ИССЛЕДОВАНИЕ

Голота П.А.[1]

[1] *Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)*

Развитие бенчмаркинга в рамках формирования программ импортозамещения

АННОТАЦИЯ:
В статье охарактеризованы этапы первичного маркетингового анализа рынка, применимого в рамках стратегического бенчмаркинга, представлены цели программ импортозамещения, сформирован алгоритм действий в виде оптимального комплекса последовательных управленческих операций эталонного сравнения, который предполагается использовать в работе маркетинговых служб промышленных компаний России.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *бенчмаркинг, замена импорта, развитие, эталонное сравнение*

JEL: *D40, F52, M31*

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ:
Голота П.А. Развитие бенчмаркинга в рамках формирования программ импортозамещения // Креативная экономика. — 2016. — Т. 10. — № 1. — С. 45–52. — doi: 10.18334/ce.10.1.2236

Голота Павел Александрович, аспирант кафедры маркетинга и рекламы, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ) (inrost@list.ru)

ПОСТУПИЛО В РЕДАКЦИЮ: 26.11.2015 / ОПУБЛИКОВАНО: 31.01.2016

ОТКРЫТЫЙ ДОСТУП: http://dx.doi.org/10.18334/ce.10.1.2236

(c) Голота П.А. / Публикация: ООО Издательство "Креативная экономика"

Статья распространяется по лицензии Creative Commons CC BY-NC-ND (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/)

ЯЗЫК ПУБЛИКАЦИИ: русский

Голота П.А. Развитие бенчмаркинга в рамках формирования программ импортозамещения // Креативная экономика. — 2016. — Т. 10. — № 1. — С. 45–52. — doi: 10.18334/ce.10.1.2236

Введение

На современном этапе развития мировой экономики бенчмаркинг активно развивается как один из наиболее перспективных инструментов маркетинговой деятельности. Анализ результатов его применения доказал, что он является наиболее часто используемым механизмом по повышению эффективности управления бизнесом в ряде международных корпораций и других крупных предприятий мирового масштаба. Сегодня бенчмаркинг дает возможность динамично и при условии невысоких финансовых вложений оптимизировать бизнес-процессы по увеличению объемов производства и сбыта конкурентоспособной импортозамещающей продукции промышленного комплекса России.

Оценивая систему экономики развитых стран с позиций маркетинга, следует отметить, что эффективное развитие производственной среды базируется на реализации научно обоснованных программ импортозамещения. Данное утверждение доказано на практике рядом примеров: на всех уровнях иерархии системы в проекции увеличивается число обратных связей, замыкающих контуры управления на конечные результаты. Совершенствование горизонтальных связей обеспечивает лучшую координацию субъектов, эффективное использование материальных, трудовых, финансовых и других ресурсов, сбалансированность спроса и предложения, включая развитие информационной составляющей бенчмаркинга, саморегулирующихся элементов системы экономики.

Формирование рыночной инфраструктуры, снятие ограничений и увеличение свободы действий производителей и потребителей на рынке малого бизнеса является основной стратегией преодоления сложившихся негативных тенденций в системе экономики и долгосрочного успешного функционирования субъектов рынка.

Главным результатом анализа фактографии развития российского бенчмаркинга может стать вывод о том, что в управлении экономикой долгое время игнорировались основные научные принципы стабильного рыночного лидерства предприятий в составе экономических систем. Так же, как и в управлении сложными кибернетическими системами, следует использовать принципы системного подхода, обоснование необходимости обратной связи, использование механизмов

автоматической саморегуляции, оптимизацию уровней стабилизации и адаптации [1].

Замена представленных выше принципов догмами идеологизации управления экономикой привела к накоплению и усилению негативных тенденций, обусловивших, в конце концов, кризис, среди которых можно выделить:

– несовершенство налогового и правового законодательства;

– потерю взаимосвязи между производственной деятельностью и ее конечным результатом;

– несбалансированность отдельных направлений и программ экономического развития, отсутствие целевого подхода.

Развитие информационной составляющей бенчмаркинга выступает базовой характеристикой экономической системы, которая должна включать многообразные формы хозяйствования и собственности, существование развитого рыночного механизма, дополняемого методами планового развития экономики. Система, лишенная целостности, теряет управляемость. Цели программ импортозамещения, основанных на процедуре эталонного сравнения, можно представить следующим образом:

– активизация производства в соответствии с запросами потребителей;

– преодоление технико-технологического дефицита;

– обеспечение сбалансированности рынка;

– создание условий для развития предпринимательской инициативы.

Фундаментальный комплекс проблем рынка включает товарно-денежные отношения в системе товарообмена, экономическое соревнование и борьбу с монополией. Эти теоретические проблемы очень важны для успешной реализации происходящих сейчас преобразований.

Формирование и развитие стратегии бенчмаркинга как факторы повышения конкурентоспособности предприятий связаны с существованием в условиях широко развитого общественного разделения труда гибких современных форм обмена деятельностью, поскольку в любом крупном современном хозяйстве, основанном на общественном разделении труда, возникает необходимость в активизации экономических отношений и рыночных связей [2].

