



Рис. 3. Каналы распределения страховых продуктов
Источник: составлено автором.

Необходимо отметить, что страховой брокер может не подразумевать двухуровневый канал распределения, работа может строиться и по принципу одноуровневого канала.

На данном этапе развития рынка страховых продуктов используется не так много уровней эшелонирования каналов распределений. Появление на рынке относительно нового для России посредника – страхового брокера явно говорит не только об увеличении переносимых на себе функций на уровне канала распределения, но и увеличении количества косвенных каналов распределения. Тенденцией рынка страховых продуктов становится быстрая адаптация к увеличению эшелонирования каналов распределения, так как именно увеличение разно-

уровневых каналов распределения позволяет увеличить охват рынка страховых продуктов с точки зрения места продажи. При увеличении уровней каналов распределения необходимо эффективно подходить к перераспределению функций на уровнях распределения. К сохранению рентабельности канала распределения приводит правило распределения функций по обеспечению деятельности: чем больше уровней распределения, тем больше функций передается на уровни распределения. Эшелонирование каналов распределения – основная тенденция развития рынка страховых продуктов. Именно грамотное развитие всех уровней каналов распределения будет являться залогом эффективного построения бизнеса на рынке страховых продуктов.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. – 11-е изд. – СПб. : Питер, 2005. – 800 с.
2. Штерн Л. В. Маркетинговые каналы : пер. с англ. / Л. В. Штерн, А. И. Эль-Ансари, Т. Н. Кофлан. – 5-е изд. – М. : Вильямс, 2002. – 624 с.
3. Николайчук Н. Е. Маркетинг и менеджмент услуг. Деловой сервис / Н. Е. Николайчук. – СПб. : Питер, 2005. – 608 с.
4. Николенко Н. П. Технология работы страховой компании с брокерами // Научный журнал. Организация продаж страховых продуктов. [Электронный ресурс]. – [2009]. – Режим доступа: http://www.reglament.net/ins/prod/2009_1_article.htm
5. Сидунова Г. И. Инновационная политика региона как объект управления / Г. И. Сидунова // Инновации. – 2003. – № 9. – С. 22.

Сидорова Екатерина Евгеньевна,

к. э. н., доц., зам. заведующего кафедрой экономики и финансов предприятий
Волгоградского государственного технического университета,
e-mail: sikaterina@mail.ru

БЕНЧМАРКИНГ КАК СПОСОБ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Benchmarking as a way of perfection of an infrastructure of small business support

Данная статья посвящена вопросам совершенствования инфраструктуры поддержки малого предпринимательства. Целью формирования инфраструктуры поддержки малого предпринимательства является обеспечение информационных, экономических и правовых потребностей малых предприятий, возникающих в процессе организации, ведения и расширения предпринимательской деятельности. В качестве объекта инфраструктуры поддержки малого предпринимательства предлагается создать центр бенчмаркинга. В статье дается определение бенчмаркинга, рассматриваются возможные направления деятельности центра бенчмаркинга и успешные примеры функционирования центров бенчмаркинга в Европе.

The present article is devoted to the issues of perfection of the infrastructure of small business support. The purpose of creating of the infrastructure of small business support is maintenance of information, economic and legal needs

of the small enterprises arising during the organization, conducting and expansion of enterprise activity. As the object of the infrastructure of small business it is offered to create the benchmarking center. The author gives the definition of benchmarking. Possible directions of the activity of the benchmarking center and successful examples of functioning of the benchmarking centers in Europe are considered.

Ключевые слова: бенчмаркинг; центр бенчмаркинга; инфраструктура поддержки малого бизнеса; объекты инфраструктуры поддержки малого бизнеса, малый бизнес.

Key words: benchmarking; the benchmarking center; the infrastructure of small business support; the objects of the infrastructure of small business support; small business.

Развитие малого предпринимательства возможно лишь при наличии политической воли государства сформировать необходимые для этого социальные, экономические, правовые, политические и другие условия. Решение этой задачи невозможно без создания на федеральном, региональном и муниципальном уровнях специализированной, целостной инфраструктуры поддержки и развития малого предпринимательства.

Целью формирования инфраструктуры поддержки малого предпринимательства является обеспечение информационных, экономических и правовых потребностей малых предприятий, возникающих в процессе организации, ведения и расширения предпринимательской деятельности.

