

DOI: 10.37791/1993-7598-2020-14-4-54-67

Симонова Е.В., ORCID 0000-0002-8700-7517, канд. экон. наук, доцент, Орловский государственный университет экономики и торговли, Орел, Россия, jezzi@mail.ru

Стимулирование развития конкурентных преимуществ инновационного бизнеса посредством бенчмаркинга

Цель статьи — выявить конкурентные преимущества малого и крупного инновационного бизнеса посредством видовых особенностей бенчмаркинга. В результате исследования автором определены ключевые аспекты для подбора характерных видов бенчмаркинга для малого и крупного инновационного бизнеса, описан процесс периодизации в рамках эволюции поколений бенчмаркинга, представлена авторская методика построения моделей бенчмаркинга малого и крупного инновационного бизнеса в разрезе повышения конкурентоспособности данных хозяйствующих субъектов, основывающаяся на системном подходе к модельному управлению. С точки зрения автора, построенные системные модели бенчмаркинга в разрезе повышения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов на основе принципов, процессов и этапов позволяют определить конкурентное положение инновационной компании на рынке посредством применения инновационных предложений и лучших бизнес-практик. В данном исследовании автором предложено рассматривать типологизацию бенчмаркинга на основе приоритетности развития малого и крупного инновационного бизнеса. В соответствии с этим к ключевым видам бенчмаркинга малого инновационного бизнеса относятся: внутрипроизводственный, внешнеконкурентный, совместный и индивидуальный. Предложенный инструментарий позволит выявить пробелы в коммуникационном взаимодействии с ориентацией на стимулирование развития конкурентных преимуществ инновационного бизнеса посредством бенчмаркинга.

Ключевые слова: конкурентные преимущества, малый инновационный бизнес, крупный инновационный бизнес, бенчмаркинг

Введение

В России скопированы многие американские институты поддержки и развития бенчмаркинга. Но дело в том, что они во многом носят имитационный характер вследствие отсутствия в нашей стране дееспособной НИС, плохого предпринимательского климата, фрагментарности в государственной политике инновационного развития, с одной стороны, и поддержки малого и среднего предпринимательства — с другой. Но самое главное здесь отличие России от США заключается в том, что в американской экономике наличествует мощный спрос на инновации, а в нашей стране по причине топливно-сырьевой ори-

ентации ее экономики он мизерен. Российскому государству через налоги, целевые программы и целевые государственные закупки необходимо формировать спрос на инновации. При наличии спроса следует ожидать кардинального увеличения предложения со стороны, в том числе, отечественных инновационных малых и средних предприятий, а также бурного их развития [3].

По мере появления большого количества компаний и развития технологической среды в российской экономике встает вопрос о поиске современного инструментария, позволяющего оценить конкурентные преимущества инновационного бизнеса. Существующие проблемы, слабые стороны коммуникационного взаимодействия, жесткая

конкуренция и внешние глобальные изменения проецируют необходимость выявления наилучшего опыта развития инновационных компаний. В данном аспекте все большую значимость приобретает метод бенчмаркинга. Бенчмаркинг выступает как процесс сравнения и последующего перенесения наилучшего опыта развития эталонной компании в отрасли. Применение видовых особенностей бенчмаркинга позволяет выделить ключевые характеристики в развитии малого и крупного инновационного бизнеса.

Применение видовых особенностей бенчмаркинга в развитии малого и крупного инновационного бизнеса

Адаптация к условиям внешней среды сопряжена с высокими рисками и потерями в деятельности бизнес-структур. Ориентированность на развитие требует высокой организации и эталонных показателей предприятий, ставящих своей целью эффективно функционировать на рынке инновационных товаров и услуг. Прежде всего данное обстоятельство связано с инновационной деятельностью малого и крупного бизнеса, который в большей степени подвержен изменениям и конкурентному давлению. Малый инновационный бизнес сталкивается с проблемами в области слабого стратегического планирования и прогнозирования своей деятельности, крупный инновационный бизнес — с отсутствием доступной и точной информации. В соответствии с этим субъектам малого и крупного инновационного бизнеса приходится искать новые методы и инструменты по решению данных проблем, одним из которых в современных реалиях является бенчмаркинг (Benchmarking) — метод контроля и управленческая процедура внедрения в практику работы организации технологий, стандартов и методов работы лучших организаций-аналогов [1].

Бенчмаркинг выступает как один из инструментов управления инновационным

предприятием, заключающийся в оценке наилучших характеристик и показателей ведущих компаний в рамках единой или смежной отрасли, отражающейся в последующем в процессе совершенствования направлений и составлении ключевых мероприятий по развитию бизнес-структуры. Бенчмаркинг как эффективный инструмент повышения конкурентоспособности малого инновационного и крупного бизнеса имеет ряд преимуществ. Во-первых, бенчмаркинг предполагает наличие непрерывного процесса исследования компании, который позволяет наиболее быстро внедрить лучшие практические мероприятия для совершенствования хозяйственной деятельности. Во-вторых, бенчмаркинг является отправным элементом в выстраивании долгосрочной стратегии и приспособлении компании к формирующимся тенденциям развития рынка. В-третьих, выявление негативных аспектов в развитии компании-исследователя¹ позволяет выработать новые условия функционирования, отличные от компаний-конкурентов². В-четвертых, повсеместная применимость бенчмаркинга способствует решению злободневных задач в ключевых сферах деятельности инновационного бизнеса: логистике, маркетинге, экономике, менеджменте, управлении персоналом. В-пятых, стимулирование поиска новых идей стратегического развития посредством бенчмаркинга позволяет добиться положительного результата в управлении инновационной компанией.

Бенчмаркинг в аспекте малого и крупного инновационного бизнеса является составной частью стратегического планирования деятельности предприятий. В соответствии

¹ Компания-исследователь — производственно-хозяйственная структура, занимающаяся исследованием в области эффективного развития и повышения конкурентоспособности в выбранной отрасли.

