

Оценка внутренней и конкурентной среды организации в рамках функционально-средового подхода кооперационно-сетевых взаимодействий методом бенчмаркинга

Новикова С.И.¹

¹ Торгово-экономический институт федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Сибирский федеральный университет», Красноярск, Россия

АННОТАЦИЯ:

В целях комплексной оценки функциональной среды кооперационно-сетевых взаимодействий организаций в данной статье рассматривается методика оценки качества одной из ее составляющих – конкурентной среды. Предлагаемая методика опирается на бенчмаркинг путем сравнения средних показателей деятельности исследуемой организации с аналогичными показателями конкурентов и прочих участников кооперационной сети. Полученные сводные оценочные коэффициенты отражают качественный уровень исследуемой организации и дают оценку конкурентной среды в целом. В дальнейшем эти показатели используются при получении общей оценки всей кооперационно-сетевой организационной системы. В статье представлено дополнение к определению бенчмаркинга как метода сопоставления не только отдельных конкурирующих организаций, но и сравнения в целом кооперационно-сетевых организационных систем, в которых функционируют исследуемые организации.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: бенчмаркинг, кооперационно-сетевые взаимодействия, организационная система, функционально-средовой метод, эконометрический метод, конкуренция, коммуникации, SWOT-анализ, стратегия, экономика, финансы.

Evaluation of the internal and competitive environment of the organization within the framework of the functional-environmental approach of cooperation-network interactions using the benchmarking method

Novikova S.I.¹

¹Institute of Economics and Trade, Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education "Siberian Federal University", Russia

Введение

Поиск научных подходов к разработке оценочных методов функционирования организационных систем с точки зрения их кооперационно-сетевых взаимодействий с целью получения данных для разработки стратегических альтернатив более успешного и эффективного развития как самой организации, так и ее средовых условий и взаимодействий становится все более актуальным.

В своей предыдущей статье «Применение системного подхода к исследованию кооперационно-сетевых взаимодействий организаций и оценка их качества» автор рассматривала возможность получения комплексной оценки качества составляющих функциональных элементов среды кооперационно-сетевых взаимодействий организации. В продолжение исследуемой темы в данной статье рассматривается способ оценки качества одного из составляющих функциональных элементов кооперационной сети – конкурентной среды методом бенчмаркинга, путем анализа и сравнения средних показателей деятельности и качества внутренних элементов исследуемой организации с конкурентами и прочими сетевыми партнерами [5] (Novikova, 2018).

В данной статье также предложено дополнение к определению метода бенчмаркинга как процесса сравнительной исследовательской оценки не только с точки зрения отдельных локальных конкурирующих организаций, а с использованием сравнительной оценки кооперационно-сетевых организационных систем, в которых функционируют исследуемые организации.

Современность требует в исследованиях экономики предприятия все больше применять системно-сетевые подходы не только с локальной оценкой функционирования внутренней среды предприятия, но и оценкой его конкурентной среды, и не только с

ABSTRACT:

In order to comprehensively assess the functional environment of the cooperative-network interactions of organizations, this article discusses the methodology for assessing the quality of one of its components - the competitive environment. The proposed methodology is based on benchmarking by comparing the average performance of the organization under study with the similar performance of competitors and other participants in the cooperation network. The resulting summary estimated coefficients reflect the qualitative level of the organization under study and give an assessment of the competitive environment as a whole. In the future, these indicators are used to obtain an overall assessment of the entire cooperation-network organizational system. The article also proposed an addition to the definition of benchmarking as a method of comparing not only individual competing organizations, but also comparing the overall cooperative network organizational systems in which the organizations under study operate.

KEYWORDS: benchmarking, cooperative network interactions, organizational system, functional-environmental method, econometric method, competition, communication, SWOT analysis, strategy, economics, finance.

JEL Classification: M11, M21, D40

Received: 09.08.2019 / Published: 30.09.2019

© Author(s) / Publication: CREATIVE ECONOMY Publishers

For correspondence: Novikova S.I. (nsikrs@yandex.ru)

CITATION:

Novikova S.I. (2019) Otsenka vnutrenney i konkurentnoy sredy organizatsii v ramkakh funktsionalno-sredovogo podkhoda kooperatsionno-setevykh vzaimodeystviy metodom benchmarkinga [Evaluation of the internal and competitive environment of the organization within the framework of the functional-environmental approach of cooperation-network interactions using the benchmarking method]. Kreativnaya ekonomika. 13. (9). – 1749-1766. doi: [10.18334/ce.13.9.40989](https://doi.org/10.18334/ce.13.9.40989)

точки зрения традиционных сопернических стратегий, а еще и с точки зрения стратегий партнерских, подразумевающих оценку конкурентов не как отдельных субъектов, а как оценку своего предприятия в совокупности с оценкой конкурентной системы как части дальнейшей общей системной оценки функциональной кооперационно-сетевой среды [2, 6] (*Kuimov, Kuimov, Smolentseva, 2018; Suslova, Zhigalin, 2013*).

