

Проверка реальностью: как современные ИТ-системы позволяют проводить комплексный бенчмаркинг



Илья Мунерман
директор Исследовательского центра «Интерфакс-ЛАБ»



Юлия Михайлова
директор по развитию системы «СКАН-Интерфакс»



Надежда Юхина
эксперт в сфере анализа и контроля закупок, Группа «Интерфакс»

Возможность сравнить себя с конкурентами позволяет получить важную информацию о своем бизнесе: оценить его эффективность в контексте отрасли, показать реальные точки роста, выявить слабые места в работе менеджеров или, наоборот, по заслугам оценить их достижения, которые укрепили позиции компании на рынке.

В условиях рынка постоянно требуются метрики для сопоставления себя и с конкурентами, и с лучшей, эталонной, практикой. К счастью, сегодня для бенчмаркинга не нужно тайком собирать секреты конкурентов или нанимать армию аналитиков. Любой бизнес «засвечивается» на рынке через сотни различных информационных окошек. Про каждую компанию, даже ООО, доступны огромные массивы официально раскрываемой информации. Про нее пишут в соцсетях и в СМИ. Сотни тысяч компаний участвуют в регулируемых закупках, лицензируются, работают в интернете. Сложность лишь в том, что это большие и постоянно меняющиеся данные, и для их анализа неизбежно придется воспользоваться профессиональными инструментами. Посмотрим, как их можно использовать на практике для решения конкретных задач.

Сравнение показателей финансовой эффективности

Для оценки своей финансовой эффективности в контексте отрасли нужна правильная выборка и возможность проанализировать различные показатели. Это умеет система «СПАРК-Интерфакс», в которой аккумулируется вся информация о бизнесах. Многие ее инструменты специально «заточены» под сравнительный анализ компаний по выбранным категориям.

Илья Мунерман, директор Исследовательского центра «Интерфакс-ЛАБ»

Первое, что нужно для корректного анализа, – это формирование адекватной выборки, с которой будет проводиться сравнение. Существуют десятки критериев, включая очень оригинальные, по которым в СПАРК доступно формирование выборок. Если мы говорим об отраслевом бенчмаркинге, логично проводить сравнение с компаниями, занимающимися теми же видами деятельности.

Первичный отбор можно провести по названию отрасли или даже непосредственно по ОКВЭД. При этом есть фильтры, позволяющие отсеять компании с признаками неблагонадежности, не ведущие реальной деятельности, чтобы они не исказили общую картину. Функционал системы также позволяет сопоставить компанию и с самостоятельно сформированным перечнем конкурентов. Все готовые выборки можно сохранить в системе и поставить на мониторинг, чтобы отслеживать динамику.

Возможности машинного анализа позволяют сравнить себя по выбранным финансовым показателям не только с конкурентами, но и со средними значениями по отрасли. Рассчитать медиану, которая наглядно покажет место компании на рынке. Самыми наглядными в этом отношении будут показатели выручки, прибыли, размер чистых активов.

ООО "ЭСТЕТИЧЕСКАЯ МЕДИЦИНА"