² Компания-конкурент — производственно-хозяйственная структура, стремящаяся достичь идентичных целей совместно с производственно-хозяйственными структурами, находящимися в той же отрасли.

с этим бенчмаркинг трансформирует мотивационные составляющие персонала в сторону совершенствования и изменения внутренней среды инновационного бизнеса, формирует новаторские способности к разработкам инновационной продукции, позволяет определить ключевые тенденции развития бизнеса. При этом важным аспектом выступает подбор характерных видов бенчмаркинга для малого и крупного инновационного бизнеса. Рассмотрим данный тезис более подробно.

Бенчмаркинг для малого инновационного бизнеса

Бенчмаркинг малого инновационного бизнеса сопряжен с классификационными особенностями в области аккумуляции и перераспределения информационных потоков наилучших практик развития эталонных компаний. Важными элементами бенчмаркинга малого инновационного бизнеса выступают:

- участники бизнес-процессов — в данном аспекте требуется рассчитать наиболее адаптивное число субъектов исследования для предотвращения больших информационных разрывов и замедления коммуникационного взаимодействия между ними [19];

- снижение значимости руководителя — в этом аспекте необходимо выстроить прочные и равные взаимоотношения между всеми участниками исследовательского процесса для повышения качества итоговых результатов [21];

- упрощение усложненных бизнес-процессов — в данном аспекте требуется увеличить число бизнес-процессов и сократить количество ошибок в рамках внедрения лучших практик в деятельность субъектов малого инновационного бизнеса [22].

На основе данных предпосылок в качестве ключевых видов бенчмаркинга малого инновационного бизнеса в разрезе классификации используем: внутрипроизводственный, внешнеконкурентный, совместный, индивидуальный бенчмаркинг (рис. 1).

Внутрипроизводственный бенчмаркинг [27] предполагает изучение производственного опыта компании на основе анализа внутрихозяйственных процессов и выявления ключевых целей и задач, которые необходимо решить в краткосрочной перспективе. В основном данный вид используется для сравнения схожих структурных подразделений в рамках отраслевых инновационных предприятий.

Внешнеконкурентный бенчмаркинг [14] включает в себя изучение международного

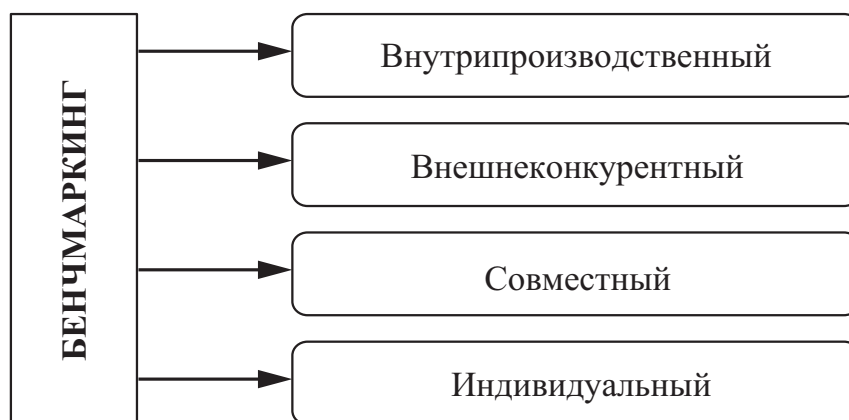


Рис. 1. Ключевые виды бенчмаркинга малого инновационного бизнеса в разрезе классификации
 Fig. 1. Key types of small innovative business benchmarking within the classification

опыта в области построения внешних структур инновационного бизнеса. Данный вид основан на получении открытой информации и исследовании опыта реализации международных проектов.

Совместный бенчмаркинг [24] основан на проведении исследования по поиску наиболее эффективной модели управления инновационным бизнесом несколькими партнерами в соответствии с заключенным договором о совместном развитии. Данный вид бенчмаркинга применяется в зарубежных странах, так как в российском праве отсутствует законодательное регулирование вопроса совместного развития. Отметим, что данные соглашения могут быть заключены между инновационными компаниями разнопрофильных секторов экономики. В рамках совместного бенчмаркинга упор сделан на обмен опытом, взаимодополняющие исследования, проведение совместных конференций.

Индивидуальный бенчмаркинг [6] требует наличия одной инновационной компаний малого бизнеса, самостоятельно проводящей оценку передового опыта компании-конкурента по внедрению технологий в хозяйственную деятельность данного хозяйствующего субъекта. Индивидуальный бенчмаркинг включает в себя процесс сопоставления ключевых показателей развития хозяйственной деятельности малого инновационного бизнеса с эталонным предприятием, выбранным в процессе исследования.

Бенчмаркинг для крупного инновационного бизнеса

Немного иначе выглядит бенчмаркинг крупного инновационного бизнеса. Развитие данных инновационных предприятий сопряжено с совершенствованием следующих бизнес-процессов:

- типизацией инициатив участников [8] — в данном аспекте следует учитывать степень оказания влияния предлагаемой инициативы

на ключевые направления инновационной деятельности;

- изучением бизнес-процессов предприятий смежных отраслей [17] — в этом аспекте необходимо определить процедуру перенесения опыта эталонного предприятия смежной отрасли на объекты инновационного бизнеса;

- исключением излишнего контроля в процессе анализа ключевых направлений развития [4] — в данном аспекте контроль за анализом ключевых направлений развития стоит перенести на конечный результат.

На основе данных предпосылок в качестве ключевых видов бенчмаркинга крупного инновационного бизнеса в разрезе классификации используем конкурентный, неконкурентный, системный, сравнительный и поведенческий бенчмаркинг (рис. 2).

