

# **Научный диалог: Экономика и менеджмент**

**Сборник научных трудов**

**по материалам  
XXII международной научной конференции**

**08 июня 2019 г.**



**Санкт-Петербург 2019**

## Содержание

<b>РАЗДЕЛ I. ЭКОНОМИКА</b> .....	4
<b>Валиева А.Р.</b> Налоговый контроль как основная форма государственного контроля.....	4
<b>Егорова Е.Н., Жарикова Л.В.</b> Особенности развития сегмента событийного туризма.	6
<b>Калдыбаев Е.К.</b> Агропромышленный комплекс Казахстана в условиях евразийской интеграции .....	9
<b>Крылов В.Е.</b> О системном подходе в управлении организацией .....	11
<b>Мусаев А.А., Фенин М.М.</b> Индикаторы структуры хаотической динамики валютных рынков .....	13
<b>Носкова Н.Ю.</b> Особенности бюджетирования в муниципальном казенном учреждении .....	18
<b>Осипова Е.С.</b> Налоговые риски государства при осуществлении налогового контроля: теоретический аспект.....	21
<b>Полтанова А.И., Маймакова Л.В.</b> Финансовый бенчмаркинг как инструмент управления финансами предприятия .....	24
<b>Сайфидинов Б., Бирюкова А.В.</b> Использование экологичных технологий в дизайне.	26
<b>Юрманова Е.А., Ромонова Ю.О.</b> Влияние диагностики финансово-хозяйственной деятельности на перспективу развития конкурентоспособности предприятия.....	29

В современной финансовой среде высокое значение имеют методы и инструменты, посредством которых осуществляется финансовый менеджмент. Руководство каждого предприятия стоит перед проблемой оценки финансовых показателей деятельности предприятия, которая может осуществляться различно в соответствии с выбранным подходом. Особенно актуальна проблема выбора подхода к оценке финансовых показателей для предприятий, работающих в конкурентной среде, так как малейшие проблемы предприятия становятся преимуществом конкурентов и причиной потери доли рынка. Таким образом, оценка финансовых показателей и подходы к их определению. Одним из инструментов финансового менеджмента является бенчмаркинг.

Финансовый бенчмаркинг предполагает сравнение финансовых показателей предприятия с показателями конкурентов. Предметом сравнения может быть любой показатель: от объема производства до рентабельности собственного капитала, если у предприятия есть доступ к данной информации. Анализ деятельности конкурентов является важнейшим условием для ведения конкурентной борьбы, а также проверки собственной политики: возможно, другая структура деятельности предприятия позволит повысить эффективность. Таким образом, анализ деятельности конкурентов и сравнительный анализ с деятельностью предприятия позволяют точно оценить положение компании по отношению к конкуренту, своевременно выявить ошибки в финансовом менеджменте, разработать политику менеджмента, которая будет способствовать укреплению позиций предприятия на рынке. Как и любой другой метод или модель в финансовом анализе, применение бенчмаркинга требует стандартизации, выработки алгоритма, в соответствии с которым будет осуществляться сравнительный анализ финансовой активности предприятий. На практике был выработан алгоритм, включающий в себя шесть ступеней. Первоначально осуществляется оценка целевого

предприятия посредством обязательной публикуемой отчетности. Руководство выделяет сильные и слабые стороны деятельности предприятия, а также потенциальные возможности повышения качества управления, проводит SWOT и PEST-анализ. На втором этапе определяются черты предприятия эталона или конкурента, деятельность которого будет сопоставима с деятельностью рассматриваемого предприятия, то есть сопоставление будет оправдано. Определение предприятия-эталона основывается на более детальном анализе бизнес процессов, атак же имеющиеся стандарты ISO и внутренние нормативы предприятия. На третьем этапе необходимо найти одну или несколько компаний по заданному образцу сопоставимости с рассматриваемым предприятием. Далее происходит этап анализа деятельности стороннего предприятия на основании публикуемой отчетности. В качестве эталона может быть выбрано не одно предприятие, в таком случае необходимо синтезировать показатели эталонных предприятий. По результатам анализа предприятия-эталона производится поиск узких мест для рассматриваемого