Подходящим методом для проведения системных оценок является метод бенчмаркинга, подразумевающий процесс определения лучших практик бизнес-процессов, сопоставимых по масштабам бизнеса организаций, действующих в отрасли, на основе выявления, сравнения и анализа ключевых показателей эффективности и сравнения с ними показателей деятельности своей и других конкурентных организаций, с целью выработки стратегий по приближению показателей к наилучшим, эталонным, а также пониманию своего места в системе конкурентной функциональной среды и определению точек партнерских взаимодействий с конкурентами [13, 16] (*Anand, Kodali, 2008*).

Бенчмаркинг как сравнительный метод оценок с эталонными показателями в качестве научного подхода стал применяться в менеджменте в 1970-х годах и первоначально использовался с целью сравнения оценок качества продукции. С развитием бенчмаркинг-метода его результаты все больше стали использоваться с целью выработки более эффективных конкурентных управленческих решений, основанных на знании лучшего опыта других организаций, которые имеют более высокие результаты в похожих условиях. Такими исследованиями чаще всего занимаются специализированные консалтинговые компании, например, выявляющие как стратегии воздействуют на прибыль организаций [7, 12] (*Suyunchev, Tregubova, Fayn, 2017; Elmuti, Kathawala, 1997*).

В современных условиях анализа среды функционирования предприятия и ее развития требуется более широкий подход к такому анализу, определяющему то, как конкурентные стратегии в целом влияют на кооперационно-сетевую систему?

Бенчмаркинг (англ. benchmarking: bench – место, marking – метка, оценка) получил широкое распространение в экономике предприятий и организаций не зависимо от их масштабов, организационно-правовых форм, форм собственности, географического положения, национальной принадлежности и правовой юрисдикции. Далее приводятся походы к определению бенчмаркинга разными исследователями (*табл. 1*) [10, 16, 14] (*Richman, Koontz, 1993*).

ОБ АВТОРЕ:

Новикова Светлана Ивановна, аспирантка кафедры торгового дела и маркетинга (nsikrs@yandex.ru)

ЦИТИРОВАТЬ СТАТЬЮ:

Новикова С.И. Оценка внутренней и конкурентной среды организации в рамках функционально-средового подхода кооперационно-сетевых взаимодействий методом бенчмаркинга // Креативная экономика. – 2019. – Том 13. – № 9. – С. 1749-1766. doi: [10.18334/ce.13.9.40989](https://doi.org/10.18334/ce.13.9.40989)

Таблица 1

Определения бенчмаркинга разными авторами

Автор	Определение бенчмаркинга
И. А. Аренков, П. Ф. Баум, В. В. Томилов	Метод поиска наиболее успешных инноваций с целью их применения и увеличения конкурентоспособности предприятия
А. Саломеева	Систематическая деятельность, направленная на поиск, оценку и учебу на лучших примерах деятельности других организаций независимо от их размера, сферы бизнеса, географического положения
М. Латушко, М. Радько	Концепция, в основе которой лежит идея изучения, сравнения и применения лучшего делового опыта частных и государственных организаций для совершенствования деятельности своего предприятия. Бенчмаркинг – это сравнительный анализ эффективности, который является современным инструментом организации и управления инновационной деятельностью на предприятии
Бенгт Карлеф, Сванте Остблюм	Постоянный, систематический процесс сравнения собственной эффективности, выражающейся в производительности, качества и организации рабочих процессов, с предприятиями и учреждениями, являющимися «лучшими»
Роберт Кэмп	Поиск лучших в отрасли методов, которые ведут к наивысшим достижениям, постоянный процесс изучения и оценки товаров, услуг и опыта производства самых серьезных конкурентов либо тех компаний, которые являются признанными лидерами в своих областях
Американский центр производительности и качества (APQC)	Процесс определения, распространения и использования знаний и лучшего опыта, что позволяет достичь стратегических, оперативных и финансовых преимуществ
IBM	Инструмент, используемый для поиска методов, которые позволяют организации осуществлять бизнес-процессы на наивысшем (эталонном) уровне
А. А. Кормушкин	Это некая «машина времени», которая позволяет сделать рывок в развитии на несколько лет вперед, перенимая передовой опыт, и с учетом особенностей использовать его на своем предприятии
Новикова С.И. (автор статьи)	Бенчмаркинг – это инструмент комплексной оценки деятельности организации в условиях функциональной среды кооперационно-сетевых взаимодействий с целью выработки наиболее лучших универсальных операционных и стратегических подходов и методов дальнейшего более успешного системного развития.

Источник: составлено автором.