Конкурентный бенчмаркинг [23] сопряжен с исследованием процесса внедрения передовых технологий совершенствования хозяйственной деятельности инновационного бизнеса. Данный процесс аккумулирует большой объем достоверной информации, который позволяет изучить уже апробированные практики управления инновационным бизнесом. В дальнейшем данный опыт преобразуется в соответствии с условиями развития компании и адаптируется к происходящим внутри инновационного бизнеса изменениям.

Неконкурентный бенчмаркинг [9] проводится на основе оценки деятельности конкурентов с целью определения уникальности собственной идеи по развитию инновационного бизнеса. Говоря простым языком, исследование деятельности компании-конкурента происходит не для копирования лучшего опыта, а для реализации собственных уникальных идей в проектной деятельности. Тем самым данный вид бенчмаркинга исключает прямую конкуренцию между компаниями крупного инновационного бизнеса.

Системный бенчмаркинг [26] позволяет сравнить существующих в отрасли конкурентов не только на основе лучших практик,

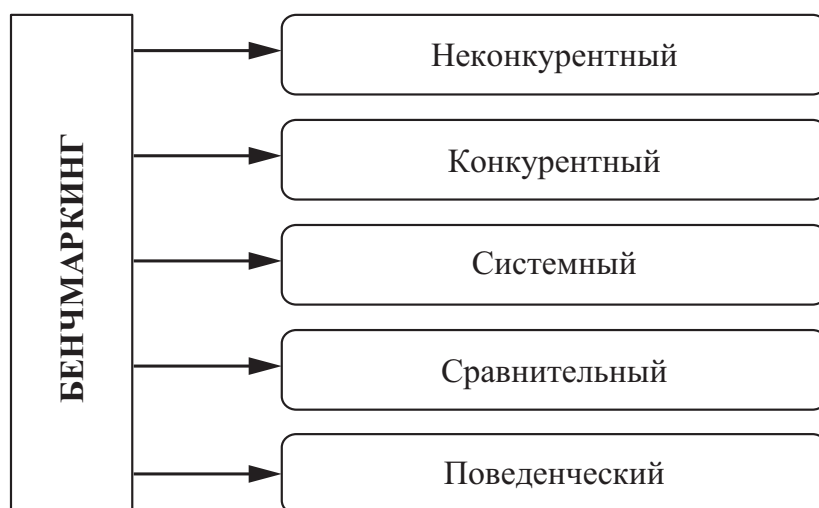


Рис. 2. Ключевые виды бенчмаркинга крупного инновационного бизнеса в разрезе классификации
Fig. 2. Key types of big innovative business benchmarking within the classification

но и посредством выделения слабых сторон. Данный вид бенчмаркинга выбирается для того, чтобы выделить ключевые ошибки в деятельности инновационных компаний, функционирующих в одной отрасли, и не допустить их проявления в процессе дальнейшего функционирования компании-исследователя.

Сравнительный бенчмаркинг [11] описывает ключевые особенности аналогичных процессов инновационных компаний в различных ситуациях. Чаще всего данный вид бенчмаркинга применяется при выборе мероприятий для решения конкретной проблемы (запуска производства, реализации инновационного товара). Кроме того, сравнительный бенчмаркинг, в отличие от других видов, позволяет оценить изменчивость финансовых показателей инновационной компании от выбранных конкретных мероприятий.

Поведенческий бенчмаркинг [18] формирует определенные алгоритмы для исследования поведения компаний-конкурентов в заданных управленческих ситуациях. Данный вид бенчмаркинга основывается на параметрическом сопоставлении жизненного цикла компаний и ситуаций, которые про-

исходят на каждом этапе функционирования компаний крупного инновационного бизнеса. Выявление данного опыта позволяет сфокусировать внимание на возникающих проблемах в переходный период изменения жизненных циклов крупных инновационных компаний.

Представленные выше виды бенчмаркинга являются ключевыми для данных инновационных структур. При этом видовая классификация ими не ограничена. Прежде всего приоритетность данных видов меняется в зависимости от условий развития предприятий и изменчивости внешней среды. Для учета данного фактора считаем возможным провести исследование процесса периодизации в рамках эволюции поколений бенчмаркинга.

Процесс периодизации в рамках эволюции поколений бенчмаркинга

Формирование процесса периодизации в рамках бенчмаркинга началось с 1975 года в условиях радикальных преобразований инновационных форм (рис. 3). Данный временной лаг характеризовался не исследованием наилучшего опыта компаний-

