

УДК 339.138:33 JEL: M11; M22

DOI: 10.18384/2310-6646-2020-4-39-45

ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ АНТИКРИЗИСНОГО БЕНЧМАРКЕТИНГА ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Васильева И. А.¹, Казакова Н. В.², Сазонов А. А.²

¹ *Московский государственный областной университет*

141014, Московская обл., г. Мытищи, ул. Веры Волошиной, д. 24, Российская Федерация

² *Московский авиационный институт (национальный исследовательский университет)*

125080, г. Москва, Волоколамское ш., д. 4, Российская Федерация

Аннотация.

Цель. Исследовать влияние технологий кризисного бенчмаркетинга на организацию антикризисного управления промышленными предприятиями в современных экономических условиях.

Процедура и методы. Формализованы теоретические и методологические аспекты необходимости актуализации существующих и разработки принципиально новых инновационных технологий организации управления промышленными предприятиями.

Результаты. Проанализированы различные подходы отечественных специалистов и учёных с целью выявления ключевых особенностей современного кризисного бенчмаркетинга, определены наиболее эффективные способы его реализации, установлены группы факторов результативности работы данного инновационного инструмента. Рассмотрены основные этапы программы кризисного бенчмаркетинга предприятия.

Теоретическая и/или практическая значимость. Проведена детальная структурная идентификация основных различий между классическим бенчмаркетингом, конкурентным анализом и антикризисным бенчмаркетингом. Предложен адаптивный многокомпонентный механизм организации эффективного управления кризисным бенчмаркетингом на промышленном предприятии с целью формирования обновлённых бизнес-моделей.

Ключевые слова: антикризисный маркетинг, конкурентный анализ, управление бизнес-моделями, бенчмаркетинг, антикризисное управление, конкурентоспособность предприятия, инновационные инструменты

RESEARCH OF CRISIS BENCHMARKING TECHNOLOGIES FOR ORGANIZING THE MANAGEMENT PROCESS OF INDUSTRIAL ENTERPRISES IN MODERN ECONOMIC CONDITIONS

I. Vasilyeva¹, N. Kazakova², A. Sazonov²

¹ *Moscow Region State University*

24, Vera Voloshina ul., Mytishchi, 141014, Moscow Region, Russian Federation

² *Moscow Aviation Institute (National Research University)*

4, Volokolamskoe sh., Moscow, 125080, Russian Federation

Abstract.

Aim. To study the impact of crisis benchmarking technologies on the organization of anti-crisis management of industrial enterprises in modern economic conditions

© СС BY Васильева И. А., Казакова Н. В., Сазонов А. А., 2020.

Methodology. Theoretical and methodological aspects of the need to update existing and develop fundamentally new innovative technologies for managing industrial enterprises are formalized.

Results. Various approaches of Russian specialists and scientists are analyzed in order to identify the key features of modern crisis benchmarking, the most effective ways of its implementation are determined, and groups of factors for the effectiveness of this innovative tool are established. The main stages of the company's crisis benchmarking program are considered.

Research implications. A detailed structural identification of the main differences between classical benchmarking competitive analysis and anti-crisis benchmarking is carried out. On this basis, we propose an adaptive multi-component mechanism for organizing effective management of crisis benchmarking at an industrial enterprise in order to form updated business models.

Keywords: anti-crisis marketing, competitive analysis, business model management, benchmarking, anti-crisis management, enterprise competitiveness, innovative tools

Введение

В современных непростых экономических условиях буквально с каждым днём возрастает необходимость в адаптации отечественного бизнеса к постоянно изменяющимся экономическим и политическим условиям. Данный процесс вызван множеством самых разнообразных факторов, среди которых ключевую роль играют не только различные тенденции, происходящие во внешней политике в вопросах, связанных с антиглобализацией, но и сильный уровень санкционного давления, оказываемого западными странами. Современные тренды, наметившиеся в экономике, связаны с планомерным развитием социальных и инновационных направлений бизнеса в условиях повышенного риска и неопределённости, когда для достижения поставленной цели – самостоятельного и независимого развития – нужно постоянно проводить соответствующие исследования и разработки.

