

Регулирование и саморегулирование предполагает высокий уровень стандартизации операций платежных систем, направленной на повышение степени соответствия продуктов и технологических процессов их функциональному назначению, устранению искусственных технических барьеров для вхождения участников, а также на максимальное содействие развитию национальной платежной системы.

Для формирующейся национальной платёжной системы на стадии интеграции участников в локальные платёжные системы предусматривается введение процедур стандартизации только для ключевых параметров функционирования:

- обеспечения безопасности обработки, передачи и хранения данных в платёжной системе;
- проведения процедур взаиморасчетов между участниками системы и отдельными локальными платёжными системами;
- соблюдения временных регламентов и скорости обработки различных типов транзакций в платёжной системе;
- базовых требований к функциональным возможностям платёжного инструмента системы;
- основных параметров идентификации различных категорий пользователей и др.

В рассматриваемом подходе к формированию модели национальной платёжной системы недопустимо, чтобы процесс её создания рассматривался исключительно как административно-регулирующее действие по отношению к действующим сегодня на рынке платёжным системам, поскольку важнейши-

ми задачами являются развитие инновационных финансовых технологий и увеличение темпов развития отечественного рынка банковских пластиковых карт.

Административное регламентирование взаимного обслуживания карт всех платёжных систем, принятие в качестве стандартов параметров одной из действующих платёжных систем и аналогичные нерыночные действия также не рассматриваются в качестве приемлемых. Участники и другие субъекты национальной платёжной системы ориентируются на развитие своего бизнеса в условиях равной рыночной конкуренции. Предусматривается участие коммерческой инициативы в развитии национальной платёжной системы, привлечении частных инвестиций, а также применении форм государственно-частного партнерства в тех сегментах, где невозможно использование исключительно частных ресурсов: в предоставлении льгот населению, построении инфраструктур обслуживания (в том числе единых сетей учета и идентификации для социальных групп, получающих льготы) в отдаленных регионах и закрытых городах [1].

Таким образом, рассмотренные механизмы кластерного подхода к формированию стратегии развития платёжной системы России позволяют наиболее полно использовать имеющийся потенциал существующих локальных платёжных систем различных социально-экономических сфер и создают основу для стандартизации их деятельности в рамках национальной платёжной системы.

Литература

1. Козенко Ю.А., Норов А.В. Проблемы системы кредитной кооперации в условиях диверсификации услуг // Предпринимательство. — 2010. — № 3. — С. 73–77.
2. Коробейникова О.М., Серенко О.М. Локальные платежные системы на общественном транспорте: монография. — Волгоград: Радуга, 2011. — 212 с.
3. Коробейникова О.М. Риски в локальных платежных системах: монография. — Волгоград: Изд-во ООО «Феникс», 2012. — 172 с.
4. Коробейникова О.М., Пономаренко В.В. Синергия системного развития элементов инфраструктуры платежного рынка в России // Экономика и предпринимательство. — 2013. — №9. — С. 754–758.
5. Коробейникова О.М. Трансформация локальных платежных инструментов для использования в национальной платежной системе // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. — 2013. — №2. — С. 58–64.
6. Ролдугин И.М., Шмырина Ю.В. Развитие безналичных расчетов с использованием банковских карт // Деньги и кредит. — 2009. — № 7. — С. 66.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ VIP-МЕНЕДЖМЕНТА В КРЕДИТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

А.В. Казанский,

доцент кафедры теории кредита и финансового менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета, кандидат экономических наук
Alexander.kazansky97@gmail.com

В статье дан анализ VIP-менеджмента как одного из ключевых направлений деятельности кредитной организации. Механизм оценки взаимодействия с VIP-клиентами должен включать как анализ его эффективности, так систему мотивации персональных менеджеров. Эффективность деятельности персональных менеджеров определяется, как на основе индивидуальных показателей, так и с помощью интегральной оценки. Индивидуальные показатели включают эффект от размещения кредитных ресурсов, привлечения остатков на счета до востребования и в депозиты (фондирования), оказания комиссионных услуг. VIP-банкинг рассматривается также в качестве важнейшего элемента стратегического партнерства между банком и клиентом, причем не только розничного, но и корпоративного.