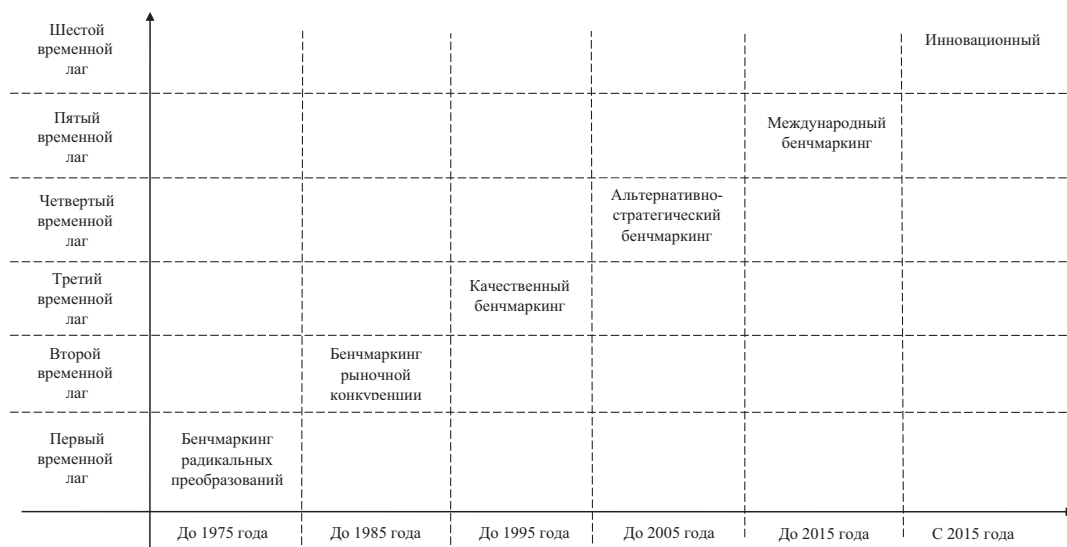


Рис. 3. Процесс периодизации в рамках эволюции поколений бенчмаркинга

Fig. 3. Periodization within the evolution of generations of benchmarking

конкурентов [20], а выявлением важных структурных элементов в производстве определенных товаров и продуктов. В соответствии с выявленными особенностями проводился ретроспективный анализ развития производственной деятельности инновационной компании, внедряющей уникальный продукт. На основе выбранных действий и необходимости изменения свойств произведенного товара компания проводила реинжиниринг продукции.

Второй временной лаг — до 1985 года [15] — был ознаменован применением бенчмаркинга как ключевого инструмента рыночной экономики. За основу брались компании-лидеры, и их опыт внедрялся во все смежные отраслевые компании. Ключевым недостатком данного периода является бессознательное проведение исследований посредством инструмента бенчмаркинг. Впоследствии данный период ознаменовался разорением крупных инновационных структур из-за неправильного подхода к управлению предприятиями и необеспеченности в рамках конкурентоспо-

собности приоритетных секторальных компаний. Данное обстоятельство привело к появлению качественного бенчмаркинга.

Третий временной лаг — до 1995 года [2] — включал в себя элементы качественного бенчмаркинга. Данное обстоятельство сводилось к тому, что только опыт качественных преобразований является ключевым в процессе внедрения новых направлений развития инновационного бизнеса. В рамках третьего временного лага происходило заимствование передового опыта из различных секторов экономики, которое в последующем было дифференцировано в рамках конкретного предприятия.

Четвертый временной лаг — до 2005 года [16] — определил развитие долгосрочного прогнозирования деятельности инновационных предприятий. Рассматриваемый период основывался на формировании альтернативных стратегий по развитию отраслей, секторов, инновационных предприятий. На основе бенчмаркинга компании стали разрабатывать стратегии, которые включали в себя пошаговые инструкции по

решению конкретных проблем, связанных с негативным воздействием глобальных изменений на их развитие.

Пятый временной лаг — до 2015 года [25] — базировался на международном бенчмаркинге. В основу данного процесса было положено перенятие иностранного опыта в руководство национальной компании. На основе этого российские инновационные компании внедряли зарубежные методы управления, мотивации персонала, составления финансовой отчетности, бережливого производства. Вся система корпоративного управления подверглась изменениям в сторону глобального восприятия иностранного опыта в области руководства инновационными компаниями [7].

Шестой временной лаг — с 2015 года [12] — включает в себя инновационный бенчмаркинг для развития инновационных компаний. В зарубежной литературе данный период получил названия «бенчмаркинг новаций» [13], «модернизированный бенчмаркинг» [5], «технологический бенчмаркинг» [10]. Суть данного периода заключается в использовании инновационных технологий, апробированных и показавших свою эффективность на предприятиях цифрового сектора экономики. Данный период адаптируется под новую парадигму цифровой экономики, позволяющей на основе киберавтоматизации ключевых производственных элементов увеличить производительность труда.

Представленный процесс периодизации в рамках эволюции поколений бенчмаркинга позволил выделить характерные особенности развития данного инструмента во времени. Развитие инновационного бенчмаркинга как шестого временного периода — с 2015 года — формирует совершенно иные модели и механизмы повышения конкурентоспособности предприятий. В особенности инновационный бенчмаркинг оказывает влияние на инновационные компании, которые на основе данного инструмента перепроектируют хозяйственные процессы, созда-

ют новые информационно-коммуникационные взаимосвязи, осуществляют контроль над технологической системой производственного взаимодействия. В соответствии с этим считаем возможным построить модели бенчмаркинга малого и крупного инновационного бизнеса в разрезе повышения конкурентоспособности данных хозяйствующих субъектов.

Авторская методика построения моделей бенчмаркинга малого и крупного инновационного бизнеса в разрезе повышения конкурентоспособности данных хозяйствующих субъектов основывается на системном подходе к модельному управлению. Системный подход, применяемый к модельному управлению, позволяющий иерархически сгруппировать ключевые элементы объекта исследования, которые оказывают наиболее существенное влияние на конечную систему ценностей (результат). В соответствии с данным тезисом системные модели бенчмаркинга малого и крупного инновационного бизнеса необходимо построить посредством следующих структурных элементов:

- принципы — ключевые правила, на основе которых элементы модели взаимодействуют;
- процессы — системные параметры движения и изменения конечного объекта исследования;
- этапы — систематизированные промежуточные временные лаги, отражающие ключевые особенности развития объекта исследования.

Системная модель бенчмаркинга малого инновационного бизнеса в разрезе повышения конкурентоспособности данного хозяйствующего субъекта

Рассмотрим представленные выше элементы на конкретных системных моделях бенчмаркинга малого и крупного инновационного бизнеса в разрезе повышения конкурентоспособности данных хозяйствующих



Рис. 4. Системная модель бенчмаркинга малого инновационного бизнеса в разрезе повышения конкурентоспособности данного хозяйствующего субъекта

Fig. 4. System model of benchmarking of small innovative business in the context of competitiveness increasing of the given economic entity

субъектов. Системная модель бенчмаркинга малого инновационного бизнеса представлена на рисунке 4.