Бенчмаркинг позволяет выявить слабые стороны своей организации и заимствовать методы управления успешно существующих компаний. Но как не бывает идеальных людей, так и не бывает идеальных организаций и идеальных универсальных стратегий. Каждая организация имеет свои особенности, достоинства и недостатки

независимо от масштабов деятельности и видимых успехов. Системный подход к бенчмаркингу позволяет сформировать банк или информационную базу успешных методов бизнес-управления. Особенность бенчмаркинга заключается в том, что используется опыт также и тех компаний, чья деятельность сконцентрирована в других отраслях.

Системно-сетевой подход к сравнительно-эталонной оценке предпринимательской деятельности с использованием ИТ-технологий позволит формировать такую базу данных, которой смогут пользоваться все субъекты кооперационно-сетевой среды. А самое главное то, что на основе системы полученных данных можно вырабатывать новые, еще не существующие более эффективные эталонные подходы к развитию бизнеса и системы его кооперационно-сетевых взаимодействий. С развитием информационно-цифровых технологий, функцию проведения бенчмаркинга и выработку эталонных стратегических альтернатив более эффективно сможет выполнять искусственный интеллект [3, 9] (Kuimov, Suslova, Scherbenko, 2019).

Целями использования бенчмаркинга могут быть следующие:

- 1) определение слабых и сильных сторон своей организации на фоне конкурентных аналогов;
- 2) выявление причин эффективности деятельности конкурентов, партнеров, прочих организаций;
- 3) выработка предпринимательских альтернатив на основе систематического мониторинга деятельности передовых компаний и методов;
- 4) поиск, выработка и внедрение новых идей для каждого звена бизнес-процесса;
- 5) установление возможной вероятности риска и успеха определенной деятельности [2, 11, 14] (Kuimov, Kuimov, Smolentseva, 2018; Ramabadron, Ames W. Dean Jr., James R. Evans, 1997; Richman, Koontz, 1993).

Виды бенчмаркинга различны и зависят от целей его проведения. Анализ может проводиться как по широте, так и по глубине показателей. Это могут быть финансовые, маркетинговые, материально-технологические, трудовые, временные и прочие показатели, при этом все они должны отражать уровень эффективности тех или иных действий предприятия (рис. 1).

Ориентиром для определения эталонных показателей выступают компании-победители в различных конкурсах качества продукции, по популярности у потребителей и партнеров кооперационной сети, прочим параметрам.

Методологии бенчмаркинга различны, но в общем виде они основываются на индексном (коэффициентном) методе, подразумевающим сравнительный анализ различных показателей деятельности аналогичных компаний и выявлении их лучших результатов. Традиционное применение бенчмаркинга использует сравнительный анализ показателей обособленных организаций. Но такой подход не учитывает воздействия на исследуемый объект факторов внешней среды и их кооперационно-сетевых взаимодействий; для устранения этого недостатка необходимо применять

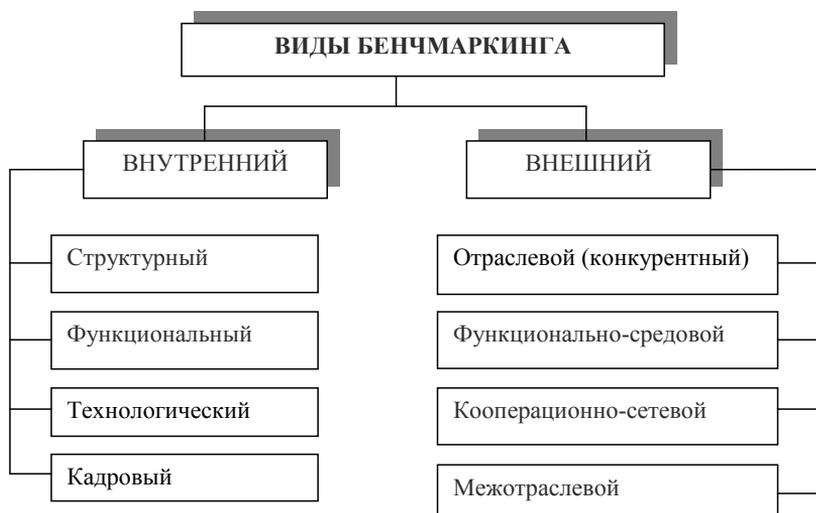


Рисунок 1. Виды бенчмаркинга
 Источник: составлено автором.

методики бенчмаркинга с учетом анализа деятельности организации в условиях ее функциональной кооперационно-сетевой среды в сравнении с другими аналогичными кооперационно-сетевыми организационными системами. Такой анализ является более масштабным и сложным, но в результате происходит понимание причинно-следственных связей сильных и слабых позиций организации совместно с субъектами и партнерами ее кооперационной сети.

По результатам анализа сравниваемые организации и их кооперационно-сетевые системы ранжируются по уровню эффективности. Далее определяются причины сильных и слабых позиций анализируемых субъектов с целью выработки стратегий их дальнейшего развития.