Ключевые слова: VIP-менеджмент, персональный менеджер, расчетный эффект, средние остатки, размещение кредитов, диверсификация кредитного портфеля, мотивация, комиссионные услуги, оптимизация финансовых потоков, финансовый менеджмент, стратегическое партнерство

УДК 336.71

Развитие рынка банковских услуг сопровождается постоянными изменениями и совершенствованием форм работы с клиентами. Сложилась устойчивая тенденция усложнения

традиционных форм сотрудничества, увеличения количества банковских услуг, расширения их качественных характеристик. Одной из таковых является появление в банковском бизнесе



понятия «VIP менеджер», функцией которого является «ведение» клиента от момента его первого появления в банке и до момента прекращения действия договора счета или иного банковского договора. VIP менеджер должен, таким образом, обеспечить создание у клиента мотивации не только для приобретения банковского продукта, но и для его постоянного использования, пролонгации действующего договора при его прекращении и для сохранения именно этого банка как лидера предпочтений данного клиента.

Стоит также заметить, что современные взаимоотношения банка и клиента в сегменте розничных услуг все больше приобретают черты стратегического партнерства (как это давно уже принято в корпоративном бизнесе и как все более традиционным становится в розничном бизнесе), заключающегося в интеграции долгосрочных интересов банка и клиента. Цели, преследуемые сторонами, различны. Для клиента это создание благоприятных условий функционирования на рынке за счет наличия финансовой и консультационной поддержки со стороны банка, для банка — создание условий, обеспечивающих постоянное увеличение спроса на свои услуги. В этой связи задача повышения эффективности деятельности путем активизации спроса со стороны клиентуры на банковские продукты является одной из широкого круга задач банковского менеджмента.

В целом, стоит отметить, что диверсификация ресурсной базы, источников фондирования и процентных и комиссионных доходов требует от банков перехода к более совершенной штатной и организационной структуре, предполагающей формирование подразделений не только по направлениям бизнеса, но и по доле клиентского сегмента в общей структуре процентного/комиссионного дохода. Клиенты, приносящие банку большую часть операционных доходов (т.е. собственно VIP-клиенты), вправе рассчитывать не только на внимание персональных менеджеров, но и на внесение изменений в бизнес-процессы — индивидуальные тарифы, индивидуальный кредитный анализ в противовес скоринга, выездное обслуживание, возможность использования банковского отделения в качестве собственного мини-офиса и т.д. Соответственно, появление субподразделений, ответственных за работу с VIP-менеджерами, необходимо не только внутри клиентских/операционных отделов, но и внутри службы безопасности, кредитного отдела, финансового мониторинга, валютного контроля, инкассации [1].

Таким образом, основной функцией VIP менеджеров является, не только удовлетворение текущих потребностей клиента, но и стимулирование у него новых. Поэтому основным способом мотивации развития стратегического партнерства банка и клиента и повышения его эффективности служит стимулирование труда VIP менеджеров.

Оценка деятельности VIP менеджеров на основе финансовых показателей банка. Существуют качественные показатели деятельности VIP менеджеров, а именно: повышение имиджа банка, участие банка в крупных муниципальных и государственных отраслевых программах, повышение конкурентоспособности банка и предлагаемых им на финансовых рынках банковских продуктов, внедрение новых банковских инструментов. Однако количественно определить влияние каждого менеджера на качественные параметры не представляется возможным. В этой связи для оценки эффективности деятельности менеджера необходимо определить факторы, удовлетворяющие следующим параметрам:

- возможность количественной оценки;
- анализируемый фактор должен обеспечить мотивацию труда менеджера.

Активные операции, являющиеся источником доходов банка, осуществляются в основном за счет привлекаемых финансовых ресурсов его клиентов. В этой связи абсолютное увеличение процентных доходов зависит от объема привлекаемых ресурсов и их стоимости. Чем стабильнее ресурсная база, тем ниже риск потери ликвидности, и тем более высокий доход может получать банк, поскольку доходность долгосрочных вложений выше, чем доходность краткосрочных. При этом непреложным постулатом является то, что «VIP-менеджеры должны обращать внимание на:

- 1) кредитный риск;
- 2) риск несбалансированной ликвидности;
- 3) рыночный риск;
- 4) процентный риск;
- 5) риск недополучения прибыли;
- 6) риск неплатежеспособности» [1, р. 71].

Одним из основных положений концепции развития любого банка, претендующего на расширение своего присутствия на рынке банковских услуг, является расширение кредитования реального сектора экономики, поэтому фондирование качественного с точки зрения рисков и доходности кредитного портфеля является одной из задач VIP менеджера.