СПАРК-Финансы

Еще



Анализ

Сравнение

2019 ▾ RUB ▾ x 1 000 ▾

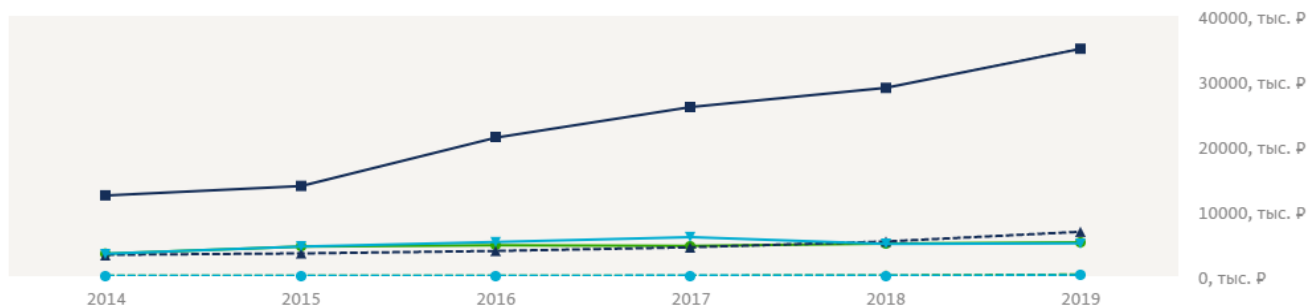
Показано 3 из 139

Сопоставление с отраслью, списками и регионами



По умолчанию

Отрасль · 86.21 · Общая врачебная практика



Наименование	Значение	Медиана по отрасли	Отклонение от медианы по отрасли	Прирост, %	Медиана прироста по отрасли, %	Отклонение прироста от медианы по отрасли, %
Актив баланса						
☒ Чистые активы, тыс. Р	5 192	241	4 951	4.22	3.53	0.69
Доходы и расходы по обычным видам деятельности						
☒ Выручка, тыс. Р	34 961	6 823	28 138	20.8	11.83	8.97
Операционные доходы и расходы						
☒ Чистая прибыль (убыток), тыс. Р	5 074	147	4 927	2.05	14.18	-12.13

Пример расчета отраслевой медианы и сравнение ее с показателем конкретной компании

Также можно сравнить производительность труда, среднюю зарплату, размер налоговой нагрузки. При этом нужно помнить про характерные для каждой отрасли особенности организации бизнеса, которые могут влиять на итоговые показатели.

Возьмем для примера большой нефтяной холдинг, в который входит полсотни юрлиц. Если посчитать производительность труда в головном офисе с одной-двумя тысячами сотрудников, она получится запредельной, а на аналогичном по численности региональном предприятии, направляющем большую часть прибыли в головную компанию, этот показатель будет очень скромным. Или возьмем бизнес поменьше – фитнес-центр, где все тренеры работают как ИП. В этом случае производительность труда – в принципе не тот показатель, который действительно о чем-то говорит. В части налоговой нагрузки стоит помнить, что значение имеют не только абсолютные показатели, но и их соответствие установленным нормативам ФНС (если она меньше – это предвестник будущих проблем юрлица с налоговыми органами).

Один из важнейших показателей, который необходимо включать в оценку финансового состояния компаний, – их исковая нагрузка. Поясню причину. Например, чистые активы юрлица по данным отчетности составляют 800 млн рублей, но при этом на нем висит судебный иск от ФНС на 300 млн рублей с формулировкой «систематически перечисляли денежные средства в пользу фирм-однодневок». По судебной статистике вероятность удовлетворения такого иска по отношению к среднему бизнесу составляет 94%. Это значит, что размер чистых активов компании можно уменьшать на 300 млн рублей, потому что эту сумму она неизбежно выплатит ФНС.

В некоторых видах бизнеса, допустим, в сфере эстетической медицины, даже количество судебных исков может быть говорящим показателем, который следует учитывать при сравнении бизнесов. Практически для любого бизнеса всплеск судебных исков может говорить о том, что у компании возникли трудности и она не выполняет свои обязательства перед контрагентами. Такие данные как число судебных исков (в том числе и в динамике), содержание исковых требований и размеры исковых обязательств также доступны в сервисах СПАРК для проведения сравнительного анализа.

Помимо исковой нагрузки, СПАРК позволяет сравнивать и многие другие неявные показатели, которые оказываются важными при сравнении реальной эффективности бизнесов.

Оценка эффективности службы продаж

Компании оценивают эффективность службы продаж исходя из увеличения выручки. Однако сама по себе эта цифра мало что говорит, если нет информации, сколько составил рост выручки за тот же период у ваших конкурентов. Система «Маркер-Интерфакс», накапливающая данные обо всех государственных и коммерческих тендерах, позволит оценить реальное положение и потенциал вашей компании на рынке регулируемых закупок.

«Маркер» агрегирует сведения более чем из 300 источников, включая данные Единой информационной системы в сфере закупок и операторов электронных площадок. Это госзакупки, регламентируемые федеральными законами 44 и 223, а также коммерческие торги, которые проводятся на открытых площадках. Система позволяет провести аналитику как по любой из трех сторон торгов – заказчику, поставщику, организатору торгов – так и по различным видам продукции. Посмотрим, какая информация доступна в системе и как ее можно использовать для оценки эффективности закупок в компании.