Малые предприятия, вследствие ограниченности собственных ресурсов и других специфических особенностей, объективно не в состоянии на равных конкурировать с более крупными компаниями по таким параметрам, как доступ к финансовым ресурсам и инвестициям, маркетинг, исследование конъюнктуры рынка, обучение кадров, приобретение современных технологий, получение и анализ информации и т. д. Поэтому инфраструктура поддержки малого бизнеса понимается именно как система организаций, оказывающих содействие субъектам малого предпринимательства на условиях, отличных от коммерческих (льготные кредиты и подготовка кадров, специальный режим аренды, информационные, консультационные и другие услуги по пониженным расценкам и т. п.). Кроме этого, инфраструктура призвана обеспечить предоставление дополнительных возможностей для субъектов малого бизнеса, способствующих преодолению специфических трудностей и проблем, объективно возникающих перед ними и, в первую очередь, перед начинающими предпринимателями. Именно это выделяет инфраструктуру поддержки малого бизнеса из совокупности организаций, специализирующихся на оказании деловых коммерческих услуг.

В настоящее время в Российской Федерации еще не сформирован единый концептуальный подход к созданию и развитию отдельных видов объектов инфраструктуры поддержки малого бизнеса и обеспечению комплексного характера их деятельности.

Базовыми элементами инфраструктуры поддержки малого бизнеса в России должны стать:

1) органы государственной власти, обеспечивающие управление и контроль, разработку и применение рациональных механизмов использования бюджетных средств, выделенных на поддержку малого бизнеса, а также являющийся государственным заказчиком комплексных (федеральных, территориальных, отраслевых и т. д.) программ развития и поддержки малого предпринимательства – министерство, департамент, комитет (в зависимости от уровня государственной власти);

2) специализированные организации поддержки и развития малого предпринимательства (фонды, кредитные, страховые, гарантийные и лизинговые учреждения; технологические парки, бизнес-инкубаторы, инновационные и сервисные центры, промышленные зоны и полигоны; учебные, консультационные, информационные и другие обслуживающие структуры);

3) общественные объединения предпринимателей (советы по малому предпринимательству из представи-

телей предпринимательской общественности при исполнительных и законодательных органах власти Российской Федерации, регионов и территориальных образований страны, отраслевые и территориальные объединения предпринимателей, торгово-промышленные палаты)¹.

Только совокупность этих базовых элементов, при условии согласованности их действий по разработке и реализации государственной политики в сфере малого бизнеса, может обеспечить формирование полноценной, многоуровневой инфраструктуры поддержки и развития малого предпринимательства в Российской Федерации.

Прямое перенесение на российскую почву американской, германской, японской или любой другой модели государственной поддержки не представляется возможным, так как российский малый бизнес обладает некоторыми отличающимися его от малых предприятий большинства зарубежных стран особенностями. Наиболее значимыми из них являются:

– совмещение в рамках одного малого предприятия нескольких видов деятельности, невозможность в большинстве случаев ориентироваться на однопродуктовую модель развития;

– стремление к максимальной самостоятельности, в то время как значительная часть зарубежных малых предприятий работает на условиях субподряда, франчайзинга и т. п.;

– общий низкий технический уровень и низкая технологическая оснащенность в сочетании со значительным инновационным потенциалом;

– высокий уровень квалификации кадров малого бизнеса в связи с оттоком таких специалистов из государственного сектора экономики;

– низкий управленческий уровень, недостаток знаний, опыта и культуры рыночных отношений;

– высокая степень приспособляемости к сложной экономической обстановке, усугубляемой дезорганизацией в системе государственного управления и нарастающей криминализацией общества;

– неразвитость системы самоорганизации и инфраструктуры поддержки малых предприятий;

– стремление успешно функционирующих малых предприятий выйти за рамки локальных рынков, в том числе и на международные рынки;

– работа в условиях отсутствия полной и достоверной информации о состоянии и конъюнктуре рынка, неразвитость системы информационных, консультационных и обучающих услуг.

Если обратиться к зарубежному опыту, то можно заметить, что для развитых стран характерны разнообразие элементов, формирующих инфраструктуру малого бизнеса, а также множество схем их построения и взаимодействия между собой. Какие-либо однозначные решения, которые можно считать оптимальными, и типовые схемы, применяющиеся в большом количестве стран, практически отсутствуют.

