

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Сыктывкарский государственный университет
имени Питирима Сорокина»

(ФГБОУ ВО «СГУ им. Питирима Сорокина»)



СЫКТЫВКАРСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
имени Питирима Сорокина

Развитие малого и среднего предпринимательства: проблемы и перспективы

*В рамках федеральной инновационной площадки
«Подготовка управленческих кадров для Севера и Арктики»
ФГБОУ ВО «Сыктывкарский государственный университет
имени Питирима Сорокина»*

***Международная научно-практическая конференция,
г. Сыктывкар, 20 октября 2024 г.***

Сборник статей

Текстовое научное электронное издание на компакт-диске

Сыктывкар
Издательство СГУ им. Питирима Сорокина
2024

ISBN 978-5-87661-922-8 © ФГБОУ ВО «СГУ им. Питирима Сорокина», 2024
© Оформление. Издательство СГУ им. Питирима Сорокина, 2024

[Титул](#)

[Об издании](#)

[Производственно-технические сведения](#)

[Содержание](#)

Все права на размножение и распространение в любой форме остаются за организацией-разработчиком.
Нелегальное копирование и использование данного продукта запрещено.

*Издается по решению Редакционно-издательского совета
ФГБОУ ВО «СГУ им. Питирима Сорокина» (протокол № 6 от 10.09.2024)*

**ФГБОУ ВО «Сыктывкарский государственный университет
имени Питирима Сорокина» совместно с
Полоцким государственным университетом имени Евфросинии Полоцкой
(Республика Беларусь),
Академией управления при Президенте Республики Беларусь
(Республика Беларусь)**

При информационной поддержке научного журнала
«Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера:
Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования
Сыктывкарского государственного университета имени Питирима Сорокина»
(входит в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий ВАК РФ)

Ответственный редактор:

А. П. Шихвердиев, д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой экономической теории
и корпоративного управления Института экономики и управления
ФГБОУ ВО «СГУ им. Питирима Сорокина»

Члены редакционной коллегии:

В. П. Герасенко, д-р экон. наук, профессор Академии управления
при Президенте Республики Беларусь;

В. С. Екимова, эксперт Научно-исследовательского центра корпоративного права,
управления и венчурного инвестирования ФГБОУ ВО «СГУ им. Питирима Сорокина»;

О. А. Селякова, эксперт Научно-исследовательского центра корпоративного права,
управления и венчурного инвестирования ФГБОУ ВО «СГУ им. Питирима Сорокина»;

Е. С. Касев, эксперт Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления
и венчурного инвестирования ФГБОУ ВО «СГУ им. Питирима Сорокина»;

И. В. Ильчуков, эксперт Научно-исследовательского центра корпоративного права,
управления и венчурного инвестирования ФГБОУ ВО «СГУ им. Питирима Сорокина»

Развитие малого и среднего предпринимательства: проблемы и перспективы [Электронный ресурс] : Международная научно-практическая конференция, г. Сыктывкар, 20 октября 2024 года : сборник статей : текстовое научное электронное издание на компакт-диске / отв. ред. А. П. Шихвердиев ; ФГБОУ ВО «Сыктыв. гос. ун-т им. Питирима Сорокина». – Электрон. текстовые дан. (2,9 Мб). – Сыктывкар: Изд-во СГУ им. Питирима Сорокина, 2024. – 1 опт. компакт-диск (CD-ROM). – Систем. требования: ПК не ниже класса Pentium III ; 256 Мб RAM ; не менее 1,5 Гб на винчестере ; Windows XP с пакетом обновления 2 (SP2) ; видеокарта с памятью не менее 32 Мб, экран с разрешением не менее 1024 × 768 точек ; 4-скоростной дисковод (CD-ROM) и выше, мышь ; Adobe Acrobat Reader. ISBN 978-5-87661-922-8

Сборник содержит результаты Международной научно-практической конференции «Развитие малого и среднего предпринимательства: проблемы и перспективы», которая была организована в рамках федеральной инновационной площадки «Подготовка управленческих кадров для Севера и Арктики» Сыктывкарским государственным университетом имени Питирима Сорокина.

Представленные материалы отличаются актуальностью, затрагивают широкий круг вопросов современного научного знания в области экономических наук.

Издание осуществлено при информационной поддержке научного журнала «Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета имени Питирима Сорокина».