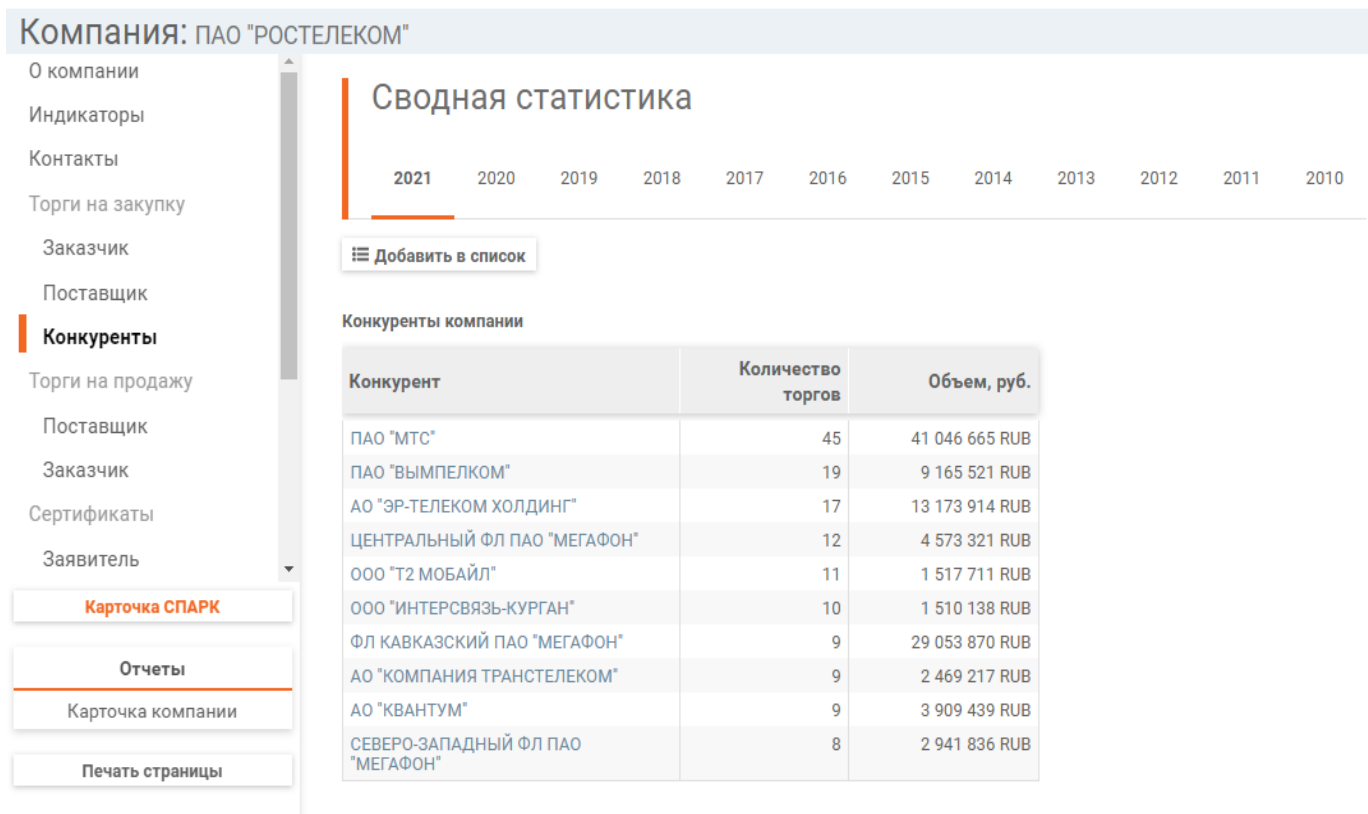
*Надежда Юхина, эксперт в сфере анализа и контроля закупок,
Группа «Интерфакс»*

При помощи «Маркера» вы можете увидеть актуальный расклад сил по закупкам в интересующей вас отрасли: кто крупнейшие покупатели, кто их главные поставщики, на каких условиях приобретается товар. Выстроить связи. Например, увидеть, что некая компания отдает предпочтение одним и тем же поставщикам, закупая у них на одних и тех же условиях, или наоборот: обнаружить, что поставки компании сконцентрированы на одном заказчике – для этого в системе даже есть отдельный индикатор.