Однако в любой развитой системе поддержки малого предпринимательства можно обнаружить сходные концептуальные подходы к формированию ее инфраструктуры:

¹ См. статью 15 Федерального закона Российской Федерации от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // Официальный сайт компании «Консультант плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/popular/tkrf/>

- адекватность инфраструктуры уровню развития малого предпринимательства и реальным потребностям предпринимателей (по пропускной способности, отраслевой и функциональной специализации и пр.);

- доступность объектов инфраструктуры для предпринимателей (по близости размещения на территории, стоимости услуг, информированности о возможностях каждого элемента инфраструктуры);

- концентрация на наиболее острых проблемах деятельности малых предприятий: финансовых (льготное кредитование, компенсация процентных ставок, гарантии, финансовый лизинг, финансовый менеджмент, финансовое и налоговое консультирование), имущественных (аренда помещений, лизинг оборудования, обустройство земельных участков для коммерческого использования), информационных (доступ к информационным сетям, трансфер технологий, выставочная деятельность), кадровых (подбор, подготовка и переобучение персонала, общий и специальный консалтинг);

- участие государства (национальных, региональных, муниципальных бюджетов) непосредственно или через контролируемые организации в капитале объектов инфраструктуры малого предпринимательства, частичное либо полное финансирование их текущей деятельности;

- распределение основных задач и, следовательно, различных видов объектов инфраструктуры по уровням при концентрации основного объема практической работы по поддержке малого бизнеса непосредственно на местном или региональном уровне;

- обеспечение координации деятельности и упорядочение функций различных объектов инфраструктуры на одной территории, следствием чего являются более эффективное использование ресурсов, комплексность и разнообразие оказываемых услуг, а также лучшая ориентация самих предпринимателей в возможностях этих элементов инфраструктуры;

- использование для развития инфраструктуры малого бизнеса ресурсов и средств государства, общественных и профессиональных объединений предпринимателей, крупных корпораций, научных учреждений и учебных заведений.

Сходство концептуальных подходов позволяет выделить из всего многообразия элементов инфраструктуры некоторые элементы, общие для большинства зарубежных стран. К ним относятся:

- финансовые институты, ориентированные на взаимодействие с малыми предприятиями;

- системы информационного и консультационного обслуживания малых предприятий;

- бизнес-центры и агентства по развитию малых предприятий;

- учебные центры по подготовке и переподготовке специалистов для работы на малых предприятиях;

- бизнес-инкубаторы, производственные и технологические парки, технические центры и т. п.;

- специализированные фирмы по оказанию услуг малым предприятиям (бухгалтерские и аудиторские фирмы, рекламные агентства, транспортно-экспедиционные фирмы и т. п.);

- центры обмена передовым опытом и бенчмаркинга.

Опыт зарубежных стран показывает успешность функционирования системы однородных элементов ин-

фраструктуры в рамках целостной общегосударственной или международной сети.

В настоящее время в Российской Федерации еще не сформирован единый концептуальный подход к созданию и развитию отдельных видов объектов инфраструктуры малого предпринимательства и обеспечению комплексного характера их деятельности. Нами предлагается создать центр бенчмаркинга как один из объектов инфраструктуры малого бизнеса в регионе.

Название бенчмаркинга происходит от английских слов “bench” (уровень, высота) и “mark” (отметка). Это словосочетание переводится по-разному: «опорная отметка», «отметка высоты», «эталонное сопоставление» и т. п.

Бенчмаркинг – это процесс постоянного измерения и сравнения результатов работы организации, отдельных ее подразделений и функций, процессов, производимых товаров и услуг с организациями, выбранными образцами для подражания с целью сбора информации, которая поможет рассматриваемой организации определить направление своего совершенствования и провести мероприятия по улучшению своей деятельности. Основной целью бенчмаркинга является изучение и применение передового опыта других компаний в своей организации².

Центр бенчмаркинга – это институциональная структура, в рамках которой проходит обмен передовым опытом ведения бизнеса между организациями-партнерами центра. Центр бенчмаркинга может оказать помощь малому бизнесу в подготовке специалистов и проведении поиска необходимой информации в экономической и правовой сфере, подключении к информационным сетям и содействию работе групп специалистов, объединенных общими интересами³.

