

# *Роль и задачи сравнительного анализа в развитии предпринимательства*

## Аннотация

*Влияние государственной политики, активности общественных организаций по поддержке предпринимательства, предпринимательского климата в регионах на развитие малого и среднего предпринимательства (МСП), а также лидерская философия самих предпринимателей требуют применения широкого спектра методов сравнительного анализа. В работе рассматриваются задачи и отдельные методы сравнительного анализа, в том числе и бенчмаркинг как современный инструмент развития МСП.*

**Ключевые слова:** *сравнительный анализ, предприятия малого и среднего бизнеса, бенчмаркинг*

**Завьялова  
Надежда Борисовна**  
канд. техн. наук, доцент  
zavial@rinet.ru

**Сухова  
Анастасия  
Михайловна**  
магистр  
факультета бизнеса  
nasty.90@inbox.ru

*Российский  
экономический  
университет  
им. Г.В. Плеханова,  
г. Москва*

**М**алое и среднее предпринимательство представляет собой среду, в которой формируется предпринимательский уровень нации, и создаются предпосылки развития конкуренции – необходимого условия рыночной экономики. В этой связи государственная политика в области развития малого и среднего предпринимательства (МСП) должна носить активный и целенаправленный характер и обеспечивать не только статистическое увеличение числа малых и средних предприятий, но и их устойчивое развитие. Значительную роль в этом процессе играет государственная поддержка, уровень состояния институциональной среды и уровень подготовленности людей к предпринимательской деятельности. Стратегия и тактика поддержки предпринимательства должны опираться на методики, позволяющие выявить и наблюдать не только срез, но и динамику процессов в разных странах, регионах, районах и организациях. Для поступательного развития бизнеса важна оценка степени влияния различных мер поддержки МСП на эффективность бизнеса или уровня воздействия существующих проблем на активность и результативность предпринимательской деятельности.

МСП несомненно обладает существенными преимуществами, к которым относятся его адаптационные свойства, быстрая реакция на потребительский спрос, массовый охват большинства сфер регионального рынка, тесная взаимосвязь с потребителем, возможность начать собственное дело с относительно небольшим стартовым капиталом. Эти же характеристики объективно обуславливают зависимость малого бизнеса от таких факторов, как качество институциональной среды, а также общей социально-экономической и политической ситуации в регионе. Сложность оценки теневой деятельности официально зарегистрированных предприятий, а также незарегистрированных эксплоярных социально-экономических структур сферы неформального предпринимательства требует привлечения для их изучения специальных качественных и количественных методик.

Уровень подготовленности людей к реализации предпринимательской деятельности в значительной степени определяется качеством образования, которое в России достаточно быстро деградирует. В большей степени это касается математического и естественнонаучного образования, что также требует сравнительного анализа с целью поиска оптимальных решений по возрождению системы образования.

Кроме оценки внешних факторов, влияющих на развитие предпринимательства, широкий спектр научных методологий и методов исследований используется при внедрении современных технологий управления. Одним из примеров может служить бенчмаркинг – метод управления, в основе которого лежит сравнительный анализ показателей, характеризующих деятельность собственной компании и деятельность конкурирующей или лидирующей компании.

### ***Задачи, решаемые с помощью сравнительного анализа***

Таким образом, сравнительный анализ в сфере предпринимательства выполняется для решения широкого спектра задач, к числу которых можно отнести:

1) *статистическое наблюдение* за деятельностью малых и средних предприятий, инициируемое государством или общественными организациями:

**уровень  
подготовленности  
людей к реализации  
предприниматель-  
ской деятельности  
в значительной  
степени определяется  
качеством  
образования, которое  
в России достаточно  
быстро деградирует**

– межфирменный анализ (сравнительный анализ самого широкого спектра, например, сопоставление стилей менеджера, производительности и других аспектов деятельности фирм самых разных отраслей, регионов);

– внутриотраслевой анализ (сравнительный анализ деятельности малого предпринимательства одной и той же отрасли);

– межотраслевой (сопоставление деятельности малого и среднего предпринимательства разных отраслей на микро- и макро уровнях);

– межрегиональный и международный (сравнительный анализ деятельности компаний и секторов МСП);

2) разработка государственных программ поддержки малого и среднего бизнеса на местном, региональном, федеральном (национальном) и межгосударственном уровнях значимости таких программ;

3) развитие образовательных программ, ориентированных как на бизнес-образование (управление малой фирмой), так и на экономическое образование (ориентация в большей степени на микроэкономические аспекты малого и среднего предпринимательства и макроэкономические аспекты как сектора экономики);

4) исследование предприятий малого бизнеса, стилей менеджмента, особенностей маркетинга и других аспектов управления (микроуровень);

5) изучение малого предпринимательства как сектора экономики и процессов управления его развитием;

6) развитие предприятий МСП на основе бенчмаркинга.

### **Методологии и методы исследования**

Решение каждой из названных задач требует применения различных методологий и методов исследования. В основе статистических исследований, например, лежит статистическая методология как система приемов, способов, методов, направленных на изучение количественных закономерностей, проявляющихся во взаимосвязи с социально-экономическими явлениями. Она включает следующие этапы исследования:

– организованная регистрация собранных фактов о массовых социально-экономических, общественных явлениях и процессах;

– сводка и группировка статистических данных

– это систематизация первичных данных по признакам, объединяющим в качественно однородные группы;

– анализ совокупных данных, полученных в результате сводки и группировки, при этом используются обобщенные показатели: абсолютные, относительные и средние величины, показатели вариации, ряды динамики, анализ взаимосвязей и индексы.