**УДК 338.2
ББК 65.05**

Бенчмаркинг в системе современного менеджмента: перспективы развития в Республике Беларусь

Е. А. Гречишкина,

*канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой маркетинга
и международного менеджмента*

Полесский государственный университет

Е.Р. Шуманская,

студент

Полесский государственный университет

***Аннотация.** В настоящее время бенчмаркинг играет важную роль в стратегическом планировании и улучшении деятельности организаций. Для долгосрочного выживания компаний необходимо постоянно развиваться и адаптироваться к потребностям рынка, чтобы оставаться конкурентоспособными и соответствовать современным требованиям: предлагать высокий уровень продукции, повышенное качество, более быструю доставку и доступные цены. Статья содержит обзор и руководство по применению бенчмаркинга в системе современного менеджмента и раскрывает потенциал развития бенчмаркинга в Республике Беларусь.*

***Ключевые слова:** бенчмаркинг, бизнес-процесс, стратегия, инструмент, компания, улучшение, конкуренты, процессы, анализ*

Бенчмаркинг выступает важнейшим структурным «технологическим звеном» в системе менеджмента, позволяет эффективно обнаруживать риски и возможности бизнеса и учитывать их при построении бизнес-стратегии фирмы в условиях турбулентной среды. В связи с этим изучение вопросов применения бенчмаркинга в практике белорусских организаций является актуальным направлением исследований.

Бенчмаркинг (от англ. benchmark – эталон, ориентир) представляет собой процесс слияния методов, технологий менеджмента и маркетинга в форме анализа, являясь одним из фундаментальных бизнес-процессов современной компании и позволяя системно подходить к выявлению ключевых ориентиров ее развития, способствующих повышению эффективности корпоративного менеджмента.

Концепция бенчмаркинга возникла в конце 1950-х гг., когда японские специалисты посещали компании в США и Западной Европе с целью изучения и использования их опыта. Они проводили исследования не только продукта, но и процесса. В Японии термин «бенчмаркинг» связан с понятием dantotsu, что означает стремление лидера быть еще лучше и вкладывать усилия в достижение этой цели. Впервые понятие бенчмаркинга было сформулировано в начале 1980-х гг. Р. Кэмпом, который утверждал, что бенчмаркинг – это поиск лучших в отрасли мето-

дов, которые ведут к наивысшим достижениям [1, с. 372]. С начала 1900-х гг. бенчмаркинг использовался как инструмент для оценки уровня продукции путем изучения того, как конкуренты создают свои продукты и насколько эти продукты успешны.

В современном мире бенчмаркинг рассматривается как метод оценки стратегий и целей организации путем сравнения с передовыми предприятиями, с целью определения своей позиции на конкурентном рынке. Это позволяет организации определить свои сильные и слабые стороны, выявить лучшие практики и инновации, адаптировать их для своих потребностей и улучшить свою конкурентоспособность, что особенно актуально в условиях изменяющейся бизнес-среды [2].

Цель анализа связана с главной целью бизнеса – улучшение таких показателей, как прибыль, доля на рынке и удовлетворение потребителей.

Для достижения целей бенчмаркинга требуется выполнить следующие задачи:

- определить, какой продукт, процесс или функцию в организации необходимо сравнить;
- идентифицировать конкурентов и компании из других сфер, которые будут использованы для сравнения;
- установить критерии для сравнения;
- провести анализ опыта компаний, сравнить их практики;
- выделить лидеров рынка и примеры передового опыта;
- изучить ресурсы собственной компании, выявить ее сильные и слабые стороны;
- принять решение о том, как лучшие практики могут быть применены с учетом возможностей компании.

Таким образом, бенчмаркинг способствует развитию критического мышления в организации по отношению к текущим бизнес-процессам, стимулирует процесс обучения, создает мотивацию для улучшений, помогает обнаружить источники инноваций и лучшие рабочие методы, а также определяет новые стандарты для измерения показателей бизнес-процессов.

По мере развития бенчмаркинга были выделены три основных его вида, которые представлены в таблице [3, с. 114].