Особенность центра бенчмаркинга состоит в сборе наиболее полной информации о лучших из известных методов ведения бизнеса. Собранная информация позволяет получить более широкое представление о характере предпринимательской деятельности лидеров конкурентной среды и причинах их успеха, обобщить и использовать их опыт в процессе построения модели эффективного предпринимательства. Сегодня владение и эффективное использование института бенчмаркинга – неотъемлемое условие рыночного успеха малого бизнеса в процессе удержания конкурентных преимуществ

Можно выделить следующие направления деятельности центра бенчмаркинга как объекта инфраструктуры поддержки малого бизнеса:

Административно-институциональная поддержка:

- организация деловых встреч с руководителями предприятий региона с целью обмена передовым опытом;

- содействие компании в поиске надежных деловых партнеров в России и за рубежом;

- обеспечение участия компании в организуемых семинарах, конференциях и международных форумах по отдельным вопросам экономики, финансов и права, а также направлениям деятельности;

- оказание организационного, методологического и иного содействия компании в ходе реализации совместных программ и проектов;

² Сидорова Е. Е. Институциональное обеспечение конкурентоспособности : бенчмаркинг : монография / Е. Е. Сидорова / ВолгГТУ. – Волгоград, 2008. – С. 3.

³ Там же. С. 18-19.

Правовая поддержка:

- обеспечение повышения договороспособности организаций и прозрачности ведения бизнеса в регионе, развитие самоорганизации предпринимательского сообщества;
- защита прав и законных интересов организаций-членов центра;
- разработка и внесение в органы законодательной и исполнительной власти предложений, направленных на повышение эффективности работы организаций и предприятий различных форм собственности в рыночных условиях.

Социально-экономическая поддержка:

- организация взаимодействия членов центра бенчмаркинга по вопросам, способствующим успешному осуществлению предпринимательской (коммерческой) деятельности в интересах извлечения прибыли (в том числе в вопросах конъюнктуры рынка, ценовой политики, информационных данных и технологий, др.);
- содействие в решении проблем фирмы, возникающих в ее деятельности, с целью улучшения финансово-экономических отношений;
- оказание консультационных, сервисных, информационных, рекламных услуг;
- поддержка образования новых компаний и новых видов бизнеса, основывающихся на инновациях, стимулирование развития малого бизнеса;
- участие в создании эффективного и гибкого механизма, обеспечивающего расширение участия предпринимательского сообщества в выработке и реализации мер поддержки малого и среднего бизнеса.

В качестве успешного примера деятельности центров бенчмаркинга как объектов инфраструктуры поддержки малого и среднего бизнеса можно рассмотреть практику функционирования центров бенчмаркинга в Германии и Великобритании.

В Германии за распространение основных идей и принципов бенчмаркинга отвечает специально созданный Немецкий Центр бенчмаркинга (Deutsches Benchmarking Zentrum – DBZ). Он оказывает помощь предприятиям Германии при реализации бенчмаркинг-проектов. Центр предоставляет большой набор услуг: от подготовки отчетов по лучшим методам организации производства (Best Practice Reports), создания банков данных, программного обеспечения и вплоть до реализации самого проекта по бенчмаркингу.

Услуги, предоставляемые Немецким Центром бенчмаркинга, можно разделить на три вида услуг:

1. Информационные услуги:

- База данных по специализированной литературе.
- База данных целевых отчетов.
- База данных отчетов о лучших методах организации производства.
- Анализ конкурентной борьбы и исследования рынка.
- Данные по исследованиям и обучению.
- Подбор информации для начинающих.
- Базы данных по специальным темам:
- степень удовлетворенности клиентов;
- стратегии;
- ориентация сотрудников;
- информационные технологии;
- управление цепочками поставок.

2. Услуги поддержки при реализации бенчмаркинг-ового проекта:

- Проведение проектов по бенчмаркингу.
- Выбор партнера по бенчмаркингу, в том числе и межотраслевого.
- Контрольные листы для проведения бенчмаркинга.
- Исследования отдельных случаев проведения бенчмаркинга.
- Тренинг по бенчмаркингу (семинары, рабочие группы, занятия на предприятиях).
- Возможности обучения на территории Германии.
- Программное обеспечение для проведения бенчмаркинга.

