величина налога на прибыль организаций и размер прочих доходов и расходов, а также объем амортизационных отчислений по основным средствам и нематериальным активам). [3,8,10,12]

В особенности, если речь идет об информации о продукции, производимой частью компании в региональном разрезе, по географическому признаку, то такая информация называется информацией по географическому сегменту, в которой важную роль играет местоположение подразделения компании. Данная основа выделения сегментов, как и другие, предполагает наличие сходного характера, способа и технологического процесса, способов и каналов реализации продукции в рамках сегмента, что свойственно операционным сегментам, однако, с учетом условий ведения экономической деятельности в регионе [3,5].

Оценка основных показателей финансовой отчетности по географическим сегментам с последующим анализом будущих доходов и расходов компании и формированием на основе него годового бюджета, инвестиционного и иных финансовых планов, а также прогнозирование совокупных финансовых

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ ЭЛ № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

результатов, затрудняется рассмотрением сводной агрегированной отчетности. Поэтому для целей бухгалтерского учета, учет по отдельным сегментам, в том числе географическим, которые согласно Положению по бухгалтерскому учету «Информация по сегментам» (ПБУ 12/2010) считаются отчетными [12], ведется с использованием обособленных форм финансовой отчетности.

Еще одним законодательным основанием, подтверждающим возможность ведения учета по географическим регионам, являются Международный стандарт финансовой отчетности 8 «Операционные сегменты». В нем, как и в отношении операционных сегментов, в качестве основных показателей, раскрываемых в отчетности по географическим субъектам, необходимо учитывать выручку, полученную от внешних покупателей и заказчиков, от реализации продукции на территории страны или региона, в которой зарегистрирована и действует организация, а также выручку, полученную от продажи товаров, работ и услуг на зарубежные рынки [10].

Таким образом, географический сегмент представляет собой отдельный сегмент деятельности компании, который занимается производством продукции, выполнением работ или оказанием услуг в особой географической среде, характеризующейся отличными от других географических сред социально-экономическими условиями ведения деятельности, которая, в свою очередь, предполагает получение доходов и несение расходов, а также появление рисков, обусловленных сформировавшимися особенностями экономической среды в географической области. Он может быть представлен отдельной страной, регионом внутри страны или же группой нескольких стран [2,3,5,8].

Каждый отдельно взятый географический сегмент предприятия обособляется от других в соответствии со следующими факторами: схожие экономические, социальные и политические условия среды, примерно идентичные валютные, кредитные, денежные и иные макроэкономические риски, особенности и правила регулирования налогового, валютного и таможенного контроля и другие. Несколько подразделений предприятия Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ ЭЛ № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

объединяются в один и тот же географический сегмент, если у них наблюдаются похожие связи и взаимоотношения между субъектами, находящимися в одной географической области, а также они расположены территориально близко по отношению друг к другу [5,8].

Несмотря на то, что риски и факторы, возникающие в процессе функционирования подразделений предприятия в одном географическом, так же, как и отраслевом, сегментах, могут несколько по-разному влиять на них, все же считается, что большинство из факторов должны быть примерно одинаковыми у подразделений компаний в рамках одного сегмента [2,3,4].

При рассмотрении географических сегментов компании большее внимание все-таки стоит уделять выявлению и анализу рисков, как и получаемой подразделениями прибыли. Предполагается, что в географических сегментах риски и прибыль могут зависеть от двух следующих категорий:

1. территориальное расположение активов компании, а именно, предметов труда в виде сырья и материалов, используемых при производстве товаров и услуг, а также средств труда, отвечающих за производственную, техническую и технологическую мощность предприятия;

2. территориальное расположение рынков сбыта, то есть круга потребителей, которым реализовывается готовая продукция.

В соответствии с данными признаками формируется организационная структура компании и выделяются ее географические сегменты. Также на основании данного разделения не только формируется основа для осуществления процессов управления сегментами компании, но и подготавливаются основные формы финансовой отчетности по сегментам для упрощения ведения бухгалтерского, финансового и управленческого учета и возможности грамотного и оперативного принятия финансово-управленческих решений внутренними и внешними пользователями финансовой отчетности с прямым и косвенным финансовым интересом [5,6,9].

Важной частью процесса составления финансовой информации о каждом сегменте является не только соблюдение основных принципов формирования и представления отчетности [10,12], но и ее составление с учетом возможности идентификации рисков функционирования сегментов и анализа причин их возникновения, в первую очередь, внутренним аппаратом управления предприятия.