Фильтр по рынкам поможет собрать статистику по разыгранным контрактам в интересующей вас тематике и сформировать список поставщиков за выбранный период. При этом нет необходимости просматривать весь массив данных – задав сортировку по стоимости торгов, можно поискать, например, только самые крупные. Поиск торгов можно вести как по отраслям, так и по конкретным видам продукции, вплоть до ГОСТов на запчасти – в системе индексируется вся тендерная документация, где содержатся эти данные.

Таким способом можно узнать ваших ближайших конкурентов и оценить их или вашу собственную долю на рынке. Скажем, если за год общая сумма контрактов на определенную запчасть составила 1 млн рублей, компания-1 заработала на этом 500 тыс., компания-2 – 300 тыс., а все остальное – контракты по 50-100 тыс. рублей, несложно рассчитать, у кого какая доля.

Собрать информацию и сформировать отчет о количестве и объеме закупок можно как по одной компании, так и по целому перечню. Зная весь объем заключенных контрактов и процент участия в них ваших конкурентов, можно оценить эффективность собственной службы продаж. Допустим, ваша компания приняла участие в 200 закупках и получила 200 контрактов – вроде бы есть повод для победных реляций. А оказывается, по этому виду продукции проводилось 1200 закупок, и ваш прямой конкурент выиграл 400.



Пример конкурентной разведки на рынке телекоммуникационных услуг на примере ПАО «Ростелеком».

В разбивке по годам можно увидеть, сколько торгов и с каким объемом контрактов выиграли конкуренты компании

Помимо того, что можно увидеть, сколько ваши конкуренты получают по госконтрактам, в системе есть отдельные индикаторы, указывающие на их проблемы с поставками. Возможно, компания, которую вы числите среди своих основных конкурентов, теперь состоит в Реестре недобросовестных поставщиков с потерей основного дохода и блокированием дальнейшей деятельности в рамках 44-ФЗ и 223-ФЗ. Или у нее финансовые проблемы из-за большого количества расторгнутых контрактов и неустоек.

Статус (СПАРК):
ДействующееПоследняя активность:
01.09.2020 00:00Добавить в список
в списке компаний (2) ★

Добавить комментарий

Компания: ООО "СВОБОДНЫЙ СОКОЛ"

О компании

Индикаторы

Контакты

Торги на закупку

Поставщик

Конкуренты

РНП **Входит**

Штрафы

ФАС

Карточка СПАРК

Отчеты

Карточка компании

Печать страницы

Поставщик в закупочной деятельности

11

негативных
индикаторов*

Последняя дата активности компании на рынке госзаказа 01.09.2020 г.
Объем заключенных поставщиком контрактов в рамках 44ФЗ за 2020г. составляет 1 086 731,54 руб..

В 2020 г. поставщик исполнял контракты: количество заказчиков - 4, регионов - 2.

*Негативные индикаторы позволяют оценить благонадежность компании, стабильность хозяйственной деятельности на основании активности в сегменте госзаказа. Чем больше негативных индикаторов, тем выше риски в работе с поставщиком.

Подробнее в разделе «Поставщик»

Индикаторы на поставщика



Входит в РНП

Подробнее в разделе РНП ^

Активность компании, связанная с участием в торгах временно ограничена. Основные причины включения в РНП - уклонение от заключения государственного контракта или его ненадлежащее исполнение. Может негативно повлиять на финансовую стабильность компании, повышает риск неисполнения уже заключенных контрактов



Снижение объема обязательств по госконтрактам относительно среднего 44ФЗ



Поставщик снижает активность в заключении контрактов по 44ФЗ относительно среднего за прошедшие периоды.



Снизился объем обязательств по госконтрактам



Наблюдается тенденция к существенному снижению объема текущих обязательств по планируемым выплатам заказчиков. Рекомендовано оценить финансовое состояние компании, проверить качество предлагаемых товаров/ работ/ услуг. Существует риск снижения себестоимости, что может негативно повлиять на результат.



Поставщик сконцентрирован на одном заказчике



Поставочный риск. Риск неисполнения обязательств в случае потери договора с ключевым заказчиком.



Расторгнут контракт по решению суда



Высокий риск неисполнения обязательств по текущим контрактам с последующим включением в РНП. Чем больше объем недополученных средств поставщиком в процессе расторжений, тем выше вероятность неисполнения обязательств поставщиком по остальным контрактам. Целесообразно оценить, какой объем обязательств выполнил поставщик. Чем больше объем недополученных по причине расторжения средств, тем выше вероятность неисполнения обязательств поставщиком по остальным контрактам.