3. Коммуникационные услуги:

- Форумы для обсуждения.
- Рассылка информационных листов по бенчмаркингу.
- Список членов клуба.
- Международная информационная сеть по бенчмаркингу.
- Ссылки на лучшие источники по бенчмаркингу.
- Биржа партнеров по бенчмаркингу⁴.

К преимуществам членства в Немецком Центре бенчмаркинга относятся:

- руководство пользователя базами данных (справочник члена Немецкого Центра бенчмаркинга);
- право на доступ к форуму и свой личный код;
- эксклюзивные услуги по обслуживанию членов клуба (информационные листки по бенчмаркингу, список членов, биржа партнеров по бенчмаркингу, описание отдельных случаев применения бенчмаркинга, горячая линия, лучшие ссылки на источники данных, пользовательские скидки);
- специальный комплект для начинающего (включая книгу в карманном формате «Бенчмаркинг» и целевую информацию по бенчмаркингу);
- набор материалов для проведения бенчмаркинга на вашем предприятии;
- кодекс предпринимательского поведения;
- классификация процессов⁵.

В Великобритании за распространение передового опыта ведения бизнеса отвечает Департамент передового опыта менеджмента Министерства торговли и промышленности. Услуги, предоставляемые департаментом, нацелены преимущественно на поддержку и бенчмаркинг малого и среднего бизнеса. Упомянутые услуги известны под наименованиями Connect, Benchmark Index и Inside UK Enterprise, предоставляются такими британскими организациями-посредниками, как Training and Enterprise Councils, Business Links, и другими.

Первая из упомянутых выше схем поддержки предприятий Connect использует серию интерактивных модулей на CD-ROM, дающих пользователям широкое представление о лучших методах организации работы и позволяющих радикально упростить процедуру предоставления консалтинговых услуг. Они могут использоваться при проведении презентаций, переговоров, семинаров и тому подобных мероприятий, представляя

⁴ Сидоров, Е. Е. Бенчмаркинг : теория и практика : учеб. пособие / Е. Е. Сидорова, Л. С. Шаховская / ВолгГТУ. – Волгоград, 2009. – С. 103.

⁵ Там же. С. 104.

собой гибкую систему, подстраивающуюся под местные условия и обстоятельства. Их применение стимулирует компании к повышению эффективности путем сопоставления с другими предприятиями и изучения их опыта. Среди указанных модулей присутствуют CD-ROM, специально ориентированные на проведение бенчмаркинга и применение Модели делового совершенства⁶.

Получив общее представление о принципах лучшей организации работы с использованием схемы Connect, компании имеют возможность перейти к повышению собственной конкурентоспособности путем сравнительной оценки своих показателей в ключевых областях деятельности с показателями других предприятий отрасли или своего региона. Для этого они могут воспользоваться услугой Benchmark Index. Она представляет простую компьютерную систему, позволяющую компании оценить свою работу в сравнении с другими предприятиями при помощи ответов на вопросы, которые относятся к 80 аспектам финансового состояния, менеджмента и делового совершенства. Эта услуга создана с целью поощрения более широкого использования бенчмаркинга предприятиями малого бизнеса. Более крупные компании еще несколько лет назад признали бенчмаркинг мощным инструментом менеджмента. А вот для малых предприятий требуемые ресурсы для его успешного проведения обычно оказываются непосильными. Benchmark Index обеспечивает таким предприятиям простой доступ к высококачественной информации, необходимой для проведения бенчмаркинга в первый раз.

Данная система включает достаточно сложную централизованную базу данных, содержащую информацию, собранную компаниями в процессе проведения бенчмаркинга. Компания имеет возможность выбрать группу предприятий, в сравнении с которыми она желает провести бенчмаркинг. Отбор проводят по отраслям промышленности, географическим регионам, размерам предприятий или по любому сочетанию указанных признаков. После выбора базы для сравнения система генерирует 11 отчетных полей, в которых будут приведены сравнительные оценки показателей работы компании относительно других предприятий. Во всех услугах Министерства торговли и промышленности в оценках используется Модель делового совершенства. В соответствии с этим общим принципом один из трех разделов анкеты, которую должна заполнить компания в процессе проведения бенчмаркинга, напрямую связан с оценками ее деятельности в терминах делового совершенства. Собираемая при этом информация используется Benchmark Index для проверки областей деятельности компании, критичных с точки зрения ее общей эффективности, а также, чтобы выявить те слабые места, для устранения которых может быть применен имеющийся передовой опыт других предприятий.