Системная модель бенчмаркинга опирается на следующие ключевые принципы повышения уровня конкурентоспособности хозяйствующего субъекта:

- функциональное развитие бизнес-процессов — рассматривается в аспекте функциональной деятельности малых предприятий инновационного бизнеса с отлаженными коммуникационными взаимосвязями;
- систематизация бизнес-процессов — представление бизнеса как единой, непрерывной и всесторонней системы управления рыночными процессами инновационной деятельности;

- агрессивное взаимодействие в рамках внешней среды — адаптация инновационной компании к условиям глобальных изменений и трансформации агрессивной внешней среды.

Данные принципы формируют процессы, повышающие конкурентоспособность инновационного предприятия за счет их направления в сторону создания и поддержания высоких показателей развития бизнеса. При этом стоит отметить, что бенчмаркинг малого инновационного бизнеса в разрезе повышения конкурентоспособности данного хозяйствующего субъекта изменяет алгоритм исследования лучших практик, который, по мнению автора, должен отражать шесть этапов оценки результатов

конкурентообеспеченности инновационной компании.

Этап 1. Выделение направлений, требующих внедрения бенчмаркинга. Данный этап не направлен на выявление только ключевых проблем развития инновационной компании. Первоначально необходимо определиться с направлениями, которые требуют изменений, и разработать систему адекватной защиты от внешних агрессивных условий развития.

Этап 2. Построение мероприятий, направленных на улучшение бизнес-процессов. Этот этап бенчмаркинга включает в себя поиск наилучшего опыта инновационного развития и построения мероприятий, направленных на улучшение структуры бизнес-процессов. Представленные мероприятия включают в себя два подэтапа: первый — разработку ключевых мероприятий на основе текущей стратегии развития; второй — построение мероприятий посредством взаимодействия инновационной компании с внешней средой.

Этап 3. Аккумуляция потока информации о наилучшем опыте компании. В соответствии с выбранными мероприятиями на втором этапе бенчмаркинга происходит аккумуляция информационного потока о наилучших практиках повышения конкурентоспособности предприятий, развивающихся в данной отрасли.

Этап 4. Сопоставление и сравнение интегрированных показателей компаний-передовиков³ и компании-бенчмаркера⁴. Компания-бенчмаркер после отбора ключевых

компаний-передовиков начинает применять метод сопоставления интегрированных показателей. Данный этап необходим для того, чтобы сформировать наиболее подходящие модели в области повышения уровня конкурентоспособности инновационной компании с учетом общих характеристик и показателей функционирования в условиях рынка.

Этап 5. Корректировка мероприятий, направленных на улучшение бизнес-процессов. Пятый этап модели связан с корректировкой мероприятий второго этапа исследования с учетом выделенных бизнес-процессов в разрезе конкурентного состояния компании-передовика. Лучшие направления деятельности начинают внедряться в качестве инновационных программ в хозяйственную деятельность компании малого инновационного бизнеса.

Этап 6. Оценка результатов конкурентообеспеченности компании. После реализации данных мероприятий возникает потребность в формировании параметров для отслеживания уровня конкурентообеспеченности и конкурентоспособности инновационной компании по сравнению с компанией-передовиком. Необходимо выявить текущее положение инновационной компании по таким критериям, как превышение и/или снижение ключевых индикаторов конкурентоспособности по сравнению с компанией-передовиком.

Системная модель бенчмаркинга крупного инновационного бизнеса в разрезе повышения конкурентоспособности данного хозяйствующего субъекта

Немного иначе представлена системная модель бенчмаркинга крупного инновационного бизнеса (рис. 5).

Данная модель функционирует на основе таких принципов, как:

- качество бизнес-процессов — всесторонняя концентрация качества в аспекте

³ Компания-передовик — производственно-хозяйственная структура, передающая эффективный опыт в области развития и повышения конкурентоспособности в выбранной отрасли. В российской и зарубежной литературе может встречаться под названием «эталонное предприятие».

⁴ Компания-бенчмаркер — производственно-хозяйственная структура, перенимающая передовой опыт в области развития и повышения конкурентоспособности у эталонного предприятия, функционирующего в данной отрасли.



Рис. 5. Системная модель бенчмаркинга крупного инновационного бизнеса в разрезе повышения конкурентоспособности данного хозяйствующего субъекта

Fig. 5. System model of benchmarking of big innovative business in the context of competitiveness increasing of the given economic entity

функционального взаимодействия субъектов организационной деятельности;

- совершенствование бизнес-процессов — постоянное отслеживание хозяйственных процессов и их модернизация в соответствии с условиями внешней среды.

В соответствии с иным представлением принципов системной модели ключевым процессом повышения конкурентоспособности инновационного крупного бизнеса является развитие, которое отражено в шести этапах управления конкурентоспособностью данного хозяйствующего субъекта.

Этап 1. Стратегия конкурентного развития. В рамках развития крупного инноваци-

онного предприятия формируются приоритетные стратегии конкурентного развития. Данные стратегии включают в себя направления и мероприятия по достижению определенных целей в области повышения уровня конкурентообеспеченности и конкурентоспособности инновационных компаний. Разработанный локальный стратегический документ в рамках инновационного предприятия является основным в проведении бенчмаркинга.

Этап 2. Формирование основных групп субъектов, применяющих метод бенчмаркинга к исследованию инновационной компании. После составления стратегии

конкурентного развития формируется группа, осуществляющая исследование на основе инструмента бенчмаркинга. Группа не должна включать в себя большое количество субъектов-исследователей и быть иерархична и подконтрольна вышестоящему руководителю.

Этап 3. Концентрация информационного потока бенчмаркинга. Третий этап представлен как первоначальный период осуществления бенчмаркинг-исследования. В соответствии с данным этапом происходят обработка и концентрация информационного потока в области наилучших практик зарубежных и российских компаний дифференцированных секторов экономики. Важным выступает разделение крупных инновационных компаний по принципу приоритетности отрасли в реализации наилучших практик.