Актуальным также является вопрос увеличения доли комиссионного вознаграждения в операционных доходах банка, которая зависит от степени развития банковских продуктов и оптимальности тарифной политики. В этой связи оценку деятельности VIP менеджеров предлагается проводить на основе следующих параметров [2]:

- расчетный эффект от привлечения денежных ресурсов (эффект от средненежных остатков и эффект от срочных — с фиксированными сроками хранения ресурсов клиента);
- расчетный эффект от реализации кредитных продуктов;
- расчетный эффект от оказания комиссионных услуг клиентам.

Данные для производимых расчетов должны быть получены из официальной банковской отчетности.

Расчетный эффект от использования средненежных остатков клиентов включает:

- разницу между доходами, полученными от размещения средненежного остатка клиента (скорректированного с учетом отчислений в ФОР [3] и нормы резерва для обеспечения текущей ликвидности [4] под процентную ставку для однодневных кредитов (прежде всего — МБК), и расходами по привлечению ресурсов, представляющими собой процентные выплаты по расчетным, транзитным, текущим счетам, исходя из установленных процентных ставок ($I_{\text{ост}}$);
- экономический эффект (E) в виде разницы между стоимостью привлечения ресурсов на рынке межбанковского кредитования и фактической стоимостью денежных средств клиентов; другими словами — это своего рода экономия от привлечения клиентских средств перед альтернативными источниками ресурсов.

Доход, полученный в результате размещения средненежного остатка ($I_{\text{ост}}$), предлагается рассчитывать следующим образом:

$$I_{i \text{ нб}} = \sum_{i=1}^n \frac{V_i \cdot (1 - N_{\text{оид}}) \cdot (1 - N_{\text{рес}}) \cdot \left(\frac{R_{i \text{ ае}}}{100}\right)}{360 \cdot m}, \quad (1)$$

где V_i — средненежный остаток на счете клиента i ; $N_{\text{фор}}$ — норматив отчислений в обязательный фонд резервирования; $R_{\text{мбк}}$ — ставка доходности от вложений, фондируемых за счет средств на текущих, расчетных, депозитных счетах, в данном случае — это норма доходности от вложений в однодневные МБК; $N_{\text{рес}}$ — норма резерва, т.е. неснижаемый необходимый остаток для текущих платежей; m — срок привлечения в днях.

Поскольку средства на клиентских счетах «до востребования» и МБК являются альтернативными источниками поддержания банковской ликвидности, при расчете доходов от средненежного остатка целесообразно определить экономический эффект (E), получаемый в виде разницы между стоимостью привлечения ресурсов на рынке межбанковского кредитования и фактической стоимостью денежных средств клиентов, имеющих характер «до востребования»:

$$E = \sum_{i=1}^n \frac{(R_{i \text{ ае}} - R_{\text{оид}}) \cdot \frac{V_i}{100}}{360 \cdot m}, \quad (2)$$

$$P_i = I_{\text{ост}} + E - EXP_{\text{ост}} \quad (3)$$

где $EXP_{\text{ост}}$ — сумма фактических процентов, уплаченных по привлеченным ресурсам до востребования.

Проценты, уплачиваемые по привлеченным ресурсам до востребования, определяются исходя из средненежных ос-

татков по клиентским счетам, действующих ставок и периода, за который начисляются проценты:

$$EXP_{i \cdot \dot{n} \ddot{o}} = \sum_{i=1}^n \frac{V_i \cdot R_{\delta \dot{a} \ddot{e} \ddot{o}}}{360 \cdot m} \quad (4)$$

где V_i — средневзвешенный остаток на счете i , $R_{\text{факт}}$ — годовая ставка начисления процентов по привлеченным ресурсам до востребования, m — период начисления.