Анализ инновационных инструментов организации антикризисного управления предприятием

Инновационные инструменты организации антикризисного управления представляют собой новое средство для достижения намеченных предприятием целей в сфере планомерного преодоления кризисных последствий с целью обеспечения устойчивого экономического, производственного, финансового и социального развития промышленного предприятия, которые большинство экспертов и специалистов делят на 2 группы [1, с. 39]:

- 1) инструменты, в основе которых находятся инновационные маркетинговые технологии;
- 2) инструменты, которые были созданы на основе передовых технологий в сфере менеджмента (рис. 1).

Современное антикризисное управление на промышленном предприятии применяется в различных целях, среди которых [4, с. 315]:

- изучение потенциала развития предприятия, т. е. произошедший кризис может в определённом роде создать новые уникальные возможности;
- определение наиболее эффективных стратегий развития и конкурентных преимуществ предприятия;
- расчёт различных финансовых и промышленных резервов;
- организация поиска новых инвесторов, в т. ч. развитие механизмов по привлечению иностранных инвестиций;



Рис. 1. / Fig. 1. Антикризисное управление в разрезе основных инструментов / Anti-crisis management in the context of the main tools.

Источник: составлено авторами.

- проведение комплекса мероприятий в сфере совершенствования текущей структуры затрат;
- выявление кризисной симптоматики у предприятия;
- предотвращение возникновения кризисных ситуаций и т. д.

Для достижения данных антикризисного управления применяется антикризисный бенчмаркетинг, являющийся действенным инновационным инструментом, способным найти определённые резервы внутри самого предприятия для преодоления кризисной ситуации. Бенчмаркетинг (англ. *benchmark* – эталон для соотнесения, сравнительная оценка) определяется большинством ведущих учёных как механизм сравнения уровня эффективности работы промышленного предприятия с

основными структурными показателями более успешных аналогичных предприятий. Процесс бенчмаркетинга проводится по определённой технологии, которая включает в себя несколько этапов [3, с. 29]:

- 1) определение целей и основных задач для проведения бенчмаркетингового анализа;
- 2) установление доминантных параметров оценки;
- 3) организация выбора промышленного предприятия или его подразделений с целью проведения сравнения;
- 4) организация сбора и последующей обработки полученной информации;
- 5) проведение анализа различных показателей с целью определения потенциальных возможностей применения данных, полученных в ходе проведённого исследования;
- 6) последовательное внедрение в действующую структуру предприятия, обновленных бизнес-экономических показателей, способствующих качественному росту его адаптационного уровня.

Кризисный бенчмаркетинг со стороны менеджмента промышленного предприятия представляет собой сложный, затратный и трудоёмкий процесс, позволяющий определить актуальность постановки задач и целей в вопросах организации антикризисного управления предприятием. Рассмотрим основные различия, присутствующие между классическим бенчмаркетингом, конкурентным анализом и антикризисным бенчмаркетингом (таб. 1).

Таблица 1 / Table 1

Идентификационные различия между классическим бенчмаркетингом, конкурентным анализом и антикризисным бенчмаркетингом / Identification differences between classical benchmarking, competitive analysis, and anti-crisis benchmarking

Классическая методология бенчмаркетинга	Содержание инструментов конкурентного анализа	Антикризисная методология бенчмаркетинга
Использование ведущих мировых практик организации и ведения бизнеса	Анализ поведения прямых конкурентов	Фокусировка на самых эффективных и качественных управленческих решениях, которые были приняты менеджментом предприятия в кризисных условиях
Продолжительный период оптимизации бизнес-процессов предприятия	Быстрое и качественное решение возникающих проблем	Поиск, получение и применение уникальных обновлённых способов решения задач в сфере антикризисного управления
Партнерство с различными предприятиями для получения информации	Сотрудничество отсутствует, а в ряде случаев возможен промышленный шпионаж	Организация сотрудничества с предприятиями для получения/обмена важной информации
Приобретение различных конкурентных преимуществ	Маркетинговый инструмент для анализа текущей деятельности конкурентов	Позволяет предотвратить возможный кризис и выйти из сложной ситуации

Источник: [5].