Этап 4. Определение стратегического вида бенчмаркинга и подготовка конечного плана конкурентного развития. Данный этап сопряжен с выбором видов бенчмаркинга, представленных на рисунке 2. Конкурентный бенчмаркинг позволит выявить направления по внедрению инновационных технологий, неконкурентный бенчмаркинг — провести оценку деятельности конкурентов для определения уникальности собственной идеи по развитию инновационного бизнеса, системный бенчмаркинг — выявить слабые стороны компании, сравнительный бенчмаркинг — описать направления действий в соответствии с различными ситуациями, поведенческий бенчмаркинг — сформировать определенные алгоритмы для исследования поведения компаний-конкурентов в заданных ситуациях. На основе выбранных видов компания-бенчмаркер должна сформировать подробный план конкурентного развития.

Этап 5. Добавление передовых инструментов для анализа рекомендаций и результатов. Конкурентный план выносится на обозрение менеджеров компании-бенчмаркера, которые добавляют в него эле-

менты передовых технологий для более быстрого принятия решений по его реализации. На основе данного процесса формируются рекомендации в рамках проводимого исследования. Данный план включается в стратегию конкурентного развития компании-бенчмаркера.

Этап 6. Управление изменениями и мониторинг успеха. Этот этап базируется на отслеживании реализации мероприятий конкурентного плана и показателей результатов в соответствии с проведенными действиями. Как и в модели бенчмаркинга малого инновационного бизнеса, необходимо предусмотреть наличие параметрических показателей, которые позволяют определить уровень конкурентоспособности компании-бенчмаркера в краткосрочной перспективе.

Заключение

Таким образом, авторские системные модели бенчмаркинга в разрезе повышения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов выступают как составные части стратегического планирования деятельности малого и крупного инновационного бизнеса. Составленные модели на основе принципов, процессов и этапов позволяют систематизировать и алгоритмизировать систему бенчмаркинг-исследований.

В современных условиях развития инновационных компаний поиск эффективных инструментов управления хозяйственной деятельностью является довольно важным процессом. При этом на первоначальных этапах инновационная компания должна оценить собственное положение на конкурентном рынке, выявить слабые стороны и определить приоритетные направления развития. Для получения данных результатов необходимо использовать метод бенчмаркинга. Бенчмаркинг представляет собой процесс сравнения и оценки деятельности инновационных компаний на определенном рынке с параметрическими показате-

лями эталонного предприятия для реализации изменений с целью сохранения или повышения конкурентоспособности бизнеса. Бенчмаркинг как инструмент эффективного развития имеет достаточное количество видовых классификаций. В данном исследовании автором предложено рассматривать типологизацию бенчмаркинга на основе приоритетности развития малого и крупного инновационного бизнеса. В соответствии с этим к ключевым видам бенчмаркинга малого инновационного бизнеса относятся внутрипроизводственный, внешнеконкурентный, совместный и индивидуальный.

Разграничение по признаку развития крупного инновационного бизнеса выделяет следующие виды бенчмаркинга: конкурентный, неконкурентный, системный, сравнительный, поведенческий. Отметим, что данная видовая классификация изменяется в зависимости от процесса периодизации в рамках эволюции поколений бенчмаркинга. На сегодняшний день насчитывается шесть периодов эволюции бенчмаркинга: радикальные преобразования, рыночная конкуренция, качественные изменения, альтернативно-стратегический, международный и инновационный.

Значимая роль инновационного бенчмаркинга в настоящее время обусловлена трансформацией хозяйственной деятельности инновационных структур и изменением экономических процессов в рамках системы народного хозяйства. Данный тезис стал ключевым для построения авторских моделей бенчмаркинга малого и крупного инновационного бизнеса в разрезе повышения конкурентоспособности данных хозяйствующих субъектов. В качестве элементов данных моделей использованы принципы, процессы и этапы, выступающие ключевыми позициями в проведении бенчмаркинг-исследования. В целом применение данных моделей позволяет добиться следующих результатов: установить конкурентное положение ин-

новационной компании на рынке, осуществить поиск уникальных инновационных идей, определить лучшие практики развития бизнеса, улучшить позиции компании, содействовать переменам и изменениям внутренней среды инновационного бизнеса, сформировать современные стратегические цели для повышения уровня конкурентоспособности инновационной компании.

Список литературы

1. Академик, 2000–2020 [Электронный ресурс]. — URL: <https://dic.academic.ru/> (дата обращения: 07.10.2020).
2. Верлуп Е. В. Особенности применения бенчмаркинга в сфере государственного управления // Международный научно-исследовательский журнал. 2015. № 7–3 (38). С. 21–23.
3. Виленский А. В. Стимулирование развития малого предпринимательства США // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2013. № 1–2. С. 6–29.
4. Дубоделова А. В., Юринец О. В. Особенности и технологии внутреннего бенчмаркинга на предприятии // Маркетинг и менеджмент инноваций. 2013. № 2. С. 64–73.
5. Железникова Е. В. Этапы проведения конкурентного бенчмаркинга // Проблемы совершенствования организации производства и управления промышленными предприятиями: межвузовский сборник научных трудов. 2013. № 2. С. 33–39.
6. Левченко Д. К. Бенчмаркинг как инструмент обеспечения конкурентоспособности предприятия // Актуальные проблемы социально-экономического развития. — Ставрополь, 2014. С. 340–344.
7. Науменко А. А. Проведение бенчмаркинг-исследования // Аспирант. 2015. № 6–2 (11). С. 77–78.
8. Нуштаев А. И. Зарубежный и российский опыт организации бенчмаркинга // Информационно-экономические аспекты стандартизации и технического регулирования. 2011. № 3 (3). С. 16.
9. Панягина А. Е. Методологические аспекты выбора объектов регионального бенчмаркинга // Горизонты экономики. 2015. № 6–2 (26). С. 63–67.
10. Перерва П. Г., Ткачова Н. П. Синергетический эффект бенчмаркинга конкурентных преимуществ // Маркетинг и менеджмент инноваций. 2011. № 4–1. С. 55–66.
11. Петухов М. В. Бенчмаркинг как основа управления конкурентоспособностью строительной организации // Вестник гражданских инженеров. 2015. № 4 (51). С. 195–202.
12. Подойницына А. Ю. Бенчмаркинг как метод стратегического управления предприятием // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. 2016. № 60. С. 67–71.
13. Растворцева С. Н., Ларионова М. В. Бенчмаркинг региональной инновационной инфраструктуры // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2015. № 22 (307). С. 13–27.