Расчетный эффект от срочных средств клиентов (депозитов) представляет собой разницу между доходами, полученными от размещения средств клиентов, привлеченных в депозиты на определенный срок, скорректированных с учетом создания ФОР, под среднюю процентную ставку по активным банковским продуктам, и расходами по привлечению соответствующих срочных ресурсов, представляющими собой процентные выплаты по ним:

$$P_2 = I_{\text{деп}} - EXP_{\text{деп}} \quad (5)$$

$$I_{\dot{a} \ddot{a} \ddot{i}} = \sum_{i=1}^n \frac{V_{\dot{a} \ddot{a} \ddot{i}} (1 - N_{\delta \dot{i} \ddot{o}}) \cdot R_{\dot{a} \ddot{e} \ddot{o}}}{360 \cdot m} \quad (6)$$

где $V_{\text{деп}}$ — остаток на депозитном счете клиента; $N_{\text{фор}}$ — норматив отчислений в фонд обязательных резервов; $R_{\text{акт}}$ — средняя ставка доходности от вложений в активные банковские операции; m — срок привлечения клиентских средств в депозит в днях;

$$EXP_{\dot{a} \ddot{a} \ddot{i}} = \sum_{i=1}^n \frac{V_{\dot{a} \ddot{a} \ddot{i}} \cdot R_{\dot{a} \ddot{a} \ddot{i}}}{360 \cdot m} \quad (7)$$

где $EXP_{\text{деп}}$ — процентные расходы по привлечению депозитов; $R_{\text{деп}}$ — годовая процентная ставка по депозиту, m — срок привлечения клиентских средств в депозит в днях.

Расчетный эффект от размещения кредитов. Основой для оценки результативности деятельности менеджера в части реализации кредитных продуктов является расчетный эффект, получаемый в виде разницы между фактической величиной процента по кредиту и стоимостью привлеченных средств, и условного дохода в виде разницы фактической ставки по кредиту и ее минимально допустимой величины. При этом возможны два способа учета доходов от кредитных операций. В случае, когда доходы от кредитов не начисляются до момента полного погашения кредита, корректировать доходность кредитных операций на величину создания резерва на возможные потери по ссудам не имеет смысла. В этом случае доходность погашенных в течение месяца кредитных продуктов вычисляется как произведение суммы кредита на процентную ставку и период использования кредита, приведенное к периоду исчисления:

$$I_{\delta \dot{a} \ddot{a} \ddot{i}} = \sum_{i=1}^n \frac{K_{\delta \dot{a} \ddot{a} \ddot{i}} \cdot R_{\delta \dot{a} \ddot{e} \ddot{o}}}{360 \cdot m} \quad (8)$$

где $R_{\text{кред}}$ — годовая процентная ставка по депозиту, $K_{\text{кред}}$ — сумма кредита, m — срок кредитования в днях.

При учете доходов за месяц по всем действующим кредитам доходность кредитных операций менеджера должна быть скорректирована на величину создаваемого и восстановленного резерва на возможные потери по ссудам:

$$I_{\text{кред скор}} = I_{\text{кред}} - RL_{\text{созд}} + RL_{\text{восст}} \quad (9)$$

Исходя из мотивационной политики банка, фактический доход по кредиту, рассчитанный одним из двух перечисленных выше способов, может быть скорректирован на коэффициент диверсификации кредитного портфеля (K_d), который зависит от числа кредитруемых клиентов и отражает активность менеджера в части развития кредитных продуктов. Примеры коэффициентов приведены в табл. 1.

Таблица 1

Коэффициенты диверсификации кредитного портфеля

Число заемщиков	Менее 3	3–7	8–11	12–15	Более 15
Kd	0,7	0,8	0,9	1,0	1,1

Политики введения коэффициентов диверсификации традиционно придерживаются банки, ориентирующиеся на интенсивное наращивание кредитного портфеля за счет массовой выдачи кредитов на стандартных условиях, не подлежащих переговорам (в основном — кредитов в розничном сегменте или малому и среднему бизнесу). Коэффициент диверсификации, равный нулю, в данном случае фактически определяет минимальное число кредитов (план), подлежащее выдаче менеджером, претендующим на получение мотивационных выплат сверх установленного оклада.

Таким образом, расчетный эффект (P_3), получаемый как разность между фактической величиной процента по кредиту и стоимостью привлеченных средств и условного дохода в виде разности фактической ставки по кредиту и ее минимально допустимой величины, может быть рассчитан следующим образом:

$$P_3 = \sum_{i=1}^n \frac{(R_{\delta \dot{a} \ddot{a} \ddot{i}} - R_{\text{мин}}) + (R_{\delta \dot{a} \ddot{a} \ddot{i}} - R_{i \delta \dot{e} \ddot{e} \ddot{n} \ddot{o}}) \cdot K_d \cdot K_i \cdot 100}{360 \cdot m} \quad (10)$$

где $R_{\text{кред}}$ — процентная ставка по кредиту, $R_{\text{мин}}$ — минимально допустимая процентная ставка по кредитам в данном банке, K_i — сумма i -го кредита, m — срок i -го кредита в днях, $R_{\text{привл. ср}}$ — средняя стоимость привлеченных на соответствующий срок ресурсов; K_d — коэффициент диверсификации кредитного портфеля VIP менеджера.