Следует отметить, что без формирования и развития стратегии бенчмаркинга ни одна современная экономическая система не будет функционировать максимально эффективно. При этом используемые категории и инструменты имеют специфическое содержание, присущее им в рамках определенной экономической системы, отражающей природу рыночных отношений, структуру общественного производства. В содержании этих категорий существуют элементарные функциональные и иные различия, поэтому необходимо четко определить, что является неприемлемым при изучении общеэкономического содержания бенчмаркинга [3, 4].

Мировой опыт показывает, что за несколько последних лет малый и средний бизнес вырос на 42% за счет преимущества гибкой регуляции экономических процессов, основанных на прямой связи между производителями и потребителями при достаточной свободе маневра и праве выбора партнера по экономическим отношениям. По-другому выглядит ситуация, когда связь может быть многократно опосредованной. В процессе развития системных программ импортозамещения и активизации отечественного потенциала предоставляется свобода выбора эталона, что устраняет зависимость от диктата производителя-поставщика.

Программы импортозамещения, обеспечивающие рост благосостояния страны, связаны с экономическим прогрессом, который в известном смысле сопряжен с опасностями; при этом между природными богатствами, которыми располагают отдельные регионы и страны, и их благосостоянием нет четкой обусловленности. Япония, не обладая природными запасами, а лишь вулканическими породами, показала миру подлинное экономическое чудо, став мощнейшей державой в мировой экономике, в то же время в Аргентине, обладающей богатыми природными ресурсами, достаточно высокий уровень жизни населения отсутствует.

Переход к программе импортозамещения в конкурентном поле маркетинговых инноваций должен базироваться на методическом обеспечении стратегического бенчмаркинга, инициации притока новых идей, экономических категорий, инноваций в технологической среде и высокоинтеллектуальных технологиях [5, 7]. В рамках федеративного развития, обеспечивающего эффективную активизацию фондов и модернизацию производства, производители должны быть подчинены дисциплине открытого конкурентного рынка, включая конкуренцию

с зарубежными товарами, но при этом наиболее эффективным станет сотрудничество, обмен опытом и передовыми технологиями. Таких примеров достаточно в мировой практике, но все они обоснованы необходимостью улучшения качества, диверсификации ассортимента из-за конкуренции со стороны других организаций [6, 8].

Отечественное производство в каждом конкретном решении необходимо сделать конкурентоспособным, чтобы внутренний рынок и отечественный бизнес подвергались воздействию международной конкуренции. Однако для того чтобы успешно и стабильно развиваться, необходимы время, капитальные финансовые вложения и инновации в технологическом развитии. Ограждение национальных производителей может затормозить развитие хозяйственного комплекса страны в случае хронической изоляции от давления конкуренции на международных рынках.

В данном научном направлении мировая практика знает различные примеры: так, например, Тайвань и Южная Корея, взявшие курс на экспортный рынок, развивались на определенном этапе быстрее государств, избравших стратегию замещения импорта внутренним производством. Теоретически стратегия защиты внутреннего рынка может привести к двояким результатам. Естественно, первый вариант развития предполагает рыночное процветание и повышение эффективности работы всех отраслей народного хозяйства, перспективы рыночной независимости. Но, с другой стороны, такая ситуация открывает возможности отечественным производителям сбывать продукцию низкого качества и в условиях ограниченной внутренней конкуренции по повышенной стоимости.

Процесс реализации большинства экономических проектов в мире базируется на научной инициативе бенчмаркинга, что необходимо для четкого соответствия получаемых результатов предполагаемым, что позволяет использование наиболее успешного опыта других стран [9, 10]. Следует отметить, что без системности маркетинговой работы, ее теоретико-методического насыщения и формирования четкого механизма обратной связи, проектирования без учета условных формаций рынка и его компонентов результатом станет ситуация, когда выгоды от программ получают не конечные потребители, а их разработчики и специалисты по внедрению и введению в эксплуатацию.

Программа импортозамещения государственного хозяйства не будет эффективной без соответствующей корректировки рыночных отношений, без действующего антимонопольного законодательства.

В общем плане процедуру бенчмаркинга, эталонного сравнения, как алгоритм действий можно рассматривать в виде оптимального комплекса последовательных управленческих операций:

1. Определение исследуемой области или темы в соответствии со стратегическим направлением и наполнения, основной цели.
2. Образование экспертных групп, определение участников-сторонников и возможной оппозиции с сочетанием бизнес-аналитики и научно обоснованных теоретико-прикладных исследователей.
3. Исследование информации, которой компания располагает, и поиск ресурсов, в которых достаточно обеспечены гласностью проекты.
4. Определение типа бенчмаркинга.
5. Анализ и определение потенциальных партнеров по бенчмаркингу (в технико-технологическом, организационно-управленческом, отраслевом и территориальном аспектах).
6. Разработка проекта действий по преодолению информационного дефицита, учитывая институциональные методы исследования, сеть Интернет, вторичные исследования, фактографию и аналитику конкурентного поля, экономическую разведку (в рамках действующей законодательной базы) и т.п.
7. Анализ эталонов рыночного развития, учитывая доступность или уровень закрытости информации.
8. Выбор 1–3 экономических субъектов для подражания.
9. Анализ накопленных знаний и технологий, управленческих методик и функционала предприятий.
10. Адаптация наиболее эффективного и рыночно актуального опыта экономического развития, знаний с ориентацией на передовые методы, требующие адекватных затрат.
11. Возможности обмена информацией с наиболее интересными для сотрудничества партнерами.
12. Реализация программ развития (с конкретизацией каждого пункта).
13. Синхронизация и планомерное развитие отраслевого конкурентного превосходства.
14. Анализ деятельности организации до и после изменений.