Расторгнут контракт по требованию заказчика



Высокий риск неисполнения обязательств по текущим контрактам с последующим включением в РНП. Чем больше объем недополученных средств поставщиком в процессе расторжений, тем выше вероятность неисполнения обязательств поставщиком по остальным контрактам. Целесообразно оценить, какой объем обязательств выполнил поставщик. Чем больше объем недополученных по причине расторжения средств, тем выше вероятность неисполнения обязательств поставщиком по остальным контрактам.



Взыскивались штрафы/пени

Подробнее в разделе Штрафы ^

В отношении поставщика применялись меры ответственности за нарушения условий контракта. Отнеситесь внимательно к процедуре приемки товаров, работ, услуг



Входит в РНП с потерей основного источника дохода

Подробнее в разделе РНП ^

Фактические выплаты по итогам года составляют не менее 60% от выручки поставщика и при попадании в РНП возникает высокая вероятность потери основного дохода с последующей ликвидацией компании. Для текущих контрактов поставщика в процессе исполнения велика вероятность сильного сокращения ресурсов, что по практике срывает налаженные процессы и приводит к расторжениям контрактов. Рекомендуется взять на особый контроль сроки и объем текущих обязательств. Не рекомендуется заключать новые договоры с поставщиком.



Находясь в РНП, компания вновь нарушает обязательства

Подробнее в разделе РНП ^

Пример индикаторов, указывающих на проблемы у поставщика

Эти инструменты «Маркера» можно применять и для поиска новых заказов. Например, расширив круг возможных закупщиков по перечню найденных контрактов. Автоматический поиск нужных вам закупок позволит увеличить количество и ускорить отбор новых тендеров.

Анализ репутационных рисков

Влияние имиджа на успешность компании становится все сильнее. При этом первые сигналы о любых проблемах бизнеса чаще всего появляются именно в медиа, а иногда – и только там. Возможность контролировать то, что пишут о вашей компании, видеть свое отражение в информационном пространстве и сравнивать себя с конкурентами дает система «СКАН-Интерфакс», собирающая публикации из более чем 50 тысяч источников.

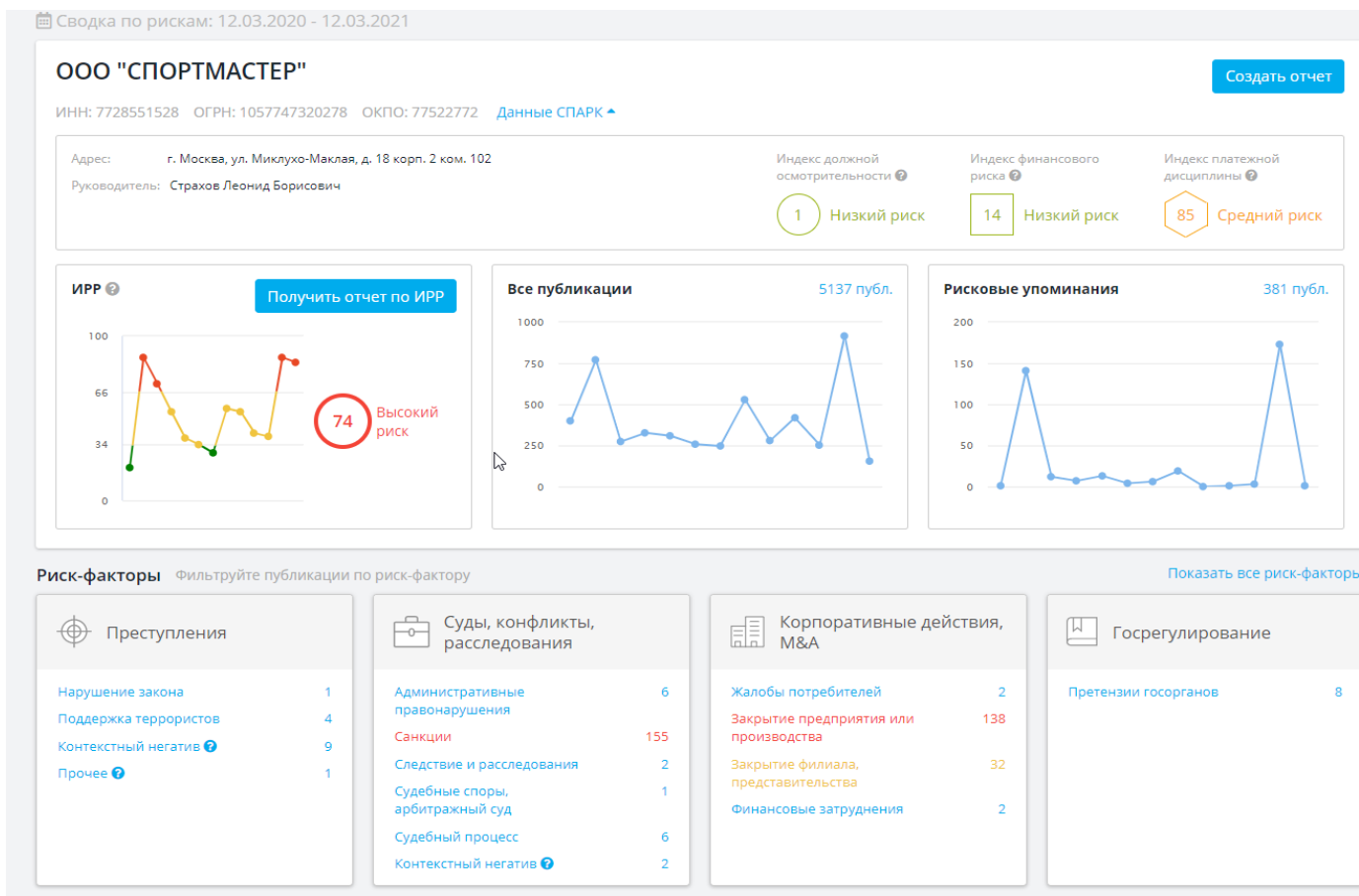
Юлия Михайлова, директор по развитию системы «СКАН-Интерфакс»

