

Шакирова Н.Н.

*Студентка 4 курса направления Экономика,
Пермский государственный национальный исследовательский университет,
Пермь, Россия*

Жуковская С.Л.

*К.э.н., доцент,
Пермский государственный национальный исследовательский университет,
Пермь, Россия*

Аннотация. Сравнение экономических показателей одной организации с аналогичными показателями других компаний позволяет выделить сильные и слабые стороны ее бизнеса, определить дальнейшую стратегию развития либо скорректировать имеющуюся, внедрив изменения в бизнес-процессы. В статье рассмотрена сущность финансового бенчмаркинга, определены цели его проведения, выделены этапы реализации, а также раскрыты сложности, затрудняющие его осуществление.

Ключевые слова: финансовый бенчмаркинг, экономический анализ, сравнительный анализ, внешнее сравнение

Problems and opportunities of the application of financial benchmarking

Abstract. Comparison of the economic indicators of one organization with similar indicators of other companies allows you to highlight the strengths and weaknesses of its business, determine a further development strategy or adjust an existing one by introducing changes to business processes. The article considers the essence of financial benchmarking, defines the goals of its implementation, identifies the stages of implementation, and also reveals the difficulties that make it difficult to implement.

Keywords: financial benchmarking, economic analysis, comparative analysis, external comparison

Экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности организации является важнейшим инструментом исследования объектов и процессов фирмы и оценки ее финансовых показателей, выявления конкурентных преимуществ и слабых сторон, и, как следствие, принятия соответствующих управленческих решений для повышения эффективности функционирования организации.

Одним из этапов проведения экономического анализа является сравнение. Сравнение представляет собой сопоставление анализируемого показателя с показателем, принимаемым за базу, для выявления сходств либо различий. Сравнение может быть внутрифирменным, то есть в качестве базы будут

приниматься показатели данной организации, либо же внешним, под которым понимается сопоставление с аналогичными показателями других организаций [4, 5]. Внешнее сравнение имеет иное название – бенчмаркинг (зачастую имеет название эталонного сравнения).

Внешнее сравнение (бенчмаркинг) изначально представляло собой инструмент маркетингового анализа, в котором с анализируемой организацией сопоставлялись в большей мере нефинансовые преимущества и недостатки компаний-конкурентов. Первое упоминание об общем бенчмаркинге датируется 1972 годом. Именно в этом году в Институте стратегического планирования Кембриджа (США) был проведен внешний анализ, однако в начале XXI века бенчмаркинг стал распространяться в сфере финансов [2, 4].

Финансовый бенчмаркинг представляет собой сравнительный анализ экономических показателей одной организации с результатами конкурентов, наиболее успешных предприятий, и внедрение по результатам анализа лучших практик в собственный бизнес [1, 3, 8, 9, 13].

Основной целью финансового бенчмаркинга является выявление факторов, за счет которых другая организация достигает лучших показателей, характеризующих финансовые результаты и финансовое состояние, а также эффективно осуществляет свою деятельность [5, 11]. В противоположном случае, если исследуемая организация занимает лидирующие позиции, бенчмаркинг позволяет определить конкурентные преимущества и усилить контроль за отдельными экономическими показателями с целью дальнейшего успешного развития.

Таким образом, внешнее сравнение финансовых показателей имеет следующие *преимущества*:

- Возможность использования методик других организаций для повышения эффективности работы. Передача опыта от других организаций позволяет развиваться компании быстрее, а также расширять географию своей деятельности.
- Определение сильных и слабых сторон организации. Выявление недостатков позволяет определить процессы, нуждающиеся в совершенствовании (например, сократить затраты), а сильных сторон – укрепить собственные позиции.
- Возможность определения занимаемой доли рынка организации через систему показателей.
- Мотивация организации. Зачастую понимание факта, что другие компании смогли достичь выдающихся результатов деятельности, может оказывать глубокое мотивирующее действие на менеджмент. Стремление быть лучше и занимать лидирующие позиции на конкурентном рынке является неотъемлемой составляющей для повышения собственной инвестиционной привлекательности.
- Формирование и корректировка стратегий бизнеса.

Внешнее сравнение может происходить по разным направлениям. В табл. представлены возможные варианты финансового бенчмаркинга, согласно которым может осуществляться данный тип сравнения.