В отношении географических сегментов, предполагается, что особенности и характер выявляемых рисков и получаемой прибыли в большей степени зависят от имеющихся различий в географических областях, в которых функционируют части предприятия, обусловленные вышеозвученными признаками, и в меньшей степени выражены несоответствием в особенностях производимых товаров или оказываемых услуг непосредственно [2,11].

В связи с этим, географическим сегментам компании следует в качестве первичной сегментации приводить, в зависимости от названных ранее категорий, ранжирование по регионам, районам, областям или странам, в соответствии, с географическим признаком, а вторичной сегментацией будет выступать характеристика производимых ими товаров или оказываемых услуг. А именно, первичной информацией будут являться показатели, связанные с реализацией продукции как покупателям внутри географической области, так и внешним потребителям, находящимся вне ее территории, а вторичная информация будет представлена основными финансовыми показателями в разрезе реализуемой продукции [4,5,10].

Для целей грамотного ведения бухгалтерского и управленческого учета, корректной оценки эффективности деятельности организации и возможности осуществления планирования и прогнозирования отчетных финансовых показателей на будущие периоды в рамках определения перспектив функционирования предприятия, важным является не только верное представление отчетности по географическим сегментам, но и правильный анализ ее структуры и динамики, сравнение показателей со среднеотраслевыми

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМЭЛ № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

величинами и другими географическими сегментами, своевременное выявление выходящих за пределы нормативных значений показателей и принятие соответствующих мер по необходимой корректировке целевых показателей по отдельно взятому географическому сегменту или в отношении отдельно рассматриваемого вида товара, работы или услуги с целью предотвращения возможного влияния возникающих рисков и создания положительной прибыли.

В силу наличия большого количества сегментов у одного предприятия, полноценно оценивать эффективность его деятельности возможно лишь за счет рассмотрения и анализа каждого отдельно взятого сегмента, его финансовых показателей, спроса на продукцию, которую он производит, и востребованность товаров и услуг на рынке, где функционирует данный сегмент [7,11].

Анализ географических сегментов представляет возможность сравнивать абсолютные и относительные финансовые показатели по отдельным сегментам за определенный период времени. Также можно проводить вертикальный и горизонтальный анализ географических сегментов, определяя структуру по отдельным показателям финансовой отчетности, а также изучая изменение показателей в динамике. Согласно данному анализу, можно рассмотреть, какой из географических сегментов иллюстрирует наибольшие показатели выручки и прибыли, а какой – наименьшие, и по каким причинам это происходит, или же они демонстрируют похожие значения, какие сегменты производят продукцию с минимальными затратами, какие демонстрируют наибольшие объемы продаж, в каких наблюдаются наиболее частые изменения в динамике, а какие являются более финансово стабильными и устойчивыми, и с чем это может быть связано. При сопоставлении различных показателей стоит учитывать условия географических областей и связанные с ними особенности производства [1,11].

На основе представленных финансовых показателей в отчетности географических сегментов также можно рассчитывать и анализировать коэффициенты финансовой устойчивости, платежеспособности и эффективности деятельности сегментов. К ним можно отнести такие показатели, Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ ЭЛ № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

как рентабельность активов, капитала, отдельных видов продукции и общую величину рентабельности сегмента, коэффициенты и периоды оборачиваемости оборотных активов, фондовооруженность, фондоемкость и фондоотдачу, коэффициенты износа и годности, а также показатели ликвидности и финансового рычага, величины дебиторской и кредиторской задолженности и их удельные веса, показатели маневренности собственного оборотного капитала и обеспеченности собственными оборотными средствами и другие по каждому географическому сегменту [6,7].

При помощи подсчета данных показателей в отношении сегментов можно не только анализировать динамику данных величин и проводить сопоставление различных географических сегментов, но и за счет агрегирования полученной информации выявлять основные проблемы в деятельности отдельных сегментов и, как следствие, организации как единой системы. Например, по анализу географических сегментов можно проводить общую оценку того, нужно ли искать способы минимизации затрат и какие являются более оптимальными для каждого сегмента, необходимо ли ликвидировать нерентабельные виды продукции или увеличивать производство более рентабельных, стоит ли перераспределять виды производства или прекращать производство отдельных товаров или услуг на некоторых географических сегментах в силу их не востребованности на рынке, или, наоборот, из-за большого спроса следует диверсифицировать ассортимент продукции в конкретном сегменте, а также необходимо ли менять ценообразование в сегментах [5,6,7].