Таблица

Основные виды бенчмаркинга

Вид бенчмаркинга	Описание
Внутренний	проводится внутри компании и основывается на сравнении характеристик схожих или сопоставимых процессов, продуктов или услуг

Вид бенчмаркинга	Описание
Функциональный	направлен на сравнение процессов организации с аналогичными процессами другой организации в отличающейся сфере деятельности
Обобщенный	предполагает сравнение с организациями, которые являются образцами успеха в данной отрасли. Многие из таких компаний публикуют свои результаты в открытых источниках, что облегчает доступ к информации. Из этих публикуемых данных отбираются наиболее подходящие процессы и подходы к работе, которые могут быть адаптированы для применения в собственной организации

Выбор того или иного вида зависит от предполагаемой к реализации стратегии организации и компетенции ее менеджмента. В настоящее время не существует единой методики осуществления бенчмаркинга, однако его базовые принципы и этапы проведения неизменны.

Реализация механизма бенчмаркинга представлена на рисунке [4, с. 96].



Рис. Реализация механизма бенчмаркинга

Однако каждое предприятие, проводящее бенчмаркинг, должно понимать, что собранная информация может подтвердить бессмысленность осуществле-

ния какого-либо запланированного проекта в силу выявленных ограничений в материальных, финансовых и трудовых ресурсах.

Примерами успешного применения бенчмаркинга является опыт таких компаний, как Toyota (применила принципы бенчмаркинга для разработки системы Lean-производство), Marriott International (применяет бенчмаркинг для постоянного улучшения своего обслуживания клиентов), Apple (использует бенчмаркинг для изучения и адаптации лучших практик в области дизайна из различных отраслей, включая моду, дизайн техники и промышленный дизайн), Zappos (применяет бенчмаркинг, изучая лучшие практики в сфере обслуживания клиентов, стремится превзойти ожидания клиентов и создать уникальный опыт покупки, что приводит к высокому уровню лояльности и удовлетворенности клиентов) и др.

Таким образом, можно сделать вывод, что успешные компании используют бенчмаркинг как инструмент для постоянного улучшения своих процессов, продуктов и обслуживания. Они стремятся быть лидерами в своей отрасли, применяя передовые практики и инновации, и это помогает им достичь конкурентного преимущества и долгосрочного успеха.

В Республике Беларусь бенчмаркинг имеет потенциал для дальнейшего развития и применения в различных секторах экономики:

- отраслевой бенчмаркинг: белорусская экономика включает разнообразные отрасли, такие как промышленность, сельское хозяйство, транспорт, строительство, торговля, информационные технологии и др. Внедрение отраслевого бенчмаркинга позволит компаниям находить лучшие практики и улучшать свою конкурентоспособность;

- государственный бенчмаркинг: государственные предприятия и организации в Беларуси также могут использовать бенчмаркинг для повышения эффективности своих процессов и улучшения качества предоставляемых услуг. Применение государственного бенчмаркинга может способствовать оптимизации государственного управления и повышению удовлетворенности граждан, например, путем получения обратной связи от граждан о качестве предоставляемых государственных услуг;

- международный бенчмаркинг: белорусские компании могут использовать международный бенчмаркинг для сравнения своей производительности и практик с зарубежными компаниями, что позволит выявить области для улучшения и адаптации передовых международных стандартов и методологий;

- бенчмаркинг в области инноваций: Беларусь ставит перед собой амбициозные цели в области инноваций и развития высоких технологий, поэтому бенчмаркинг может быть использован для изучения передовых инновационных практик и технологий, а также для определения лучших подходов к развитию инновационной культуры и экосистемы;

– образовательный бенчмаркинг: в образовательной сфере Беларуси бенчмаркинг предоставит возможность учебным заведениям определить лучшие практики в обучении, оценке и развитии студентов, что положительно скажется на повышении качества образования и подготовке конкурентоспособных специалистов.

В целом, развитие бенчмаркинга в Беларуси предоставляет возможности для компаний и организаций различных отраслей экономики достичь более высоких уровней производительности, качества и конкурентоспособности. Применение бенчмаркинга может способствовать развитию инноваций, оптимизации бизнес-процессов и улучшению услуг, что в конечном счете положительно скажется на экономическом развитии страны.

Системное понимание конкурентов, которое обеспечивает бенчмаркинг, помогает точно оценить собственную позицию организации и тем самым эффективно взаимодействовать с потребителем, что обещает завоевание новых ниш на конкурентном рынке, получение большего дохода, достижение поставленных целей. Как правило, новации рождаются при системном анализе опыта многих компаний. Бенчмаркинг в качестве такого рода системного анализа порождает новые продуктивные стратегии поведения субъектов хозяйствования на рынке, позволяет систематически принимать инновационные решения и быть устойчиво конкурентоспособными.