Минимально допустимая ставка по кредиту ($R_{\text{мин}}$) рассчитывается аналитическим подразделением банка (например, комитетом по Управлению активами и пассивами) и опирается на реальную стоимость ресурсов банка с учетом косвенных расходов.

Расчетный эффект от оказания комиссионных услуг. Основой оценки результативности деятельности менеджера в части развития комиссионных услуг банка является показатель доходности клиентской базы, показывающий размер комиссионного вознаграждения в расчете на один клиентский счет. Расчетный эффект от оказания клиенту комиссионных услуг (P_4) является разницей между показателем доходности клиентского счета базы менеджера и средней доходностью клиентского счета в целом по банку:

$$P_4 = (I_{\text{ком/банк}}^* - I_{\text{ком/мен}}) / K_{\text{менеджер}} \quad (11)$$

где P_4 — расчетный эффект, получаемый в виде разницы между фактической доходностью клиентской базы менеджера и средней доходностью клиентской базы в целом по банку;

$I_{\text{ком/мен}}$ — доходность клиентского счета базы менеджера, $I_{\text{ком/банк}}$ — средняя доходность клиентского счета совокупной клиентской базы банка, $K_{\text{менеджер}}$ — количество счетов клиентской базы менеджера.

Комплексная оценка деятельности VIP менеджера. Для обеспечения сопоставимости и проведения дальнейшего сравнительного анализа результатов работы менеджеров, входящих в структуру отдела развития клиентского бизнеса, рассчитывается комплексный коэффициент эффективности деятельности отдельного VIP менеджера:

$$K_{\text{эи i i e}} = \sum_{i=1}^n W_i \cdot M_i \quad (12)$$

где $K_{\text{компл}}$ — комплексный коэффициент эффективности деятельности VIP менеджера; W_i — коэффициент весомости i -го показателя, M_i — показатель i , n — количество показателей, принятых для оценки эффективности деятельности VIP менеджера.

При этом

$$\sum_{i=1}^n W_i = 1, \quad (13)$$

Критерии оценки каждого показателя определяются в зависимости от выбранной банком стратегии и связанных с ним приоритетов. В частности, может быть предложен следующий вид весовых коэффициентов для оценки анализируемых показателей:

- расчетный эффект от средневзвешенного остатка (P_1) = 0,3;
- расчетный эффект от привлечения денежных ресурсов в банк с фиксированными сроками хранения (P_2) = 0,1;
- расчетный эффект от реализации кредитных продуктов (P_3) = 0,4;

• расчетный эффект от оказания комиссионных услуг клиентам (P_4) = 0,2.

Таким образом, формула комплексной оценки деятельности VIP менеджера выглядит следующим образом:

$$K_{\text{компл}} = P_1 * 0,3 + P_2 * 0,1 + P_3 * 0,4 + P_4 * 0,2 \quad (14)$$

Выплата премиального вознаграждения VIP менеджерам по результатам деятельности осуществляется на основе сравнительного анализа комплексной оценки деятельности менеджера с установленным на период планом (или средне-статистическим значением):

$$K_{\text{пр}} = K_{\text{компл}} / K_{\text{план}} \quad (15)$$

Величину премиального фонда на премирование подразделения VIP менеджеров предлагается регламентировать Положением о премировании и определить в процентном отношении (обычно — от 5 до 15%) от общей суммы доходов, рассчитанных на основе приведенной ниже методики по всей клиентской базе. Коэффициент премии за отчетный период составляет отношение премиального фонда и фонда оплаты труда согласно штатному расписанию:

$$K_{\text{прем}} = \text{ПФ} / \text{ФОТ} * 100, \quad (16)$$

где ПФ — величина премиального фонда,

ФОТ — фонд оплаты труда подразделения согласно штатному расписанию.

Индивидуальный размер премии каждого менеджера определяется руководителем подразделения на основе произведенного размера коэффициента премиальной выплаты $K_{\text{прем}}$ и корректирующего коэффициента K_r .