Направления проведения финансового бенчмаркинга

<i>Направление финансового бенчмаркинга</i>	<i>Комментарий</i>
Функциональное (операционное)	Сравнение показателей одной организации с показателями «эталонной» организации без привязки к отраслевой специфике. В таком случае в качестве анализируемой организации берется та, которая является ведущей как в своей отрасли, так и на региональном/национальном/глобальном рынке в целом.
Внутриотраслевое	Характерно для внешнего сравнения между организациями одной и той же (или смежной) отрасли. В качестве анализируемых организаций могут рассматриваться конкуренты, лидеры и иные компании, имеющие аналогичный или сходный вид деятельности.
Конкурентное	Сравнение происходит с финансовыми показателями основных конкурентов организации.
Стратегическое	Является разновидностью конкурентного направления и используется для принятия решений в области стратегии компании.

Источник: [1]

В странах Европы внешнее сравнение финансовых показателей является достаточно распространенным явлением. В России бенчмаркинг начал развиваться гораздо позднее и свою популярность получил лишь около 10-15 лет назад.

Проведение финансового бенчмаркинга сталкивается с рядом *трудностей*. Эти сдерживающие факторы присущи экономикам различных стран, однако некоторые из них в России имеют более острый характер. Среди них можно выделить:

1. Сложность сбора данных

А) Ввиду закрытости информации. Данная проблема обусловлена тем, что в настоящее время не существует единых баз данных, которые содержали бы в себе детализированные сведения об организациях. В России законодательством предусмотрено то, что организации могут предоставлять финансовую информацию лишь частично. Так, например, индивидуальные предприниматели имеют право не публиковать данные отчетности. В России с марта 2022 года, согласно Информационному сообщению Минфина России от 23 марта 2022 г. N ИС-учет-37 "Особенности раскрытия бухгалтерской (финансовой) отчетности организаций и иной информации в 2022 г., введен временный порядок доступа к электронным сервисам раскрытия финансовой отчетности, поэтому все организации вправе не раскрывать пояснения к бухгалтерской отчетности в ресурсах публичного характера для иных лиц, отличных от органов государственной статистики, органам государственной власти и местного самоуправления, Банка России [7]. Кроме того, организации, имеющие дело с государственными заказами, также не раскрывают информацию о своей деятельности ввиду действия Федерального закона №98-ФЗ «О коммерческой тайне» [12].

Б) Ввиду нежелания предоставлять информацию. Организации вправе отказать в раскрытии внутренних данных о производственных процессах с

целью сохранения корпоративной тайны и предотвращению атак на собственность. Компании опасаются показывать «изнанку» собственной деятельности по причине того, что чрезмерное раскрытие информации может привлечь государственные органы (например, налоговую службу, которая может поставить под сомнение отражение определенных операций и провести в связи с этим дополнительные проверки). Второй причиной отказа предоставления информации может быть нежелание организации потерять собственную индивидуальность, «лицо», для достижения которого потребовалось немало времени. Компания, проводящая бенчмаркинг, может внедрять в собственные бизнес-процессы опыт других организаций, в том числе их ноу-хау и иные секреты ведения бизнеса. Данная трудность носит название «комплекс засекреченности» [3]. Однако, в западных странах существуют целые ассоциации компаний, который заключили между собой соглашение о предоставлении друг другу внутренней информации.

В) Ввиду предоставления неполной и (или) недостоверной информации о деятельности. Организации в ситуации с обменом опытом могут представить заведомо ложную информацию о собственных бизнес-процессах, либо раскрыть информацию с сокрытием ключевых, особенно значимых для организации техник, методик, разработок, которые являлись повышающим эффективность деятельности фактором. Такое явление возникает по причине того, что организации опасаются раскрывать внутреннюю информацию, так как это может повлиять на потери занимаемой доли рынка и собственной индивидуальности.

2. Отсутствие трудовых и денежных ресурсов для работы с данными. Сложность в сборе данных может привести к большим трудозатратам. Зачастую организация не в силах собрать данные самостоятельно. В ИП, предприятиях малого и среднего бизнеса, к примеру, могут отсутствовать специалисты подобного рода, а для привлечения сторонних организаций, чтобы провести бенчмаркинг, у предпринимателя будет недостаточно денежных ресурсов.

В крупных компаниях могут создаваться специальные отделы, занимающиеся исключительно сбором комплексной информации о конкурентах и иных организациях, которые могли быть интересны хозяйствующему субъекту. В компании Xerox анализом конкурентов и соответствующих финансовых показателей занимается специальный отдел, который называется «Лаборатория оценки конкурентов». В зарубежной практике крупные предприятия также имеют возможность получения данных о других организациях в маркетинговых или информационно-аналитических агентствах, которые анализируют различные бизнес-процессы и составляют различные рейтинги [4, 5].