В рамках проводимого исследования составим адаптационный вариант организации антикризисного бенчмаркетинга для промышленного предприятия [2, с. 19]:

- провести анализ и последующую оценку текущего состояния промышленного предприятия для идентификации проблемных мест в текущей стратегии, что позволит сформировать перечень задач бенчмаркетинга;
- определить цели и задачи для организации процесса антикризисного бенчмаркетинга;
- сформировать стратегические критерии для организации и проведения сравнительного анализа в соответствии с обозначенными задачами;
- разработать план по сбору необходимой информации для последующего проведения сравнительного анализа;
- определить источники получения информации, начать процедуры поиска, обработки и анализа полученных данных;
- разработать опросную анкету, необходимую для привлечения новых партнеров, а затем произвести отбор предприятий для бенчмаркетинга;
- на основе полученной в ходе исследования информации сформировать варианты сокращения текущих разрывов и предложить комплекс мер по выходу из сложившейся кризисной ситуации.

Результаты, полученные менеджментом промышленного предприятия в ходе проведенного антикризисного бенчмаркетинга, позволят реализовать грамотное и эффективное управление, по-новому осмыслить горизонт своих перспектив и разработать обновлённую адаптивную стратегию развития. Успех реализации механизмов антикризисного бенчмаркетинга напрямую зависит от степени заинтересованности, уровня профессиональных компетенций и навыков работников предприятия, реализовавших данный проект [6].

Заключение

Антикризисный бенчмаркетинг является эффективным инновационным инструментом, который может придать текущей работе предприятия новую направленность, что позволит ему пережить сложившуюся сложную экономическую ситуацию, но только при условии, что проведенный менеджментом предприятия анализ был верным. Необходимо тщательным образом отследить все без исключения доминантные факторы успеха организации антикризисного бенчмаркетинга, в состав которых входят [7, с. 79]:

- степень креативности менеджмента предприятия при решении задач;
- уровень заинтересованности в достижении поставленных целей;
- наличие у сотрудников высокого уровня компетентности необходимого для решения сложных задач;
- определение временных критериев, финансовых затрат и масштаба проводимых работ;
- наличие в штате предприятия высококвалифицированных специалистов, способных отобрать для анализа нужные бизнес-процессы, а затем определить критерии, которые нужно сравнить.

Статья поступила в редакцию 02.09.2020.

ЛИТЕРАТУРА

1. Борисенко М. Ю. Бенчмаркинг как современный инструмент управления предприятием // Kant. 2013. № 3 (9). С. 38–41.
2. Васильева И. А., Комонов Д. А., Сазонова М. В. Исследование ключевых ресурсов процесса трансформации корпоративной инновационной системы отечественных пред-

- приятий // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. 2019. № 1. С. 16–24.
3. Желтенков А. В., Масленникова Н. П. Управление изменениями как основа развития самоорганизации // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. 2013. № 1. С. 24–30.
 4. Зинченко А. С., Сазонов А. А. Корпоративная инновационная система предприятий высокотехнологических отраслей промышленности: сущность и содержание // Научные труды вольного экономического общества России. 2019. Т. 215. № 1. С. 310–320.
 5. Полосков С. С., Желтенков А. В., Моттаева А. Б. Методические основы мониторинга инновационного потенциала высокотехнологических наукоемких предприятий // Экономика и предпринимательство. 2018. № 4. С. 576–580.
 6. Рачек С. В., Жигалова Л. Н. Основные тенденции и особенности использования технологий бенчмаркинга // Наукоедение. 2016. Т. 8. № 2. URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/23EVN216.pdf> (дата обращения: 06.10.2020).
 7. Сазонов А. А., Васильева И. А., Михайлова Л. В. Исследование механизмов управления отечественными промышленными предприятиями в условиях новой технологической концепции // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. 2020. № 1. С. 74–81.