Таким образом, финансовый менеджмент клиента с позиции банка представляет собой профессиональную деятельность, направленную на обеспечение наиболее эффективного движения финансовых потоков клиентов в рамках оптимального сочетания экономических интересов банка и клиента [5]. В этой связи управление потоком финансовых ресурсов клиента — одна из целеполагающих функций финансового менеджмента клиента. При этом центральным вопросом технологии финансового менеджмента клиента для банка является создание ресурсной базы, характеризующейся такими параметрами, как срочность, объем и стоимость, а также построение стратегии и тактики банка по реализации банковских продуктов. Эффективный финансовый менеджмент клиента — это оптимизация структуры входящих и исходящих финансовых потоков по срокам, объемам и стоимости при обеспечении максимального эффекта от их использования [6].

Литература

1. Sheila Mello, Wayne Mackey, Ronald Lasser, Richard Tait. Value Innovation Portfolio (VIP) Management // Product Development Consulting Inc, Boston, 2011.
2. Роуз П. С. Банковский менеджмент. — М.: Дело, 1995. — С. 163.
3. Положение ЦБ РФ № 2005 от 29.03.2004 (в ред. от 27.09.2006) «Об обязательных резервах кредитных организаций».
4. Инструкция ЦБ РФ №139-И от 03.12.2012 «Об обязательных нормативах банков».
5. Бриггем Ю., Гапенски Л. Финансовый менеджмент: полный курс. В 2-х т. Т.1. — СПб.: Экономическая школа, 1997. — С. IX.
6. Гольм Е.Н. Деятельность персональных менеджеров в стоимостном выражении // Банковские услуги. — 2003. — № 6—7. — С. 19.

МЕТОДОЛОГИЯ КОРПОРАТИВНОЙ ФИНАНСОВОЙ ДИАГНОСТИКИ

Н.А. Львова,

доцент кафедры теории кредита и финансового менеджмента экономического факультета Санкт-Петербургского государственного университета,

кандидат экономических наук

lvova_n.a@mail.ru

Статья посвящена особенностям корпоративной финансовой диагностики в контексте представлений о кризисах организации. Финансовые признаки кризисного предприятия рассматриваются во взаимосвязи с ключевыми признаками кризисной ситуации: угроза приоритетным целям, внезапность и дефицит времени для принятия антикризисных решений.

Ключевые слова: финансовая диагностика, диагностика состояния организации, диагностика кризиса, диагностика несостоятельности.

УДК 336.64 ББК 65.21

Корпоративная финансовая диагностика является самостоятельным и относительно малоисследованным направлением финансового анализа предприятия. В англоязычной литературе термин «корпоративная финансовая диагностика» (*corporate financial diagnostics*) используется редко. Наиболее близким к нему по смыслу выступает «оценка финансового здоровья фирмы» (*corporate financial health assessment*), которая ассоциируется с прогнозированием финансовых затруднений [1]. Существенный вклад в развитие отечественной школы финансовой диагностики внес профессор Ярослав Вячеславович Соколов, рассматривавший диагностику финансовой деятельности предприятия как «науку управления финансовой деятельностью» [2]. Проблемы корпоративной финансовой диагностики исследовались и другими авторами [см., например: 3—7], но им не всегда удавалось провести четкую грань между финансовой диагностикой и анализом финансового состояния предприятия. Интерпретируя точку зрения Бернара Коласса,

Я.В. Соколов и Т.О. Терентьева определили содержание корпоративной финансовой диагностики как «установление стадии, на которой находится предприятие в данный момент, и анализ финансового состояния самого предприятия в данный момент» [8, с. 550].

Критерием оценки финансового состояния предприятия в целях финансовой диагностики является некоторое «должное» или «нормальное» финансовое состояние, которое в ходе проведения диагностики выступает целевым: «только в соотношении с ним (и через заложенные в нём показатели) происходит идентификация и диагностируемого объекта и оценка его реального состояния» [9, с. 53]!. Так, по мнению Е.Н. Выборовой, финансовая диагностика предполагает «изучение состояния объекта диагностирования ..., а также отклонений от *нормального его состояния*, причин и длительности таких отклонений» [5]. Признаки должного финансового состояния предприятия могут устанавливаться исходя из сравнения с требованиями