Самая простая, базовая функция, которая есть в системе СКАН, – это возможность отслеживать публикации, любые упоминания компании в медиа и проводить сравнение с конкурентами. Мы собираем информацию из источников, которые можно ранжировать условно по трем уровням значимости. Первый – это первоисточники – материалы ведущих информагентств и центральных газет и журналов (включая материалы платной подписки), существенные факты эмитентов, решения арбитражных судов, вестник банкротств, сайты самих компаний и ведомств, где публикуются различные протоколы и другие документы. Второй – региональные и специализированные издания. Третий – агрегаторы, собирающие чужой контент. Мониторинг можно вести и по всей базе, и по пулу специально отобранных СМИ, которые могут иметь реальное влияние на репутацию компании.

Досье на конкретную компанию можно собрать как по ее названию, так и по ИНН. При этом в системе уже есть фильтр от «однофамильцев». При обработке массива информации СКАН из десятков и сотен одинаковых наименований выделяет нужное юрлицо по набору дополнительных параметров (таких как география, вид деятельности и т.д.) и привязывает публикацию именно к нему.

Частота упоминаний в СМИ сама по себе сегодня не такой важный показатель. А вот отсутствие новостей может возбудить подозрения, что компания прекратила жизнедеятельность. Еще один интересный маркер – нетипичный информационный всплеск, который может свидетельствовать о незапланированной активности вокруг компании.

Более продвинутая функция – проверка репутации. СКАН позволяет отследить публикации с упоминанием фактов, относящихся к различным категориям рисков, таким как банкротства, громкие увольнения, претензии антимонопольных органов, коррупционные скандалы, аварии на производстве. При желании можно сузить контекст проверки до набора конкретных рисков или одной интересующей темы.