3. Нарушение процедуры проведения финансового бенчмаркинга. Процедура проведения бенчмаркинга может нарушаться ввиду различных событий, например, приостановки проведения бенчмаркинга ввиду отсутствия денежных ресурсов, из-за чего этапы реализации могут меняться местами, что усложняет и удлиняет внешний анализ финансовых показателей.

4. Отсутствие понятного инструментария для проведения финансового бенчмаркинга. Зачастую организации желают провести внешнее

сравнение финансовых показателей, однако в силу собственной некомпетентности и/или отсутствия в методических материалах доступной для общего понимания методики проведения аналитических процедур, проведение финансового бенчмаркинга бывает достаточно затруднительным. Информация, которая содержится в пособиях и информационных справочниках носит поверхностный характер без указания особенностей проведения данного вида сравнения, что может привести к ошибочным результатам, поэтому анализ должен быть грамотно выстроенным и представлять собой глубокое исследование по поставленной перед собой задачей.

5. Сложность выполнения требования сопоставимости показателей.

Еще одна проблема получения недостоверных результатов сравнения возникает из-за одного или нескольких следующих аспектов:

А) Несопоставимость ввиду применения различного законодательства. Организации, имеющие право использовать специальные налоговые режимы (например, перешедшие на специальные налоговые режимы хозяйствующие субъекты имеют пониженную процентную ставку, применяемую при исчислении налога на прибыль) и при прочих равных условиях будут иметь различные результаты деятельности. Ставка налога на прибыль при общей системе налогообложения составляет 20%, тогда как для организаций на упрощенной системе налогообложения ставка составляет 6%, если объектом налогообложения являются доходы и 15%, если объектом налогообложения являются доходы, уменьшенные на величину расходов. Сельскохозяйственные предприятия, которые перешли на специальный налоговый режим, уплачивают единый сельскохозяйственный налог, составляющий 6% от разницы между доходами и расходами.

Б) Несопоставимость ввиду использования «гибкого» законодательства в бухгалтерском учете. В российских Стандартах бухгалтерского учета существует свобода выбора методов ведения учета для отдельных объектов [10]. Нецелесообразно сравнивать показатели по статье «Основные средства» с целью повышения эффективности их использования между организациями, которые используют различные методы начисления амортизации, так как перенос стоимости основных средств на себестоимость продукции будет происходить по-разному. Помимо различного метода начисления амортизации организации могут определять различный срок полезного использования для аналогичного оборудования.

Примером решения подобных проблем является использование показателя EBITDA, позволяющего скорректировать величину прибыли на различия, возникших из-за вариативности режимов налогообложения и применяемых методов начисления амортизации [4, 5].

В) Несопоставимость ввиду сравнения показателей, охватывающих различные временные периоды. Согласно Международным стандартам финансовой отчетности (МСФО) предприятия самостоятельно определяют отчетную дату, которая может не совпадать с окончанием календарного года, поэтому отчетность различных организаций будет составлена за различные

промежутки времени, на которые также может указывать влияние фактор сезонности.

Г) Несопоставимость ввиду включения различных составляющих, входящих в агрегированные показатели. Данная проблема в большей мере касается формирования затрат. Так, к примеру в расходы на продажу в одной организации могут входить затраты на рекламу на каждом сайте в отдельности, тогда как другая организация приобрела услугу предоставления рекламы в сети Интернет в целом.

Д) Несопоставимость ввиду различных организационно-правовых форм. К примеру, ценные бумаги непубличных обществ, в отличие от публичных, не находятся в свободном обращении на фондовой бирже, что влияет на подходы к учету и определения стоимости ценных бумаг, раскрываемой в финансовой отчетности.

Поэтому при проведении анализа показателей, необходимо оценивать их на критерий сопоставимости и проводить соответствующие корректировки для минимизации искажений в получаемых при анализе результатах [6].

6. Наличие рисков трансформации финансового бенчмаркинга в промышленный шпионаж. Финансовый бенчмаркинг представляет собой анализ доступных источников информации о сравниваемых организациях (такая информация либо является публичной, либо предоставляется компаниями на добровольной основе). Промышленный шпионаж является своего рода конкурентной разведкой, то есть получение информации недобросовестными путями.