REFERENCES

1. Borisenko M. Yu. [Benchmarking as a modern enterprise management tool]. In: *Kant*, 2013, no. 3 (9), pp. 38–41.
2. Vasileva I. A., Komonov D. A., Sazonova M. V. [The study of the key resources of the transformation process of corporate innovation system of domestic enterprises]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Ekonomika* [Bulletin of Moscow Region State University. Series: Economics], 2019, no. 1, pp. 16–24.
3. Zheltenkov A. V., Maslennikova N. P. [Change management as a basis for the development of self-organization]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Ekonomika* [Bulletin of Moscow Region State University. Series: Economics], 2013, no. 1, pp. 24–30.
4. Zinchenko A. S., Sazonov A. A. [Corporate innovation system of enterprises of high-tech industries: essence and content]. In: *Nauchnye trudy volnogo ekonomicheskogo obshchestva Rossii* [Scientific works of the free economic society of Russia], 2019, vol. 215, no. 1, pp. 310–320.
5. Poloskov S. S., Zheltenkov A. V., Mottaeva A. B. [Methodical principles of monitoring the innovative potential for high-technology knowledge-intensive enterprises]. In: *Ekonomika i predprinimatelstvo* [Economics and entrepreneurship], 2018, no. 4, pp. 576–580.
6. Rachek S. V., Zhigalova L. N. [The main trends and features of the use of the benchmarking technologies]. In: *Naukovedenie* [Science of Science], 2016, vol. 8, no. 2. Available at: <http://naukovedenie.ru/PDF/23EVN216.pdf> (accessed: 06.10.2020).
7. Sazonov A. A., Vasileva I. A., Mikhailova L. V. [Investigation of the control mechanisms by domestic industrial enterprises in the conditions of new technological concepts]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Ekonomika* [Bulletin of Moscow Region State University. Series: Economics], 2020, no. 1, pp. 74–81.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Васильева Ирина Анатольевна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры антимонопольного регулирования Московского государственного областного университета; e-mail: vasilieva68@mail.ru

Казакова Наталья Вячеславовна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и маркетинга высокотехнологичных отраслей промышленности Московского авиационного института (национального исследовательского университета);
e-mail: nkazakova01@inbox.ru

Сазонов Андрей Александрович – кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга высокотехнологичных отраслей промышленности Московского авиационного института (национального исследовательского университета);
e-mail: Sazonovamati@yandex.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Irina A. Vasilyeva – Cand. Sci. (Economics), Assoc. Prof., Department of Antimonopoly Regulation, Moscow Region State University;
e-mail: vasilieva68@mail.ru

Natalia V. Kazakova – Cand. Sci. (Economics), Assoc. Prof., Department of Management and Marketing of High-Tech Industries, Moscow Aviation Institute (National Research University);
e-mail: nkazakova01@inbox.ru

Andrey A. Sazonov – Cand. Sci. (Economics), Assoc. Prof., Department of Management and Marketing of High-Tech Industries, Moscow Aviation Institute (National Research University);
e-mail: Sazonovamati@yandex.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Васильева И. А., Казакова Н. В., Сазонов А. А. Исследование технологий антикризисного бенчмаркетинга для организации процесса управления промышленными предприятиями в современных экономических условиях // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. 2020. № 4. С. 39–45.
DOI: 10.18384/2310-6646-2020-4-39-45

FOR CITATION

Vasilyeva I. A., Kazakova N. V., Sazonov A. A. Studying the Crisis Benchmarking Technologies for Organizing the Management Process of Industrial Enterprises in Modern Economic Conditions. In: *Bulletin of Moscow Region State University. Series: Economics*, 2020, no. 4, pp. 39–45.
DOI: 10.18384/2310-6646-2020-4-39-45