

УДК 338.001.36 DOI: 10.14451/1.223.23

Развитие инструментов внешнего бенчмаркинга

© 2023 **Лукьянов Роман Константинович**

Студент 4 курса бакалавриата Финансового университета при Правительстве РФ, Россия, Москва.
E-mail: Roman.Lukyanov.2001@mail.ru

© 2023 **Попадюк Татьяна Геннадьевна**

Доктор экономических наук, профессор Департамента менеджмента и инноваций Финансового университета при Правительстве РФ Россия, Москва.
E-mail: TPopadyuk@fa.ru

Ключевые слова: внешний бенчмаркинг, сравнительная оценка, финансовый анализ.

В данной статье в качестве инструмента внешнего бенчмаркинга рассматривается методика сравнительной рейтинговой оценки финансового анализа, разработанная А. Д. Шереметом, Р. С. Сайфулиным, Е. В. Негашевым. Также в данной статье предлагаются нововведения, делающие данную модель более точной и наглядной. В качестве примера применения данной модели проводится анализ основных конкурентов компании ООО «СОЮЗАВТОСФЕРА» по рынку грузовых шин в Ханты-Мансийском автономном округе и Ямало-Ненецком автономном округе.

В современных реалиях большую роль в поиске проблем и точек роста компании играет внешний бенчмаркинг. Внешний бенчмаркинг – это сопоставление показателей и практик различных компаний для выявления лучших и ориентации на них. В условиях постоянных изменений внешней среды компаниям необходимо постоянно совершенствоваться. Бенчмаркинг является важнейшим инструментом формирования информации о направлениях, в которых компании стоит развиваться для устойчивого развития. При этом важно правильно использовать инструменты бенчмаркинга для эффективного анализа и получения полезной информации.

Важным фактором разработки стратегии является финансовое состояние компании, на основе которого формируется представление о финан-

совых проблемах организации её ресурсах для развития. При этом важно сравнивать состояние компании с отраслевыми показателями и финансовым положением конкурентов для соотнесения и выявления слабых мест и лидера отрасли в рамках бенчмаркинга [1]. Эффективным инструментом бенчмаркинга финансового состояния конкурирующих компаний является методика сравнительной рейтинговой оценки финансового анализа, разработанная А. Д. Шереметом, Р. С. Сайфулиным, Е. В. Негашевым [3]. Суть методики заключается в сравнении компаний по основным финансовым коэффициентам для формирования рейтинговой оценки.

В сравнении компаний по каждому из коэффициентов выделяется компания, показывающая наилучший коэффициент, её показатель прини-

Таблица 1. Показатели за 2021 год.

1. ООО «СОЮЗАВТОСФЕРА», 2. ООО «ЭЛЕКС» 3. ООО «ЦЕНТР СИБТРАНССКОМПЛЕКАЦИЯ». 4. ООО «ШИНТОРГ-СУРГУТ». 5. ООО «ШИННЫЙ ТОРГОВЫЙ ДОМЪ». 6. ООО «ВЭЙТ». 7. ООО «Лидер Шина»

	1	2	3	4	5	6	7
Коэффициент текущей ликвидности	2,34	2,35	1,74	1,73	1,13	1,34	1,66
Взвешенный коэффициент текущей ликвидности	0,74	0,74	1	1	0,65	0,77	0,96
Коэффициент платёжеспособности по текущим обязательствам (мес)	2,25	1,69	2,7	1,91	4,59	4,61	1,3
Относительный коэффициент платёжеспособности по текущим обязательствам	0,58	0,77	0,48	0,68	0,28	0,28	1
Коэффициент финансовой зависимости	0,76	0,6	0,55	0,69	0,88	0,84	0,56
Относительный коэффициент финансовой зависимости	0,72	0,91	1	0,79	0,62	0,66	0,97
Коэффициент финансовой устойчивости	0,58	0,63	0,45	0,42	0,12	0,3	0,44
Относительный коэффициент финансовой устойчивости	0,92	1	0,71	0,67	0,19	0,47	0,69
Коэффициент обеспеченности материальных запасов собственными средствами	0,42	0,89	0,69	0,37	0,86	0,3	0,9
Относительный коэффициент обеспеченности материальных запасов собственными средствами	0,47	0,99	0,77	0,41	0,95	0,34	1
Рейтинговая оценка	0,68	0,31	0,58	0,71	1,2	1,09	0,35
Наглядная рейтинговая оценка (R10)	6,78	8,54	7,25	6,63	4,29	4,79	8,31

мается за единицу. Показатели остальных компаний для выявления относительного значения проходят через следующую формулу:

$$x_{ij} = \frac{a_{ij}}{\text{орт}_j a_i},$$

где: x_{ij} – взвешенный коэффициент, a_{ij} – показатель компании, $\text{орт}_j a_i$ – эталонный показатель.

Далее для каждого коэффициента экспертной оценкой выявляется его весовой коэффициент в конечном рейтинге (k_j), который показывает, насколько показатель важен для данной отрасли.

