

ФИНАНСОВЫЙ БЕНЧМАРКИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Е.А. Борзенко

Полесский государственный университет, bjane01@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена изучению мероприятий, способных повлиять на развитие бенчмаркинга в Республике Беларусь.

Ключевые слова: бенчмаркинг, конкуренты, конкурентоспособность, бизнес-среда, эталон, финансы.

В период с 2020 по 2023 год национальная экономика Республики Беларусь столкнулась с геополитической напряженностью и санкционным давлением со стороны зарубежных государств. Последствиями такого негативного влияния для предприятий стало сокращение доходов, снижение спроса, разрывы производственных и логистических цепочек, а также снижение инвестиций. В результате сложившихся условий предприятиям, чтобы предотвратить финансовую несостоятельность, следует обратить особое внимание на систему управления финансовым состоянием и принять меры по модернизации её управления. Так можно выделить один из эффективных инструментов управления финансовым состоянием компаний – бенчмаркинг.

Бенчмаркинг (от англ. benchmark – критерий, ориентир) – набор методик, которые позволяют изучить опыт конкурентов и внедрить лучшие практики в своё предприятие. Как правило, этот инструмент используют, чтобы сравнить свой бизнес с лучшими предприятиями на рынке, то есть с эталонами [1].

Основные принципы отличия бенчмаркинг от традиционного сравнительного анализа являются:

1) несколько эталонов (объектов) сравнения. Это предполагает наличие расширенной информационной базы нескольких предприятий;

2) принцип достоверности используемых информационных баз. В достоверной информационной базе отсутствуют искажения, такую базу можно сформировать на основе бухгалтерской (финансовой) отчетности или на основе маркетинговых разведок;

3) принцип аналогии. Показатели нескольких объектов сравнения должны быть аналогичными, так как действующим законодательством установлены обязательные критерии и состав бухгалтерской (финансовой) отчетности;

4) измеримость. Все показатели, используемые в бенчмаркинге, должны быть представлены в числовом выражении [2].

Главная цель финансового бенчмаркинга – это улучшение финансовой производительности предприятия. Финансовый бенчмаркинг помогает предприятиям определить свои сильные и слабые стороны, а также выявить области, в которых они могут улучшить свою финансовую производительность.

Выделяют следующие **задачи бенчмаркинга**:

- анализ собственных ресурсов, выявление достоинств и недостатков;
- разработка единого плана по устранению недостатков;
- анализ лидеров рынка и конкурентов, выявление плюсов и минусов в их работе;

- определение места предприятия в отрасли;
- сравнительный анализ - в сравнении с компанией-эталонном;
- анализ практик эталона;
- разработка программы на основе опыта эталона, внедрение в деятельность передовых практик;
- повышение качества продуктов;
- совершенствование бизнес-процессов [3].

Стоит понимать, что бенчмаркинг это не внедрение чужих практик, а комплексный подход к разработке плана развития на основе опыта конкурентов. Бенчмаркинг даёт возможность предприятию обучаться и совершенствоваться за счет заимствования и адаптации чужих идей.

Реализация бенчмаркинга проходит по алгоритму, который включает следующие шаги:

Определение цели и планирование по её достижению. Данная конкретизация обязательна и помогает установить сроки на каждый этап.

Сбор информации и отбор показателей для анализа. На этом этапе необходимо собрать достоверную информацию о том, как выполняются бизнес-процессы в компании, каковы ключевые показатели компании, а также собрать аналогичную информацию о конкурентах.

Выбор критериев оценки и анализ данных – данный этап включает в себя сравнение показателей, составление отчёта, обсуждение плана по достижению более высокой производительности предприятия.

Применение на практике и последующий мониторинг. На основе данных полученных в результате анализа, производится корректировка бизнес-процессов компании. Дальнейший мониторинг показателей компании покажет эффективность проведённых изменений [1].

Как уже было отмечено ранее, современные условия в которых на данный момент находятся белорусские предприятия, оказывают существенное влияние на систему управления их финансовым состоянием. В данном контексте, одним из важных инструментов, способствующих эффективному управлению финансами, является бенчмаркинг, который в свою очередь способствует развитию предприятий, позволяя им изучать и внедрять лучшие практики, добиваясь долгосрочной устойчивости и успеха. Однако в Республике Беларусь этот метод управления слабо развит, что составляет основную проблему. Среди основных негативных факторов, препятствующих ускоренному развитию бенчмаркинга, можно выделить следующие:

- отсутствие широкой осведомленности о пользе и преимуществах этого метода среди отечественных предприятий;
- недостаточное использование процедур управленческого менеджмента;
- недостаточное количество квалифицированных специалистов, которые могут провести необходимые исследования и реализовать бенчмаркинг на практике;
- определённая закрытость белорусского бизнеса;
- недостаточное сотрудничество и обмен опытом между организациями в рамках отрасли [4].