14. Трошин И. А. Роль бенчмаркинга в осуществлении организационных инноваций // Научное обозрение. 2014. № 10–1. С. 160–167.
15. Шарафутдинова Н. С. Применение бенчмаркинга для повышения конкурентоспособности организации // Ученые записки Казанской государственной академии ветеринарной медицины им. Н. Э. Баумана. 2015. № 223. С. 234–237.
16. Шведа Н. М. Сопротивление переменам при бенчмаркинге: определения и преодоление // Экономика и предпринимательство. 2014. № 1–2 (42–2). С. 707–711.
17. Askim J., Johnsen A. Factors behind organizational learning from benchmarking: experience from Norwegian municipal benchmarking networks // Journal of Public Administration Research & Theory. 2008. Vol. 18. No. 2. P. 297.
18. Ball R. D., Del Debbio L. Benchmarking of parton distribution and their uncertainties // Proceedings of the Workshop - HERA and the LHC, 2009. P. 53–73.
19. Best M. J., Johnson H. R., Abramowitz G. The plumbing of land surface models: benchmarking model performance // Journal of Hydrometeorology. 2015. Vol. 16. No. 3. P. 1425–1442.
20. Estrada T., Pusecker K. L. Benchmarking gender differences in volunteer computing projects // Proceedings - IEEE 9th International Conference on e-Science, e-Science 2013. P. 342–349.
21. Hrabovská Z. Application of benchmarking for performance of evaluation in local government // Information Technology Applications. 2013. No. 3. P. 50–60.
22. Parrens M., Calvet J.-C., Decharme B. Benchmarking of L-band soil microwave emission models // Remote Sensing of Environment. 2014. Vol. 140. P. 407–419.
23. Pervaiz K. Ahmed, Mohammed Rafiq. Integrated benchmarking: a holistic examination of select techniques for benchmarking analysis // Benchmarking for Quality Management & Technology. 1998. Vol. 5. No. 3. P. 225–242.
24. Rodríguez-Déniz H., Voltes-Dorta A. A frontier-based hierarchical clustering for airport efficiency benchmarking // Benchmarking: An International Journal. 2014. Vol. 21. No. 4. P. 486–508.
25. Rodwell John J., Lam Jeremy. Benchmarking HMR and the benchmarking of benchmarking: best practices from outside the square in the Australian finance industry // Employee Relations. 2000. Vol. 22. No. 4. P. 356–374.
26. Spiryagin M., Cole C. International benchmarking of longitudinal train dynamics simulators: benchmarking questions // Vehicle System Dynamics. 2017. Vol. 55. No. 4. P. 450–463.
27. Van der Marck S. C., Koning A. J., Rochman D. A. Benchmarking TENDL-2012 // Nuclear Data Sheets. 2014. Vol. 118. No. 1. P. 446–449.
- Mezhdunarodnyi nauchno-issledovatel'skii zhurnal, 2015, no. 7-3(38), pp. 21-23.
3. Vilenskii A. V. Stimulirovanie razvitiia malogo predprinimatel'stva SShA [Stimulating the development of small US entrepreneurship]. *Ekonomika: vchera, segodnia, zavtra*, 2013, no. 1-2, pp. 6-29.
4. Dubodelova A. V., Iurinovs O. V. Osobennosti i tekhnologii vnutrennego benchmarkinga na predpriatii [Features and technologies of internal benchmarking in the enterprise]. *Marketing i menedzhment innovatsii*, 2013, no. 2, pp. 64-73.
5. Zheleznikova E. V. Etapy provedeniia konkurentnogo benchmarkinga [Stages of competitive benchmarking]. *Problemy sovershenstvovaniia organizatsii proizvodstva i upravleniia promyshlennymi predpriatiiami: Mezhdunarodnyi sbornik nauchnykh trudov* [Problems of improving the organization of production and management of industrial enterprises: interuniversity collection of scientific papers], 2013, no. 2, pp. 33-39.
6. Levchenko D. K. Benchmarking kak instrument obespecheniia konkurentosposobnosti predpriatii [Benchmarking as a tool to ensure the competitiveness of an enterprise]. *Aktual'nye problemy sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiia*. Stavropol', 2014, pp. 340-344.
7. Naumenko A. A. Provedenie benchmarkingovogo issledovaniia [Benchmarking research]. *Aspirant*, 2015, no. 6-2(11), pp. 77-78.
8. Nushtaev A. I. Zarubezhnyi i rossiiskii opyt organizatsii benchmarkinga [Foreign and Russian experience in organizing benchmarking]. *Informatsionno-ekonomicheskie aspekty standartizatsii i tekhnicheskogo regulirovaniia*, 2011, no. 3(3), pp. 16.
9. Paniagina A. E. Metodologicheskie aspekty vybora ob'ektov regional'nogo benchmarkinga [Methodological aspects of the selection of objects of regional benchmarking]. *Gorizonty ekonomiki*, 2015, no. 6-2(26), pp. 63-67.
10. Pererva P. G., Tkachova N. P. Sinergeticheskii effekt benchmarkinga konkurentnykh preimushchestv [Synergistic effect of competitive advantage benchmarking]. *Marketing i menedzhment innovatsii*, 2011, no. 4-1, pp. 55-66.
11. Petukhov M. V. Benchmarking kak osnova upravleniia konkurentosposobnost'iu stroitel'noi organizatsii [Benchmarking as a basis for managing the competitiveness of a construction organization]. *Vestnik grazhdanskikh inzhenerov*, 2015, no. 4(51), pp. 195-202.
12. Podoinitsyna A. Iu. Benchmarking kak metod strategicheskogo upravleniia predpriatiem [Benchmarking as a method of strategic management of the enterprise]. *Ekonomika i sovremennyi menedzhment: teoriia i praktika*, 2016, no. 60, pp. 67-71.
13. Rastvortseva S. N., Larionova M. V. Benchmarking regional'noi innovatsionnoi infrastruktury [Benchmarking of regional innovation infrastructure]. *Natsional'nye interesy: priority i bezopasnost'*, 2015, no. 22(307), pp. 13-27.
14. Troshin I. A. Rol' benchmarkinga v osushchestvlenii organizatsionnykh innovatsii [The Role of Benchmarking in Organizational Innovation]. *Nauchnoe obozrenie*, 2014, no. 10-1, pp. 160-167.
15. Sharafutdinova N. S. Primenenie benchmarkinga dlia povysheniia konkurentosposobnosti organizatsii