Проведение бенчмаркинга на основе систематического мониторинга показателей развития среды обеспечивает стимулирование организаций повышать показатели своей эффективности до уровня выше среднего и вырабатывать новые подходов к развитию. [3, 9, 10]

На сегодняшний момент бенчмаркинг применяется во всем мире, его методы активно расширяются и используются в комплексе. Наиболее используемыми из них являются:

1) эконометрический метод – заключается в совместном применении математического, статистического и экономического инструментария к анализу эмпирических данных с целью оценки эффекта. В число эконометрических методов оценивания входят:

- метод сравнения средних;
- построение уравнения регрессии методом наименьших квадратов;

- метод подбора контрольной группы;
- метод подбора контрольной группы по индексу соответствия;
- метод построения регрессии с переключением режимов [7, 15] (*Suyunchev, Tregubova, Fayn, 2017*);

2) метод анализа функционирования среды (DEA-анализ) – в соответствии с данным методом компании рассматриваются как множество точек в пространстве;

3) методы линейного программирования – определяют границы производственных возможностей компаний, характеризуемых оптимальным соотношением количества используемых ресурсов и объема выпускаемой продукции. Анализ с использованием стохастических границ производственных возможностей (SFA-анализ) представляет собой «усовершенствованную» форму эконометрического анализа, в рамках которого также проводится оценка минимально возможных затрат на существующий или гипотетически максимально возможный объем выпускаемой продукции (определение границ затрат производственных возможностей);

4) TFP-анализ, основан на расчете индекса совокупной производительности факторов производства. Величина индекса определяется как отношение общего объема отпуска продукции к полным затратам всех факторов производства;

5) метод индекса удельных показателей эффективности (PPI-анализ) основан на анализе ряда удельных показателей по каждой из сравниваемых компаний и вычисляемых по формуле:

$PPI_i = \text{показатель используемых ресурсов (input measure)} / \text{показатель результатов работы (output measure)}$ [7, 12, 13] (*Elmuti, Kathawala, 1997; Anand, Kodali, 2008*).

В качестве показателя используемых ресурсов рассматриваются различные типы затрат: по отдельным статьям, операционные, инвестиционные. Показателями результатов работ выступают производственно-технические, сбытовые и экономические показатели: объемы выручки, прибыли (финансовый леверидж, EBITDA, NOPAT), гудвилл и др.;

- 6) метод оценки «mini-max» [7, 10, 16]

Алгоритм метода заключается в следующем:

1) среди данных об объеме производства и затратах за период выбираются минимальные и максимальные значения;

2) находятся разности в уровнях затрат и объема производства;

3) определяется ставка переменных расходов, приходящаяся на одну единицу продукции как частное от деления разности в уровнях затрат за период к разнице в уровнях объема производства;

4) определяется общая величина переменных расходов на минимальный (максимальный) объем производства путем умножения величины переменных расходов, приходящейся на одно изделие, на соответствующий объем производства;

5) определяется общая величина постоянных расходов; составляется уравнение затрат, отражающее зависимость затрат от изменения объема производства [11, 17].

Бенчмаркинг можно рассмотреть как непрерывный процесс, состоящий из следующих основных этапов (рис. 2).



Рисунок 2. Процесс бенчмаркинга

Источник: составлено автором.

Далее приводится пример оценки внутренней и конкурентной среды организации как части общей оценки качества кооперационной сети организации на основе системного и функционально-средового подходов методом бенчмаркинга. Оценка внутренней среды организационной системы включает оценку следующих основных групп элементов (подсистем), более подробно определенных профессором В. В. Куимовым как элементы функциональной среды в системе кооперационно-сетевых взаимодействий (КСВ) организаций. К таким группам элементов относятся: финансово-экономическая, материально-сырьевая, производственно-технологическая, снабженческая, сбытовая, логистическая, маркетинговая, кадрово-интеллектуальная,

Таблица 2

Оценка качества показателей внутренней среды конкурентных организаций в системе КСВ

Фактор	Среднее значение показателя за период t (3 года), млн.руб.						Среднеотраслевое значение, сопоставимого по масштабам бизнеса	Максимальное значение	Эталонное, максимально возможное значение
	(П1) Хср1	(П2) Хср2	(П3) Хср3	(П4) Хср4	(П5) Хср5	(П6) Хср6			
(j)							Усрj	Уmaxi	Уэj
Выручка	215	120	340	456	314	256	284	456	800
Затраты	187	102	299	365	264	202	237	360	584
Прибыль	28	18	41	91	50	54	47	96	216
Рентабельность	0,15	0,18	0,14	0,25	0,19	0,27	0,19	0,27	0,37
Доля рынка	0,126	0,071	0,200	0,268	0,185	0,150	0,167	0,268	0,391

Источник: составлено автором.

проектно-инновационная, информационно-технологическая, экономическая и социально-производственная безопасность, организационно-культурная, менеджерская и организационно-структурная [2, 3, 5, 8] (Novikova, 2018; Cheblukov, Scherbenko, 2017).