1. Курина Т. Н., Бенчмаркинг в системе современного менеджмента // Креативная экономика. 2022. № 3. С. 1015–1030.

2. Hrechyshkina O., Samakhavets M. Changing business environment in Belarus // Journal of Geography, Politics and Society : interdisciplinary journal. 2019. Vol. 9. Nr 1. Ph. 1–11.

3. Князев Е. А., Евдокимова Я. Ш. Бенчмаркинг для вузов : учеб.-методич. пособие. М.: Университетская книга, Логос, 2021. 205 с.

4. Бенчмаркинг : учебное пособие / сост. И. В. Логинова; Ульян. гос. техн. ун-т. Ульяновск: УлГТУ, 2021. 156 с.

Содержание

<i>Алтуфьева Т. Ю.</i> Технологические стартапы: создание и продвижение в целях укрепления технологического суверенитета регионов РФ	5
<i>Афанасьев В. Б.</i> Управление цифровой трансформацией процесса интегрированного бизнес-планирования	10
<i>Бушуева Л. И., Попова Ю. Ф.</i> Концептуальные аспекты управления взаимодействием вуза и региона по достижению целей устойчивого развития	15
<i>Герасенко В. П., Карпов А. А.</i> Проблемы и направления совершенствования реализации проектов государственно-частного партнёрства в сфере транспортных услуг	22
<i>Горкавский Д. О., Герасенко В. П.</i> Перспективы применения механизма государственно-частного партнерства в оборонной промышленности Республики Беларусь	26
<i>Гречишкина Е. А., Шуманская Е. Р.</i> Бенчмаркинг в системе современного менеджмента: перспективы развития в Республике Беларусь	30
<i>Гришин К. Е., Газизова А. Р., Ягафарова А. И.</i> Экономическое и предпринимательское образование в университетах: тренды и предпочтения молодежи	35
<i>Гусева Е. П.</i> Экономический анализ состояния агропромышленного комплекса Оренбургской области	42
<i>Данилкова С. А.</i> Оценка и управление рисками внутреннего аудита	47
<i>Емельянов А. А.</i> Диффузия знаний в кластерных структурах в условиях цифровизации экономики	50
<i>Зенькова И. В.</i> Некоторые аспекты укрепления кадрового потенциала для занятости молодежи в сфере технологического предпринимательства в Республике Беларусь	53
<i>Ильина Л. И., Ружанская Н. В., Рыженкова О. А.</i> Роль инновационных проектов в развитии кооперативного предпринимательства	58
<i>Клепиков Н. В.</i> Особенности учета субсидий на поддержку малого и среднего предпринимательства (МСП)	64
<i>Козлов Н. М.</i> Развитие ассортиментной политики производственного предприятия с применением проектного управления	67

Кондратьева Д. В., Зенькова И. В., Павлов К. В. Экономическая эффективность систем наружного освещения муниципальных образований с учетом введения понятия «условный светильник».....	74
Кошелева В. А., Коновалова А. С. Стратегия управления предпринимательскими экосистемами Севера	78
Малыхина С. И. Риски проектов государственно-частного партнерства в современных условиях	92
Пономарева В. А. Устойчивое развитие предпринимательства в Арктике: вызовы и перспективы	87
Русак Е. С., Дранеза В. А. Сценарии прогноза развития механизмов поддержки малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь на региональном уровне.....	98
Смирнов А. Ю. Индустриальный парк как механизм реализации успешного стартапа.....	103
Спешилов Е. А., Панина А. А. Формирование стратегии развития транспортных предприятий малого и среднего бизнеса в конкурентной среде региона	106
Спешилова И. В. Роль государства в инновационном развитии малого и среднего предпринимательства в России	113
Станкевич Д. В. Роль социального предпринимательства в решении социальных проблем в современном обществе: вызовы и возможности.....	116
Стародубцев В. С. Системный подход к управлению предприятием на основе концепции «Индустрия 5.0»	120
Сюсюра Д. А. Евразийская модель экосистемы предпринимательства: содержание и особенности	125
Шихвердиев А. П., Вишняков А. А., Ичёткина М. А. Приоритеты управления для обеспечения лидерства предпринимательских структур в условиях Севера и Арктики.....	130
Явнейко С. Н. Проблемы и перспективы развития менеджмента и маркетинга в сфере предпринимательства в условиях современных ВЫЗОВОВ	135