Если рассуждать с более комплексной стороны, то путем анализа отдельных сторон хозяйственной жизни географических сегментов, возможно определять, как более рационально распределять ресурсы между сегментами, производство каких необходимо сократить, а какие, возможно, являются наиболее перспективными, и требуется поддерживать их финансовую составляющую. Анализ отчетности географических сегментов также может способствовать определению тенденций и траекторий развития каждого из них

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМЭ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

путем планирования, бюджетирования и прогнозирования целевых индикаторов деятельности, а также нахождению, возможно, новых географических областей, где может быть востребована продукция компании с целью создания там нового географического сегмента или же перераспределению в него части материальных, финансовых или трудовых ресурсов [4,10].

Анализ и выявление рисков и потерь организации возможно осуществлять и с помощью методов планирования и прогнозирования больших массивов данных. В качестве инструментария можно использовать различные статистические и экономико-математические методы анализа [6].

В рамках статистических методов анализа, помимо анализа структуры, динамики и измерения абсолютных и относительных величин финансовых показателей географических сегментов, о котором упоминалось выше, можно применять корреляционно-регрессионный анализ в программе Excel для построения моделей регрессии, определяющих тренд изменения показателей в будущих периодах и позволяющих строить прогноз на перспективу.

Также данный метод позволяет проводить факторный анализ, а именно с помощью его использования можно брать отдельный географический сегмент и на основе данных по показателям за определенный временной промежуток строить модель зависимости объясняющих переменных на объясняемую. То есть, таким образом, можно проследить, например, какое влияние наблюдается в отношении отдельных показателей на финансовый результат деятельности сегмента, какой из них демонстрирует наибольшее влияние на результат, а какое-наименьшее.

Более детальным, комплексным и всесторонним является пространственный анализ, в большей степени подходящий под анализ деятельности предприятия в разрезе отдельных географических сегментов. В качестве примера анализа пространственных данных можно рассмотреть экономико-математический метод построения множественной многофакторной модели линейной регрессии в языках программирования, в частности, можно Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ ЭЛ № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

предложить использование программы R-Studio от языка программирования R. С использованием соответствующего инструментария данная программа может также осуществлять факторный анализ, но уже в совокупности по всем географическим сегментам за определенный период.

В таком случае, при использовании эконометрического моделирования можно, например, в рамках построения модели с пространственными данными проанализировать влияние некоторых финансовых показателей на рентабельность, чистую прибыль, выручку или иной финансовый индикатор. По результатам построения и сравнения нескольких моделей, программа позволит вывести лучшую из них, которая будет на основе анализа показателей всех географических сегментов, оценивать, что в большей или меньшей степени влияет на тот или иной показатель деятельности организации в целом. Также программа R-Studio позволяет использовать различные (макроэкономические, финансовые, социально-экономические и так далее) показатели, в том числе с помощью нее можно учитывать и индикаторы, которые характеризуют специфику деятельности предприятия или особенности географических областей, в которой функционируют сегменты, а также использовать фиктивные показатели, принимающие значения «да» или «нет» по отношению к наличию или отсутствию выбранного при анализе критерия в конкретном сегменте.

В качестве примера исходных данных для построения экономико-математической модели могут выступать финансовые показатели деятельности организации по производству какого-либо товара. Выборка будет состоять из двух элементов: географический сегмент, год. В качестве зависимой переменной можно взять показатель чистой прибыли, как наиболее ярко отражающий финансовый результат сегмента. Регрессорами, оказывающими влияние на показатель чистой прибыли могут выступать как финансовые показатели (показатели состояния оборотных и внеоборотных активов, распределения ресурсов и формирования капитала, величина налоговой нагрузки и другие), так и макроэкономические детерминанты (инфляция, ключевая ставка, цены на Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ ЭЛ № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

сырье и материалы, если имеются рыночные данные), а также индикаторы, отражающие рыночное положение сегмента (количество поставщиков, покупателей, в том числе внешних, удельные веса внутренних и внешних покупателей в общей величине, число основных видов продукции и так далее).