Для данного примера рассмотрим оценку только части финансово-экономической подсистемы, состоящей из группы основных финансовых показателей, таких как выручка, затраты, прибыль, рентабельность и доля рынка, в сравнении со среднеотраслевыми, максимально существующими и эталонными (максимально возможными) значениями анализируемого и конкурентных предприятий, сопоставимых по масштабам бизнеса (табл. 2).

Далее проводим бенчмаркинг значений финансово-экономических показателей конкурентов путем сопоставления их со среднеотраслевыми, максимальными и эталонными показателями и находим сопоставимые коэффициенты по каждому конкурентному предприятию (КПij) по формулам:

$$КПijср. = Хсрij / Усрj;$$

$$КПijmax = Хсрij / Уmaxj;$$

$$КПijэт. = Хсрij / Уэтj.$$

На основе полученных коэффициентов составляем матрицу оценок, результаты отражаем в таблицах и на диаграммах, (табл. 3–5).

Таблица 3

Сводные коэффициенты оценок конкурентов относительно среднеотраслевого значения

Фактор	КП1јср	КП2јср	КП3јср	КП4јср	КП5јср	КП6јср
Выручка	0,76	0,42	1,20	1,61	1,11	0,90
Затраты	0,79	0,43	1,27	1,54	1,12	0,86
Прибыль	0,59	0,38	0,87	1,94	1,07	1,14
Рентабельность	0,77	1,28	0,70	1,28	0,98	1,36
Доля рынка	0,76	1,61	1,20	1,61	1,11	0,90
Среднее значение	0,73	0,83	1,05	1,60	1,08	1,03
Среднее значение общее	1,05					

Источник: составлено автором.

Таблица 4

Сводные коэффициенты оценок конкурентов относительно максимального значения

Фактор	КП1јмах	КП2јмах	КП3јмах	КП4јмах	КП5јмах	КП6јмах
Выручка	0,47	0,26	0,75	1,00	0,69	0,56
Затраты	0,52	0,28	0,83	1,01	0,73	0,56
Прибыль	0,29	0,19	0,43	0,95	0,52	0,56
Рентабельность	0,56	0,94	0,51	0,94	0,72	1,00
Доля рынка	0,47	1,00	0,75	1,00	0,69	0,56
Среднее значение	0,46	0,53	0,65	0,98	0,67	0,65
Среднее значение общее	0,66					

Таблица 5

Сводные коэффициенты оценок конкурентов относительно эталонного значения

Фактор	КП1јэт	КП2јэт	КП3јэт	КП4јэт	КП5јэт	КП6јэт
Выручка	0,27	0,15	0,43	0,57	0,39	0,32
Затраты	0,32	0,17	0,51	0,62	0,45	0,35
Прибыль	0,13	0,08	0,19	0,42	0,23	0,25
Рентабельность	0,40	0,68	0,37	0,68	0,51	0,72
Доля рынка	0,32	0,69	0,51	0,69	0,47	0,38
Среднее значение	0,29	0,35	0,40	0,60	0,41	0,40
Среднее значение общее	0,41					

Источник: составлено автором.

Далее целесообразно определить среднее значение коэффициентов относительно максимального и эталонного значения, по формуле:

$$K_{\text{ср.мах.эт.}ij} = (K_{\text{П}ij\text{мах}} + K_{\text{П}ij\text{эт}}) / 2$$

Результаты оценки качества конкурентной среды 1-ым способом отразим в таблице 6.

Таблица 6

Средний коэффициент оценок конкурентов относительно максимального и эталонного значений (1-й способ)

Фактор	П1	П2	П3	П4	П5	П6
	Кср. мах. эт.1j	Кср. мах. эт.2j	Кср. мах. эт.3j	Кср. мах. эт.4j	Кср. мах. эт.5j	Кср. мах. эт.6j
выручка	0,37	0,21	0,59	0,79	0,54	0,44
затраты	0,42	0,23	0,67	0,82	0,59	0,45
прибыль	0,21	0,14	0,31	0,69	0,38	0,41
рентабельность	0,48	0,81	0,44	0,81	0,62	0,86
доля рынка	0,37	0,79	0,59	0,79	0,54	0,44
Среднее значение	0,37	0,43	0,52	0,78	0,53	0,52
Среднее значение общее	0,53					

Источник: составлено автором.

По данным среднего значения таблицы строим диаграммы (рис. 3 и 4), которые наглядно отражают позицию и уровень исследуемой организации относительно своих конкурентов в кооперационной сети (отрасли).