7. Несоответствие предполагаемых, закладываемых затрат на осуществление бенчмаркинга и его результатов. Возникающие на различных этапах проведения финансового бенчмаркинга ошибки, вызванные неграмотным планированием этапов его проведения, могут повлечь за собой значительные дополнительные затраты, которые изначально не были определены менеджментом организации. Стоит также отметить, что само по себе проведение бенчмаркинга сопряжено с большими денежными тратами.

8. Отсутствие иных организаций в отрасли. Данная проблема возникает крайне редко, однако имеет место быть в монополизированных отраслях. Тогда организация может сравнивать собственные показатели с показателями организаций других отраслей (однако особенности отраслевой специфики смогут исказить полученные результаты), либо сравнивать с показателями организаций такой же отрасли других стран (однако здесь возникают трудности, например, ввиду различного законодательства).

9. Неоправданность проведения бенчмаркинга. Данная проблема является самой значительной с точки зрения того, что факторы, обеспечивающие высокие показатели деятельности, которые были выявлены, к примеру, у организаций-конкурентов, и внедрены в анализируемую компанию, могут не обеспечить повышения эффективности деятельности и улучшения отдельных показателей. Иными словами, внедренный «опыт» может не только не привести ни к каким улучшениям, но даже усугубить текущую ситуацию, обеспечив

обратный эффект. Данная сложность может быть обусловлена неверным определением набора сравниваемых организаций.

Таким образом, несмотря на трудности, возникающие при реализации финансового бенчмаркинга, в целом внешнее сравнение имеет ряд преимуществ, которые на сегодняшний день являются значимыми для организации и по причине которых бенчмаркинг по-прежнему набирает свою популярность. При грамотном построении целей и определении этапов проведения бенчмаркинг может стать не разовой процедурой по улучшению бизнес-процессов организации, а носить регулярный характер.

Библиографический список:

1. Анализ затрат. Управление отклонениями // Электронный журнал Финансовый директор. URL: <https://www.fd.ru/articles/157137-sqk-15-m9-analiz-zatrat-upravlenie-otkloneniya>
2. Бенчмаркинг финансовых показателей // Финансовый директор. URL: <https://www.fd.ru/articles/13660-benchmarking-finansovyh-pokazateley>
3. Давыдова Л.В., Гордина В.В. Бенчмаркинг как метод управления финансовой устойчивостью предприятий региона // Региональная экономика: теория и практика. 2010. № 6. С. 34-39.
4. Жуковская С. Л., Никитина Е. Б. Экономический анализ. Учебное пособие. Ч. 1. Методология экономического анализа/С. Л. Жуковская, Е. Б. Никитина ; М-во науки и высш. образования РФ, Перм. гос. нац. исслед. ун-т.-Пермь: Пермский государственный национальный исследовательский университет, 2018, 122 С.
5. Жуковская С.Л., Польшалина Н.Б., Александрова Т.В. Проблемы выбора базы для сравнения показателей в экономическом анализе // Вестник Академии знаний. 2018. № 1 (24). С. 74-83.
6. Зайцева С.С. Финансовый бенчмаркинг в управлении стратегическим развитием предприятий // Бизнес в законе. 2012. № 3. С. 235-238.
7. Информационное сообщение Минфина России от 23 марта 2022 г. N ИС-учет-37 «Особенности раскрытия бухгалтерской (финансовой) отчетности организаций и иной информации в 2022 г.» // Информационно-правовое обеспечение Гарант. URL: <https://base.garant.ru/403741334/>
8. Какие показатели сравнивать при проведении бенчмаркинга // Финансовый директор. URL: <https://fd.ru/articles/158242-kakie-pokazateli-sravniyat-pri-provedenii-benchmarkinga-qqq-16-m10>
9. Мирзоалиев А.А., Шаропов А.Д. Бенчмаркинг как особый инструмент анализа финансовой отчетности / Вестник Таджикского государственного университета коммерции. 2021. № 1 (35). С. 123-136.
10. Пащенко Т.В. Бухгалтерский учет: трансформация назначения и содержания // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. 2016. № 3 (30). С. 182-192.

11. Пащенко Т.В. Использование анализа балансовых показателей для бухгалтерских экспертиз // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. 2018. Т. 13. № 3. С. 468-481.
12. Федеральный закон "О коммерческой тайне" от 29.07.2004 N 98-ФЗ // Справочно-правовая система Консультант-Плюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48699/
13. Федорович Т.В. Методические аспекты обоснования эталонных значений финансовых показателей для анализа консолидированной отчетности // Экономический анализ: теория и практика. 2008. 19 (124). С. 25-34.