Методологической основой статистических исследований являются метод статистического наблюдения, метод группировок, индексный метод.

Индексный метод предполагает сведение количественных оценок в статистические показатели (индексы), отражающие в относительных единицах отличие изучаемого явления от того же явления в других условиях. По степени охвата элементов изучаемой совокупности выделяют индексы индивидуальные и сводные. Сводные индексы применяются для оценки сложного, несопоставимого в реальных условиях явления, например изменения объема разноименных товаров (запасов). При реализации межрегионального анализа используются территориальные (пространственные) индексы. При построении территориальных индексов особое значение приобретает вопрос о выборе весовых коэффициентов индекса. Различия индексов, рассчитанных с весами разных регионов, могут быть существенными. Поэтому к построению территориальных индексов необходим особый подход по сравнению с индексами, выражающими изменение явления во времени. Территориальный индекс может быть получен сопоставлением уровня исследуемого явления, например, по городу со средним уровнем этого явления для всей страны, региона и т.д. Другой способ построения территориальных индексов основан на непосредственном сопоставлении уровней явления с применением стандартизованных (одинаковых) весов, общих для всех регионов. Статистические исследования структуры и характера взаимосвязей между количественными переменными при исследовании процессов

*методологической  
основой  
статистических  
исследований  
являются метод  
статистического  
наблюдения, метод  
группировок,  
индексный метод*

в МСП основаны на применение методов и моделей корреляционного и регрессионного анализа, а также анализа временных рядов.

Для разработки программ поддержки и развития МСП с учетом специфических особенностей региональной экономики требуется применение методов сравнительного анализа, дедукции и индукции, системного анализа и методов математического моделирования. Совмещение пространственных и временных представлений дает многомерную характеристику исследуемому процессу.

### **Бенчмаркинг как метод эталонного сравнения**

В целях развития бизнеса достаточно широко используется бенчмаркинг как метод эталонного сравнения показателей компании с показателями конкурентов с целью поиска новых решений с последующим применением их в собственной практике. Поскольку сравнительный анализ в бизнесе – затратное исследование, то его применение является широко распространенным явлением для крупных компаний и холдингов. Полученные результаты анализа со временем формулируются в виде новых методов менеджмента, к числу которых относятся тотальное управление качеством (Total Quality Management, TQM), методология «Точно в срок» (Just in Time, JIT), инновационные методики ведения бизнеса MRP (Manufacturing Resource Planning) – планирование производственных ресурсов, ERP (Enterprise Resource Planning) – планирование ресурсов предприятия, CSRP (Customer Synchronized Resource Planning) – планирование в зависимости от потребностей клиента, сбалансированная система показателей (Balanced Scorecard, BSC) и другие.

Однако применение новых методов управления или проекция менеджмента крупных компаний на средний и малый бизнес имеет ряд ограничений. Это связано с финансовыми возможностями предприятий МСП, недостаточной компетенцией предпринимателей, нехваткой трудовых ресурсов и стилем работы предпринимателей, сформированным под воздействием условий ведения бизнеса. В ряде случаев применению современных методологий ведения бизнеса способствует внедрение ИТ/

**индексный метод  
предполагает  
сведение  
количественных  
оценок  
в статистические  
показатели  
(индексы),  
отражающие  
в относительных  
единицах отличие  
изучаемого явления  
от того же явления  
в других условиях**

ИС, ориентированных на процессы автоматизации операционной и аналитической деятельности. Это достигается за счет того, что большинство поставщиков ИТ-решений, поддерживающих различные методологии управления, реализуют функционал применительно для компаний малого и среднего бизнеса, обеспечивают поддержку и развитие облачных технологий для внедрения таких систем, а также реализуют систему сопровождения, что в комплексе способствует внедрению современных методологий менеджмента в сектор МСП.

Кроме проецирования результатов бенчмакинга крупных компаний на предприятия малого и среднего бизнеса, бенчмаркинг как метод эталонного сравнения, реализуется и самими предпринимателями, что заложено в основах лидерской философии самого предпринимательства [1, 2]. Следует отметить, что существенным ограничением применения этого метода является низкая компетентность предпринимателей, проявляющаяся как в выборе параметров для сопоставления с конкурентами или лидерами, так и ограниченное применение инструментальных средств сравнительного анализа.

pn

### *Литература*

1. Tim Stapenhurst. The Benchmarking Book: A How-to-Guide to Best Practice for Managers and Practitioners. – London: Elsevier Ltd, 2009. – 496 p.
2. Халезов В.Н. Повышение конкурентоспособности торгового предприятия на основе метода бенчмаркинга // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2011. – № 06.

**Nadezhda B. Zaviailova**

*Cand. of Technical Sci., Associate Professor,  
Plekhanov Russian University of Economics, Moscow*

**Anastasia M. Sukhova**

*Master Student, Faculty of Business,  
Plekhanov Russian University of Economics, Moscow*

### **Role and Objectives of Comparative Analysis in Business Development**

Abstract

**A** study of governmental policies and activities of public organizations supporting business and business environment in Russia's regions aimed at developing small and medium-sized businesses, as well as business people's own philosophy of leadership, should involve a wide range of comparative methods. The paper describes some objectives and methods of comparative analysis, including benchmarking as a tool for small and medium-sized business development.

**Keywords:** comparative analysis, small and medium-sized business, benchmarking