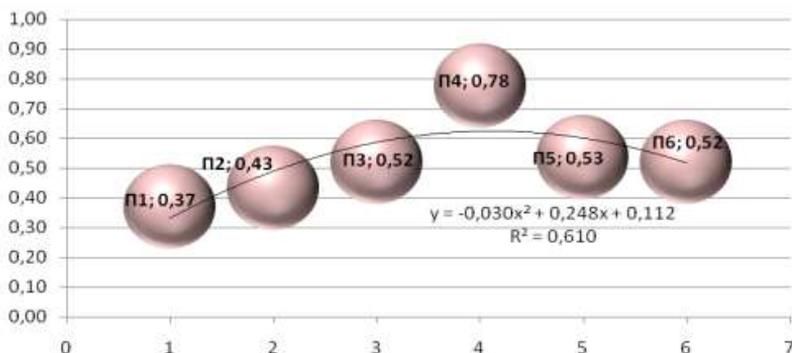


Рисунок 3. Сравнение экономических показателей конкурентов относительно максимального и эталонного значений

Источник: составлено автором.

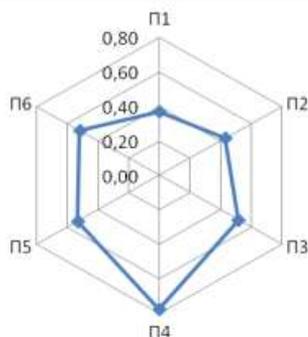


Рисунок 4. Сравнение экономических показателей конкурентов относительно максимального и эталонного значений

Источник: составлено автором.

Из проведенного анализа видно, что средний коэффициент качества оцениваемых финансовых показателей анализируемого предприятия № 1, относительно максимального и эталонного значений составил 0,37, которое является наименьшим при среднеотраслевом значении равном 0,53 и максимальном – 0,78, принадлежащем конкуренту № 4. По данному анализу можно сделать вывод, что предприятие № 1 находится в зоне конкурентного риска от среднеотраслевого значения на 16% (0,53–0,37) и на 41% от максимального значения, а в среднем – на 28,5%

Также можно оценить среднеотраслевое значение к максимальному и эталонному значениям, по формулам:

$$K_{\text{ср.отр/маxj}} = Y_{\text{срj}} / Y_{\text{маxj}};$$

$$K_{\text{ср.отр/этj}} = Y_{\text{срj}} / Y_{\text{этj}}.$$

Результаты оценки качества конкурентной среды 2-ым заносим в таблицу, (табл. 7).

Таблица 7

Оценка среднеотраслевого значения к максимальному и эталонному значениям (2-й способ)

Фактор	Кср.отр/маxj	Кср.отр/этj
Выручка	0,62	0,35
Затраты	0,66	0,40
Прибыль	0,49	0,22
Рентабельность	0,73	0,53
Доля рынка	0,62	0,43
Среднее значение	0,62	0,39
Среднее значение общее	0,51	

Источник: составлено автором.

Результаты оценок также отобразим на диаграммах (рис. 5 и 6), где наглядно виден уровень расхождений среднеотраслевых значений в сравнении с максимальным и эталонным значениями.

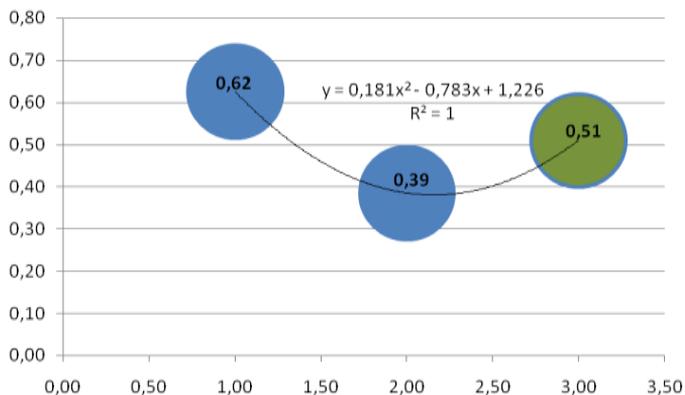


Рисунок 5. Сравнение уровня экономических показателей конкурентов относительно максимального, эталонного и среднего значений

Источник: составлено автором.

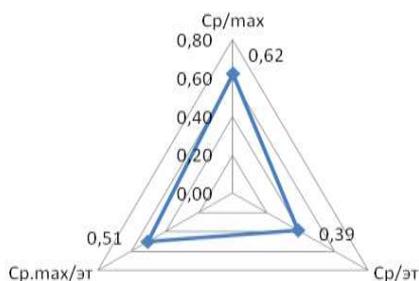


Рисунок 6. Сравнение уровня экономических показателей конкурентов относительно максимального, эталонного и среднего значений

Источник: составлено автором.

Данный оценочный подход позволяет оценить качество и риски не только отдельных организаций, но и в целом конкурентную среду в кооперационно-сетевой системе. Так по данному анализу по первому варианту оценки качество конкурентной среды составило 53%, по второму варианту оценки – 51%, в среднем можно рассматривать оценку уровня качества конкурентной среды в 52%. Соответственно, уровень риска

конкурентной среды в оцениваемой системе кооперационно-сетевых взаимодействий составит 48% по сравнению с конкурентными средами подобных кооперационно-сетевых систем, находящихся в других регионах и странах. При оценке кооперационно-сетевых систем разных территорий необходимо учитывать их особенности, здесь целесообразно использовать поправочные коэффициенты для более точного определения эталонных оценочных показателей.