Рассматривая перспективу развития бенчмаркинга в нашей стране, стоит отметить его положительное влияние на бизнес-среду и повышение эффективности предприятий. Для достижения этой цели необходимо проведение ряда мероприятий, которые помогут поддержать и усилить развитие бенчмаркинга в стране.

Во-первых, проведение образовательных программ и тренингов – это основа для развития бенчмаркинга в Республике Беларусь. Обучение руководителей и сотрудников компаний методам и стратегиям бенчмаркинга позволит им осознать важность этого инструмента и усвоить необходимые навыки для его применения. Создание специализированных курсов по бенчмаркингу и организация международных тренингов позволят уравнивать знания и практики с мировыми стандартами, а также обмениваться опытом с зарубежными экспертами.

Во-вторых, необходимо создание специализированных центров или ассоциаций по бенчмаркингу, которые будут своего рода форумом для обмена опытом и лучшими практиками. Такие центры могут проводить регулярные семинары, конференции и круглые столы с участием специалистов из разных сфер бизнеса. Это позволит собрать вместе профессионалов, заинтересованных в развитии бенчмаркинга в стране, и вместе найти решения для улучшения бизнес-практик.

В-третьих, необходимо активно привлекать компании к участию в национальных и международных рейтингах и конкурсах, связанных с бенчмаркингом. Это будет стимулировать компании стремиться к улучшению своих показателей и практик с помощью изучения успешных примеров и подражания лучшим. Организация премий и наград за достижения в области бенчмаркинга также будет способствовать его развитию и привлечению большего внимания со стороны бизнес-сообщества.

В-четвертых, важно поддерживать и развивать научные исследования в области бенчмаркинга. Основываясь на научных достижениях, можно будет создать уникальные методы и инструменты бенчмаркинга, а также сформулировать рекомендации по их внедрению и использованию в белорусских компаниях. Это позволит стране занимать лидирующие позиции в мировой практике бенчмаркинга и привлекать внимание иностранных бизнес-партнеров.

В-пятых, предприятиям-лидерам необходимо перестать опасаться раскрытия информации, объясняющую их успешность. Свободный доступ к информации способствует привлечению инвестиций и позволяет лоббировать свои интересы на различных уровнях, а кодекс поведения при бенчмаркинге полностью защищает уникальную и запатентованную информацию предприятия.

Таким образом, рассмотренные мероприятия способны повлиять на развитие бенчмаркинга в Республике Беларусь. В долгосрочной перспективе, это повысит уровень бизнеса и конкурентоспособность отечественных предприятий в целом по стране и даже в мировом масштабе, что, в конечном счете, положительно отразится на качестве итоговой продукции, работ и услуг, и удовлетворении потребностей покупателя. Проведение образовательных программ, создание специализированных центров, активное участие в рейтингах и конкурсах, а также научные исследования – все это поможет развить бенчмаркинг в стране и увеличить пользу, которую он может принести белорусским предприятиям.

Список использованных источников

1. Равнение на конкурентов: что такое бенчмаркинг и где он применяется [Электронный ресурс] // rbc.ru. – Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/education/61540f1e9a7947ed382de149?from=copy>. – Дата доступа: 05.12.2023.

2. Шавшаева К.В., Карпушкин А.А. Бенчмаркинг как инструмент управления финансовым состоянием корпорации [Электронный ресурс]/ Шавшаева К.В., Карпушкин А.А // Бизнес и дизайн ревю. 2023. № 2 (30). С. 76-86. –Режим доступа: <https://obe.ru/wp-content/uploads/2023/05/9.-SHavshaeva-Karpushkin.pdf>. – Дата доступа: 05.12.2023.

3. Бенчмаркинг как один из инструментов оценки эффективности СУУ [Электронный ресурс] // cfin.ru. – Режим доступа: https://www.cfin.ru/management/controlling/manag_acc_sys.shtml. – Дата доступа: 05.12.2023.

4. Бенчмаркинг в управлении финансами компании [Электронный ресурс] // cyberleninka.ru, – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/benchmarking-v-upravlenii-finansami-kompanii/viewer>. – Дата доступа: 05.12.2023.