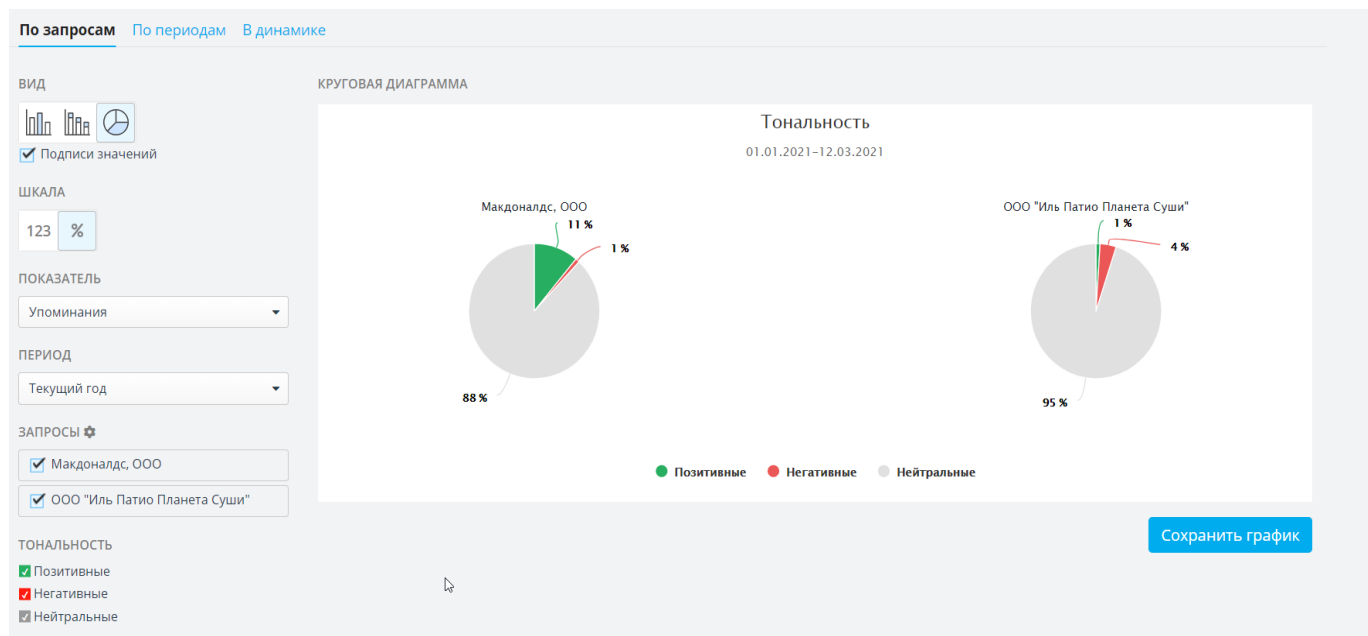


Пример сводного отчета по репутационным рискам для компании. На панели риск-факторов собраны риски, в контексте которых компания упоминалась в СМИ. Цифрами обозначено количество публикаций по каждой теме

Для около 300 тысяч компаний, которые появляются в СМИ, мы рассчитываем Индекс репутационного риска. Если ваша компания есть в этом перечне, это удобный индикатор для сравнения с конкурентами как в части репутации, так и в отношении реальных бизнес-рисков.

Еще одна аналитическая функция СКАНа – оценка тональности по отношению к выбранной компании. У нас есть три градации: нейтральная, позитивная, негативная. При этом она может изменяться в зависимости от того, кто является объектом поиска. Например, Центробанк отозвал лицензию у некоего банка. По отношению к ЦБ РФ эта новость будет маркирована как нейтральная, а по отношению к банку, который остался без лицензии, – как негативная.

Для оценки своей репутации можно провести анализ соотношения негативных упоминаний с позитивными и нейтральными – и в целом, и в разрезе какой-либо темы. Например, вы работаете в ресторанном бизнесе и хотите понять, как проблемы в период пандемии отразились на вас и ваших конкурентах. Скажем, у вас доля негатива 8% – это много или мало? А если у конкурентов она – от 2 до 20?



Пример сравнения тональности публикаций о двух ресторанных сетях за один период времени

Свою репутацию можно контролировать и в динамике. В СКАНе можно подключить мониторинг для списка компаний с настройкой всех интересующих вас нюансов и оперативно отслеживать изменения окружающей вас информационной среды.

Примеры, о которых мы рассказали, могут стать основой для важных выводов. Что можно сделать для улучшения финансовых показателей компании? Какие приоритеты необходимо ставить менеджменту в сфере повышения эффективности? Где есть резервы в части работы компании с клиентами? Какие репутационные факторы работают «за» и «против» вашего бизнеса и чем должна заняться PR-служба?

Таким образом, бенчмаркинг – это не просто информация «к сведению». Он помогает лучше понять положение дел в компании и внести вклад в стратегический план ее развития. ∞