Поскольку осуществляется построение модели по данным географических сегментов компании, то достаточно интересным для анализа будет включение в выборку показателей и критериев, отражающих отраслевую составляющую, а также в сравнении с другими сегментами (демонстрирует ли какой-нибудь финансовый показатель сегмента значение выше, чем в среднем у других географических сегментов) и детерминант, учитывающих особенности географических условий ведения деятельности в области (относится ли географическая область к экономически высоко, средне или развитым регионам или странам, имеются ли какие-либо финансовые и экономические льготы для осуществления операционной деятельности в данной географической среде, насколько удаленным является анализируемый географический сегмент по отношению к другим, осуществляет ли конкретный географический сегмент выход на зарубежные рынки сбыта, а также взаимодействует ли сегмент только с отечественными или еще и с иностранными поставщиками ресурсов и другие), которые позволят на основании анализа данных по сегментам провести полноценную оценку эффективности деятельности организации в целом [6,7,11].

Таким образом, обобщая все вышесказанное, можно заключить, что выделение на предприятии различных сегментов, в особенности, географических, обусловленных наличием особых условий ведения деятельности, которые способствуют формированию различий в характере и процессе производства товаров или оказании услуг, требует ведения отдельного бухгалтерского и управленческого учета.

На основании рассмотрения финансового состояния каждого отдельно взятого географического сегмента с помощью финансовых и статистических показателей, посредством использования факторного анализа и экономико-Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМЭ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

математического моделирования может осуществляться совокупная оценка рентабельности, финансовой устойчивости и стабильности предприятия в целом с выделением основных факторов и причин, тормозящих дальнейшее функционирование организации в разрезе географических сегментов, а также обозначением наиболее прибыльных и экономически устойчивых сегментов, расширение деятельности которых позволит наращивать объемы реализации, увеличивать совокупные финансовые результаты и способствовать поддержанию финансовой устойчивости компании в будущих периодах.

Библиографический список:

1. Блохин А.А., Лихачев А.А. Влияние институциональных факторов на экономическую динамику в регионах / А.А. Блохин, А.А. Лихачев // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2022. – Т. 15. – № 4. – С. 60 – 73.
2. Боташева Л.С., Данибекова И.А. Условия и принципы построения внутренней сегментарной отчетности / Л.С. Боташева, И.А. Данибекова // Управленческий учет. – 2021. – № 10 – 2. С. 385 – 390.
3. Боташева Л.С., Сарыева А.Б. Сегментарная отчетность организаций, ее цели, состав и методы составления / Л.С. Боташева, А.Б. Сарыева // Управленческий учет. – 2021. – № 12 – 1. С. 21 – 26.
4. Затолгутская Н.Н. Развитие информационного обеспечения на основе сегментарной отчетности // Актуальные вопросы бухгалтерского учета, анализа и аудита в инновационной экономике: материалы Межд. науч.-практич. заочн. конф. – Гомель: Издательство Белор. торг. – экон. ун-та потреб. коопер., 2020. – С. 16 – 21.
5. Костюков К.И., Латышева А.Ю. Методика формирования консолидированной сегментарной отчетности экономического субъекта / К.И. Костюков, А.Ю. Латышева // Управленческий учет. – 2021. – № 6 – 2. С. 301 – 308.

6. Котельникова Н.В. Методические аспекты анализа структуры бизнеса по данным финансовой отчетности / Н.В. Котельникова // Управленческий учет. – 2022. – № 3 – 3. – С. 536 – 542.

7. Куприянова Л.М., Шнайдер О.В. Анализ доходности сегментов бизнеса / Л.М. Куприянова, О.В. Шнайдер // Мир новой экономики. – 2020. – Т. 14. – № 1. – С. 54 – 61.

8. Латышева А.Ю. Теоретические аспекты развития сегментарного учета / А.Ю. Латышева // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. – 2022. – Т. 16. – № 2. – С. 141 – 149.

9. Малицкая В.Б., Чиркова М.Б., Леонова О.И. Методические подходы к отражению информации о сегментах организации / В.Б. Малицкая, М.Б. Чиркова, О.И. Леонова // Вестник Воронежского государственного аграрного университета. – 2020. – Т. 13. – № 1 (64). – С. 140 – 149.

10. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 8 "Операционные сегменты" // КонтурНорматив. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=41&documentId=248939> (дата обращения: 09.01.2024).

11. Плотникова Д.Р., Вылегжанина Е.В. Качественные критерии оценки деловой активности обособленных подразделений / Д.Р. Плотникова, Е.В. Вылегжанина // Вестник Алтайской Академии экономики и права. – 2020. – № 9 – 2. С. 289 – 293.

12. Положение по бухгалтерскому учету «Информация по сегментам» (ПБУ 12/2010) // КонсультантПлюс. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_107913/1a3ddba7fe97c1177c98920093278fe3ceb39555/ (дата обращения: 11.01.2024).

Оригинальность 88%