После этого общий рейтинг формируется по следующей формуле:

$$R_j = \sqrt{\sum_{m=1}^n k_m (1 - x_{mj})^2}$$

где: R_j – рейтинговая оценка, k_j – вес коэффициента в конечном рейтинге.

Рейтинг показывает суммарное отклонение от эталонных значений для каждой компании. Чем ниже рейтинговая оценка компании, тем ниже отклонения показателей этой компании от эталонных. Это позволяет сопоставить конкурентов отрасли по финансовому состоянию.

Для сравнения финансового состояния компании с конкурентами используем доработанную методику сравнительной рейтинговой оценки финансового анализа А. Д. Шеремета, Р. С. Сайфулина и Е. В. Негашева.

Одной из проблем модели является большее значение в конечном рейтинге отклонений взвешенного коэффициента в большую сторону от единицы (в случае, когда оцениваемый показатель выше эталонного), что может повлиять на

полезность и точность конечных значений. Для решения данной проблемы необходимо привести все относительные коэффициенты к значениям по одну сторону от единицы. Это может достигаться добавлением степени с отношением, которое принимает значение 1 в случае, когда оцениваемый показатель ниже эталонного, и значение -1 в случае, когда оцениваемый показатель выше эталонного:

$$x_{ij} = \left(\frac{a_{ij}}{\text{opt}_j a_i} \right)^{\frac{\text{opt}_j a_i - a_{ij}}{|a_{ij} - \text{opt}_j a_i|}},$$

где: x_{ij} – взвешенный коэффициент, a_{ij} – показатель компании, $\text{opt}_j a_i$ – эталонный показатель.

Вторым недостатком данной методики является низкий уровень наглядности. Конечный рейтинг не является интуитивно понятным, для его понимания необходимо иметь опыт взаимодействия с данной моделью. Данная проблема решается включением в методику формулы, которая приводит конечный рейтинг к десятибалльной системе:

$$R10_j = \left(1 - \frac{R_j}{\sqrt{k_1 + k_2 + \dots + k_n}} \right) \cdot 10,$$

где: $R10_j$ – наглядная десятибалльная рейтинговая оценка, R_j – рейтинговая оценка, k_j – вес коэффициента в конечном рейтинге.

Предложенные изменения позволят расширить практику применения данной модели, сделают её результаты более полезными и точными, а также расширят её возможности в практике анализа рынка и финансового состояния компании для принятия стратегических решений.

В качестве примера проанализируем по данной модели основных игроков рынка грузовых шин Ханты-Мансийского и Ямало-Ненецкого автономных округов за 2021 год.

Для сравнительной оценки были выделены следующие коэффициенты:

– коэффициент текущей ликвидности,

- коэффициент платёжеспособности по текущим обязательствам,
- коэффициент финансовой зависимости,
- коэффициент финансовой устойчивости,
- коэффициент обеспеченности материальных запасов собственными средствами.

Для определения важности каждого коэффициента в формировании конечного рейтинга экспертной оценкой (на основе опроса топ-менеджмента компании ООО «СОЮЗАВТОСФЕРА») им были присвоены следующие весовые коэффициенты:

- $k_1 = 0,7$,
- $k_2 = 0,7$,
- $k_3 = 1$,
- $k_4 = 1,3$,
- $k_5 = 0,7$.

В результате получаем следующие показатели за 2021 год (таблица 1).

В результате анализа получается наглядная рейтинговая оценка, позволяющая неподготовленному человеку увидеть и понять результат сравнения.

Трое из шести рассматриваемых конкурентов имеют более высокую рейтинговую оценку, чем ООО «СОЮЗАВТОСФЕРА». При этом в норму значений компания входит только по коэффициенту текущей ликвидности (2,34 при норме 1,5–2,5) и коэффициенту платёжеспособности по текущим обязательствам (2,25 месяца при норме < 3 месяцев). Компании в первую очередь стоит ориентироваться на компании ООО «ЭЛЕКС», ООО «Лидер Шина» и ООО «ЦЕНТР СИБТРАНСКОМПЛЕКТАЦИЯ». Идеальным решением была бы инициатива со стороны компании ООО «СОЮЗАВТОСФЕРА» по организации совместного финансового бенчмаркинга с данными компаниями для выявления лучших практик.

Бенчмаркинг является актуальным инструментом для определения направления развития компании на основе сравнения её деятельности с деятельностью других компаний. В частности, методика сравнительной рейтинговой оценки

позволяет удобно сравнить финансовое положение ряда компаний. При этом предложенные изменения модели финансового анализа А. Д. Шеремета, Р. С. Сайфулина и Е. В. Негаше-

ва позволят распространить практику применения данного инструмента, сделать результаты более точными и удобными для интерпретации.

Библиографический список

1. Березин А. А., Коваленко А. И. Бенчмаркинг в системе конкурентных действий предпринимательских структур. – 2014. – С. 117–129.
2. Фурсов В. А. Бенчмаркинг как инструмент рыночной деятельности предприятия. – 2008. – С. 96–102.
3. Шеремет А. Д., Сайфулин Р. С., Негашев Е. В. Методика финансового анализа : учеб. пособие. – 3-е изд. – М. : ИНФРА-М, 2015.