15. Использование подготовленных решений на основе полученных результатов и подготовка рекомендаций в отношении дальнейших изменений.

16. Текущий контроль реального воплощения рекомендаций по необходимым изменениям [11].

Завершающим этапом становится текущий анализ экономического прогресса.

Для конкретных программ развития отраслей экономики зон хозяйствования, рынков и их сегментов теоретико-прикладной системный инструментарий бенчмаркинга должен быть увязан с характеристиками эластичности спроса и предложения для различных групп товаров и их производителей [12]. Свободу действий производителей и потребителей обеспечивает конкуренция, а меры по ограничению цен (хотя бы на продукты потребительской корзины первой необходимости) должны сопровождаться необходимыми сопутствующими изменениями на рынке капиталов, рынке труда и в оптовой торговле, поэтому максимизация уровня свободы поведения на рынке никак не означает отсутствие регулирования.

Заключение

В отношении формирования программ импортозамещения возможно увеличение степени свободы действий производителей и потребителей: в установлении цен, в процессе системного анализа производимого и покупаемого товара, развитии прямых или косвенных связей между производителями и потребителями. При этом считаем использование мирового опыта в области бенчмаркинга одним из наиболее эффективных инструментов, способствующих реализации вышеназванных проектов по импортозамещению, в соответствии со стратегией российской экономики в условиях мирового кризиса.

ИСТОЧНИКИ:

1. *Половинкин В.Н., Фомичев А.Б.* Проблемы импортозамещения в отечественной экономике [Электронный ресурс] // Экспертный союз. – 2014. – № 12. – Режим доступа: http://www.unionexpert.ru/index.php/zhurnal-qekspertnyj-soyuzq-osnova/zhurnal-qehkspertnihyj-soyuzq-122014g/item/655-problemy-importozameschenia

2. Бенчмаркинг - воспользоваться опытом успешных компаний [Электронный ресурс] // Savant.3dn.ru. – Режим доступа: http://savant.3dn.ru/publ/benchmarking_vospolzovatsja_opytom_uspeshnykh_kompanij/1-1-0-16

3. Бенчмаркинг как эффективный инструмент управления качеством [Электронный ресурс] // Центральная научная библиотека. – 2007. – Режим доступа: http://www.0ck.ru/menedzhment_i_trudovye_otnosheniya/benchmarking_kak_effektivnyj_instrument.html

4. *Екшикеев Т.К.* Повышение конкурентоспособности системы образования на основе масштабного бенчмаркинга // Креативная экономика. – 2014. – № 8. – С. 107-112. – http://bgscience.ru/lib/5151/

5. *Арташина И.А.* Управление конкурентным потенциалом предприятий сферы услуг на основе бенчмаркинга: Автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – Нижний Новгород, 2003. – 164 с.

6. *Пономарева Т.Г.* Посткризисное развитие экономических объединений и организаций в условиях глобализации. – СПб: Издательство политехнического университета, 2011. – 160 с. – С. 94-105.

7. *Михайлова Е.А.* Основы бенчмаркинга: внутренний сопоставительный анализ // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. – № 4. – С. 121-133.

8. *Могуев Б.Д.* Развитие форсайта в процессе перехода к рыночным отношениям путем применения бенчмаркинга // Российское предпринимательство. – 2013. – № 10. – С. 133-141.

9. *Клейменова Г.В., Сипливая З.Г.* Сущность и виды бенчмаркинга как современного метода управления бизнесом // Финансы и кредит. – 2006. – № 33. – С. 68-74.

10. *Харрингтон Х.Дж., Харрингтон Дж.С.* Бенчмаркинг в лучшем виде! 20 шагов к успеху. – СПб: Питер, 2004. – 176 с.

11. *Голота П.А.* Бенчмаркинг как технология поиска эталонов эффективной рыночной деятельности // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2013. – № 3. – С. 117-121.

12. *Данилов И.П. Данилова Т.В.* Бенчмаркинг как основа создания конкурентоспособного предприятия. – М.: РИА «Стандарты и качество», 2005. – 72 с.

Pavel A. Golota, Postgraduate student of the Chair of Marketing and Advertising, Rostov State University of Economics (RSUE)

Development of benchmarking within the formation of import substitution programs

ABSTRACT:
The article characterizes the steps of the initial market analysis applicable within strategic benchmarking, describes the goals of import substitution programs, establishes a plan of actions by way of an optimal set of consecutive management operations of benchmark comparison, which will be used by the marketing services of Russian industrial companies.
KEYWORDS: benchmarking, import substitution, development, benchmark comparison