References

1. Akademik, 2000-2020. URL: <https://dic.academic.ru/> (accessed 07.10.2020) (in Russian, abstr. in English).
2. Verlup E. V. Osobennosti primeneniia benchmarkinga v sfere gosudarstvennogo upravleniia [Features of the application of benchmarking in public administration].

- [Application of benchmarking to improve the competitiveness of the organization]. *Uchenye zapiski Kazanskoi gosudarstvennoi akademii veterinarnoi meditsiny im. N. E. Baumana*, 2015, no. 223, pp. 234-237.
16. Shveda N. M. *Soprotivlenie peremenam pri benchmarkinge: opredelenie i preodolenie* [Resistance to Change in Benchmarking: Defining and Overcoming]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo*, 2014, no. 1-2(42-2), pp. 707-711.
 17. Askim J., Johnsen A. Factors behind organizational learning from benchmarking: experience from Norwegian municipal benchmarking networks. *Journal of Public Administration Research & Theory*, 2008, vol. 18, no. 2, pp. 297.
 18. Ball R. D., Del Debbio L. Benchmarking of parton distribution and their uncertainties. Proceedings of the Workshop - HERA and the LHC, 2009, pp. 53-73.
 19. Best M. J., Johnson H. R., Abramowitz G. The plumbing of land surface models: benchmarking model performance. *Journal of Hydrometeorology*, 2015, vol. 16, no. 3, pp. 1425-1442.
 20. Estrada T., Pusecker K. L. Benchmarking gender differences in volunteer computing projects. Proceedings - IEEE 9th International Conference on e-Science, e-Science 2013, 2013, pp. 342-349.
 21. Hrabovská Z. Application of benchmarking for performance of evaluation in local government. *Information Technology Applications*, 2013, no. 3, pp. 50-60.
 22. Parrens M., Calvet J.-C., Decharme B. Benchmarking of L-band soil microwave emission models. *Remote Sensing of Environment*, 2014, vol. 140, pp. 407-419.
 23. Pervaiz K. Ahmed, Mohammed Rafiq. Integrated benchmarking: a holistic examination of select techniques for benchmarking analysis. *Benchmarking for Quality Management & Technology*, 1998, vol. 5, no. 3, pp. 225-242.
 24. Rodríguez-Déniz H., Voltes-Dorta A. A frontier-based hierarchical clustering for airport efficiency benchmarking. *Benchmarking: An International Journal*, 2014, vol. 21, no. 4, pp. 486-508.
 25. Rodwell John J., Lam Jeremy. Benchmarking HMR and the benchmarking of benchmarking: best practices from outside the square in the Australian finance industry. *Employee Relations*, 2000, vol. 22, no. 4, pp. 356-374.
 26. Spiriyagin M., Cole C. International benchmarking of longitudinal train dynamics simulators: benchmarking questions. *Vehicle System Dynamics*, 2017, vol. 55, no. 4, pp. 450-463.
 27. Van der Marck S. C., Koning A. J., Rochman D. A. Benchmarking TENDL-2012. *Nuclear Data Sheets*, 2014, vol. 118, no. 1, pp. 446-449.

DOI: 10.37791/1993-7598-2020-14-4-54-67

Simonova E. V., ORCID 0000-0002-8700-7517, PhD in Economics, Associate professor, Orel State University of Economics and Trade, Orel, Russia, jezzi@mail.ru

Development Stimulation of Competitive Advantages of the Innovative Business through Benchmarking

The aim of the article is to identify the competitive advantages of small and big innovative businesses through the specific features of benchmarking. As a result of the study, the author identified key aspects for the selection of characteristic types of benchmarking for small and big innovative businesses, the process of periodization within the evolution of benchmarking generations is described, an author's methodology for benchmarking models constructing for small and big innovative businesses in the context of increasing competitiveness of these economic entities is presented, this approach is based on the system approach to the management model. The author points that the constructed benchmarking system models in the context of increasing competitiveness of business entities on the basis of principles, processes and stages make it possible to determine the competitive position of an innovative company in the market using innovative proposals and best business practices. Also the author proposes to analyse the typology of benchmarking based on the priority of the development of small and big innovative businesses. In accordance with this, the key types of benchmarking for small innovative businesses include internal production, external competition, collective and individual. The author's toolkit will allow identifying gaps in communication interaction with a focus on stimulating the development of competitive advantages of an innovative business through benchmarking.

Keywords: competitive advantage, small innovative businesses, big innovative businesses, benchmarking

About the author: E. Simonova, PhD in Economics, Associate professor

For citation: Simonova E. Development Stimulation of Competitive Advantages of the Innovative Business through Benchmarking. *Journal of Modern Competition*, 2020, vol. 14, no. 4(80), pp. 54-67 (in Russian, abstr. in English).