Заключение

Предложенная методика на основе бенчмаркинга позволяет наглядно оценить положение оцениваемого предприятия относительно конкурентов в кооперационной сети, провести дальнейший SWOT-анализ, выявить слабые стороны с целью их оптимизации и повышения конкурентных позиций в кооперационной сети и на отраслевом рынке [6, 8] (*Suslova, Zhigalin, 2013; Cheblukov, Scherbenko, 2017*).

Метод бенчмаркинга на основании сравнения средних показателей деятельности конкурентов в отрасли и кооперационно-сетевой среде двумя предложенными способами позволяет получить оценочный коэффициент качества конкурентной среды в целом. Данный показатель как составляющий, будет использоваться для дальнейшей комплексной оценки всей функционально-средовой кооперационной сети.

Приведенный метод оценки среднего показателя позволяет учитывать индивидуальные показатели каждой организации-конкурента в сравнении со среднеотраслевым, максимальным и эталонным значениями, приводя все оценки к одному значению, что облегчает построение и восприятие оценочно-сравнительной модели.

Бенчмаркинг позволяет усовершенствовать бизнес-процессы благодаря изучению передового опыта деятельности других компаний, но при этом методы применяемые одними компаниями могут не принести успеха другим компаниям. На чьем же опыте смогут учиться сами передовые компании-лидеры? Что делать, если более мелким конкурентам сложно подняться до уровня компании-лидера, а иногда и вовсе сделать это невозможно? Эти проблемы затрагивают в конкурентной кооперационной среде не только малых конкурентов, но и крупных, так как по законам системы все элементы в ней взаимосвязаны и влияют друг на друга. Решения могут быть следующими: во-первых, не всем целесообразно быть лидерами, во-вторых, передовые технологии бизнес-процессов могут быть как у крупных, так и у мелких организаций как в своей, так и в других отраслях, поэтому необходимо учиться друг у друга через эффективные коммуникации как внутри своей кооперационной сети, так и использовать межкооперационно-сетевые взаимодействия (межсистемный анализ) [9, 10, 13] (*Anand, Kodali, 2008*).

Далее приводятся рекомендации предлагаемые авторами, изучающими метод бенчмаркинга, Ричмэном и Кунцем (1993 г.), которые дают следующие практические советы для проводящих бенчмаркинг компаний:

- при выборе партнеров по бенчмаркингу ведите поиск не только в своей отрасли, но и за ее пределами;

- стимулируйте партнеров к участию в проекте бенчмаркинга;
- ориентируйтесь на передовые методы работы, а не на показатели;
- изучайте не только результативность лучших в своем классе компаний, но и то, как они достигли такого уровня, определитесь с инструментами реализации;
- включите в группу бенчмаркинга как сторонников, так и соперников [11, 14].

Если учитывать эти рекомендации, бенчмаркинг становится мощным инструментом повышения эффективности бизнес-процессов и выявления инновационных методов работы, а применение современных информационных и цифровых технологий будет способствовать ускорению, облегчению и повышению качества оценок бенчмаркинга.

ИСТОЧНИКИ:

1. Годунова Л.А. Конкуренция и сотрудничество как составляющие рыночного механизма // Экономика и управление: проблемы, решения, 2015. – № 11.
2. Куимов В.В., Куимов А.О., Смоленцева Л.Т. Кооперационно-сетевые взаимодействия как ресурс конкурентоспособности // Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского (Донецк), 2018. – № 7.
3. Куимов В.В., Сулова Ю.Ю., Щербенко Е.В. Кооперационно-сетевые взаимодействия как ресурс самоорганизации и достижения качественных результатов. – М.: НИЦ Инфра-М, 2019.
4. Бек М.А., Бек Н.Н., Бузулукова Е.В. и др. Методология исследования сетевых форм организации бизнеса. – М.: НИУ ВШЭ, 2014.
5. Новикова С.И. Применение системного подхода к исследованию кооперационно-сетевых взаимодействий организаций и оценка их качества // Российское предпринимательство, 2018. – № 10. – doi: 10.18334/rp.19.10.39443.
6. Сулова Ю.Ю., Жигалин С.П. Анализ рыночных структур в условиях свободной конкуренции // Сегодня и завтра Российской экономики, 2013.
7. Суюнчев М.М., Трегубова Е.А., Файн Б.И. Анализ зарубежного опыта бенчмаркинга затрат при регулировании тарифов на передачу электроэнергии // Интернет-журнал НАУКОВЕДЕНИЕ, 2017. – № 5.
8. Чеблуков Н.В., Щербенко Е.В. Механизм обеспечения конкурентной способности торгового предприятия в условиях глобализации // Экономика и предпринимательство, 2017. – № 12-2(89).
9. Andrea Saveri, Howard Rheingold, Alex Soojung-Kim Pang, Kathi Vian. Toward a New Literacy of Cooperation in Business managing dilemmas in the 21st century/ 2004 Institute for the Future.
10. Staphenurst T. The Benchmarking Book: Best Practice for Quality Managers and Practitioners. Butterworth-Heinemann, 2009
11. Ramabadron R., Ames W. Dean Jr., James R. Evans Benchmarking and project management: a review and organizational model // Benchmarking for Quality Management & Technology, 1997. – № 1.