предприятия посредством обязательной публикуемой отчетности. Руководство выделяет сильные и слабые стороны деятельности предприятия, а также потенциальные возможности повышения качества управления, проводит SWOT и PEST-анализ. На втором этапе определяются черты предприятия эталона или конкурента, деятельность которого будет сопоставима с деятельностью рассматриваемого предприятия, то есть сопоставление будет оправдано. Определение предприятия-эталона основывается на более детальном анализе бизнес процессов, атак же имеющиеся стандарты ISO и внутренние нормативы предприятия. На третьем этапе необходимо найти одну или несколько компаний по заданному образцу сопоставимости с рассматриваемым предприятием. Далее происходит этап анализа деятельности стороннего предприятия на основании публикуемой отчетности. В качестве эталона может быть выбрано не одно предприятие, в таком случае необходимо синтезировать полученные значения. По результатам анализа предприятия-эталона производится поиск узких мест для рассматриваемого предприятия, поиск потенциальных возможностей и выработка рекомендаций для совершенствования финансового менеджмента. На последнем этапе предприятие осуществляет контроль внедренных мероприятий и вторично оценивает показатели финансового менеджмента с целью оценки результативности проведенного бенчмаркинга. Преимущества бенчмаркинга заключаются в широком применении полученных данных о сторонних организациях. Финансовый менеджмент в виде бенчмаркинга получает инструмент для стратегического планирования развития организации с учетом знания об основных конкурентах на рынке, особенностей отрасли и отличий менеджмента данного предприятия от прочих предприятий. Данная модель подходит для малого и крупного бизнеса, однако в этих двух случаях она имеет разное значение. Малые предприятия могут использовать показатели другого предприятия для выявления ошибок и потенциальных возможностей, корректировки своей внутренней политики.

Крупные предприятия могут использовать отчетность конкурентов для определения их характерных особенностей, сильных слабых мест, для корректировки конкурентной политики и защиты от рыночных рисков. Бенчмаркинг так же имеет недостатки. Так как на рынке не существует двух идентичных компаний, то и сравнение с предприятием-эталонем не всегда будет корректным, так как предприятие не может учесть влияния различных внутренних факторов. Использование же нескольких предприятий существенно усложняет задачу и делает расплывчатыми характеристики конкурента предприятия, то есть результаты становятся менее реалистичными. Среди предприятий малого и среднего бизнеса существует проблема закрытых отчетностей, в результате чего провести анализ ближайшего конкурента невозможно из-за отсутствия данных. Кроме того, бенчмаркинг является относительно дорогим инструментом, так как требует наличия в штате высококвалифицированного персонала, который будет осуществлять трудоемкую работу по поиску и анализу данных, а также по интерпретации полученных значений. Таким образом, на сегодняшний день бенчмаркинг в большей степени доступен крупным предприятиям, так как они располагают достаточным количеством средств и функционируют среди конкурентов с открытыми данными. Несмотря на трудоемкий и сложный процесс, бенчмаркинг предоставляет возможность более точной оценки финансового менеджмента, а также выработка более эффективной стратегии развития предприятия.

\*\*\*

1. Донцова Л.В. Бенчмаркинг как инструмент оценки эффективности системы внутреннего контроля. Монография; Проспект - М., 2016. - 248 с.
2. Касимова Д.Ф. Обзор методик финансового анализа, утвержденных нормативно-правовыми актами // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. 2015. №3(53). С. 242–245.
3. Кузнецов Ю.В., Подлесных В.И. Основы финансового менеджмента. СПб.: Олбис, 2015.

4. Логинова Е.Ю. Бенчмаркинг – инструмент развития конкурентных преимуществ; Научная книга - М., 2016. - 53 с.
5. Соловьева Ю.Н. Конкурентные преимущества и бенчмаркинг. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры; Юрайт - М., 2016. - 63 с.