12. Elmuti D., Kathawala Y. An overview of benchmarking process: a tool for continuous improvement and competitive advantage // *Benchmarking for Quality Management & Technology*, 1997. – № 4.
13. Anand G., Kodali R. Benchmarking the benchmarking models // *Benchmarking: An International Journal*, 2008. – № 3.
14. Richman T., Koontz C. How benchmarking can improve business reengineering // *Planning Review*, 1993. – № 6.
15. Эконометрические методы в оценивании. Википедия. [Электронный ресурс]. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Эконометрические_методы_в_оценивании.
16. Бенчмаркинг-метод управления бизнесом. Киберленинка. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/benchmarking-metod-upravleniya-biznesom>.
17. Минимаксный метод. Scicenter. [Электронный ресурс]. URL: <https://scicenter.online/matematiceskij-analiz-scicenter/minimaksnyiy-metod-27985.html>.

REFERENCES:

- Anand G., Kodali R. (2008). *Benchmarking the benchmarking models* *Benchmarking: An International Journal*. 15 (3).
- Bek M.A., Bek N.N., Buzulukova E.V. idr. (2014). *Metodologiya issledovaniya setevykh form organizatsii biznesa* [The methodology of the study of network forms of business organization] M.: NIU VShE. (in Russian).
- Cheblukov N.V., Scherbenko E.V. (2017). *Mekhanizm obespecheniya konkurentnoi sposobnosti torgovogo predpriyatiya v usloviyakh globalizatsii* [Mechanism of maintenance of competitiveness of the trade enterprise in the conditions of globalization]. *Journal of Economy and Entrepreneurship*. (12-2(89)). (in Russian).
- Elmuti D., Kathawala Y. (1997). *An overview of benchmarking process: a tool for continuous improvement and competitive advantage* *Benchmarking for Quality Management & Technology*. 4 (4).
- Godunova L.A. (2015). *Konkurentsia i sotrudnichestvo kak sostavlyayushchie rynochnogo mekhanizma* [Competition and cooperation as components of the market mechanism]. *Economics and management: problems, solutions (Ekonomika i upravleniye: problemy, resheniya nauchno-prakticheskii zhurnal)*. 2 (11). (in Russian).
- Kuimov V.V., Kuimov A.O., Smolentseva L.T. (2018). *Kooperatsionno-setevye vzaimodeystviya - kak resurs konkurentosposobnosti* [Cooperative-network interaction as a resource of competitiveness]. *Donetskiy natsionalnyy universitet ekonomiki i trgovli im. Mikhaïla Tugan-Baranovskogo (Donetsk)*. (7). (in Russian).
- Kuimov V.V., Suslova Yu.Yu., Scherbenko E.V. (2019). *Kooperatsionno-setevye vzaimodeystviya kak resurs samoorganizatsii i dostizheniya kachestvennykh rezul'tatov* [Cooperative-network interaction as a resource of self-organization and achieve quality results] M.: NITs Infra-M. (in Russian).

- Novikova S.I. (2018). *Primenenie sistemnogo podkhoda k issledovaniyu kooperatsionno-setevykh vzaimodeystviy organizatsiy i otsenka ikh kachestva* [A systematic approach to the study of cooperative-network interactions organizations and assess their quality]. *Russian Journal of Entrepreneurship*. 19 (10). (in Russian). doi: 10.18334/rp.19.10.39443.
- Ramabadron R., Ames W. Dean Jr., James R.Evans (1997). *Benchmarking and project management: a review and organizational model Benchmarking for Quality Management & Technology*. 4 (1).
- Richman T., Koontz C. (1993). *How benchmarking can improve business reengineering Planning Review*. 21 (6).
- Suslova Yu.Yu., Zhigalin S.P. (2013). *Analiz rynochnykh struktur v usloviyakh svobodnoy konkurentsii* [Analysis of market structures under conditions of free competition]. *Today and tomorrow of the Russian economy*. (in Russian).
- Suyunchev M.M., Tregubova E.A., Fayn B.I. (2017). *Analiz zarubezhnogo opyta benchmarkinga zatrat pri regulirovanii tarifov na peredachu elektroenergii* [The analysis of foreign experience of benchmarking costs in the regulation of tariffs for electricity transmission]. *Naukovedenie*. 9 (5). (in Russian).