С момента введения Benchmark Index в октябре 1996 г. с его помощью было проведено более 2200 сравнений, что позволило создать крупнейшую в мире базу данных для бенчмаркинга предприятий малого и среднего бизнеса. Эта обширная база содержит богатую информацию для анализа. Подготовленный на ее осно-

⁶ Пилчер Т. Бенчмаркинг как средство повышения конкурентоспособности / Т. Пилчер // Европейское качество. – 2004. – № 1. – С. 40-46.

ве доклад «Closing the Gap» стал первым масштабным исследованием факторов, определяющих преимущества одних малых или средних предприятий перед другими⁷.

Следующим шагом после изучения принципов, на которых базируется передовой опыт работы компаний, и проведения бенчмаркинга с использованием соответствующей услуги, направленной на укрепление конкурентоспособности рассматриваемой компании, стало предоставление предприятиям возможности ознакомиться с опытом применения лучших методов организации производства путем посещения передовых компаний. Этой цели служит третья услуга министерства, получившая название программы Inside Enterprise (IUCE). Эта программа стала важнейшей составляющей поддержки малых и средних предприятий. Список организаций, принимающих посетителей по программе визитов IUCE, в настоящее время насчитывает более 180 компаний, каждая из которых может служить образцом во внедрении передового опыта. Эти компании представляют широкий срез британской промышленности и сферы услуг. Будучи крупнейшей в мире программой подобного типа IUCE до настоящего времени организовала более 25 тысяч однодневных экскурсий с целью обмена опытом⁸.

Посетители имеют возможность выбрать передовые компании определенного сектора экономики из числа владеющих положительным опытом внедрения самых современных методов организации производства, включая применение гибкого автоматизированного производства, командную организацию труда, установление взаимоотношений с поставщиками. Предоставляя высшим руководителям компаний возможность проведения открытых дискуссий в узком кругу коллег, программа IUCE является бесценным форумом для их ускоренного обучения.

Все три услуги министерства находятся в прямой логической связи, взаимно дополняя друг друга. Услуга Connect обеспечивает знакомство с опытом лучшей организации работы предприятий, Benchmarking Index позволяет оценить собственную эффективность предприятия в сравнении с другими, и, наконец, программа Inside UK Enterprise направлена на внедрение передового опыта с предварительным посещением лучших компаний.

Число услуг Министерства торговли и промышленности постоянно растет. В ответ на запросы потребителей планируется увеличить число CD-ROM, предоставляемых пользователям Connect, а дальнейшее развитие Benchmarking Index предусматривает расширение существующей базы данных и придание ей международного характера. С этой целью уже выполнен пилотный проект проведения бенчмаркинга под эгидой Ассоциации европейских торгово-промышленных палат (Брюссель), в рамках которого с использованием Benchmarking Index проведена оценка многих малых и средних компаний Италии, Франции, Германии и Испании. В результате переговоров с торговыми палатами запланировано также создание дополнительных отраслевых модулей, позволя-

⁷ Материалы официального сайта услуги Министерства торговли и промышленности Великобритании Benchmark Index. [Электронный ресурс]. – [2010]. – Режим доступа: <http://www.benchmarkindex.com/>

⁸ Пилчер Т. Бенчмаркинг как средство повышения конкурентоспособности / Т. Пилчер // Европейское качество. – 2004. – № 1. – С. 40-46.

ющих проводить более тщательный анализ данных при бенчмаркинге. При реализации запланированного Европейской комиссией проекта повышения конкурентоспособности европейского малого бизнеса Benchmarking Index должен стать также основным инструментом бенчмаркинга более 1,5 тысяч малых и средних предприятий в девяти странах – членах ЕС. Одновременно намечено расширить и так уже внушительный список предприятий разных отраслей промышленности, принимающих посетителей в рамках программы изучения передового опыта Inside UK Enterprise¹⁰.

В качестве стратегических планов созданный при поддержке ЕС Европейский форум по бенчмаркингу ставит своей целью превращение Европы в мирового лидера в области бенчмаркинга. Для реализации этой идеи форум предусматривает поощрение всех стран – членов ЕС к использованию бенчмаркинга для непрерывного развития предприятий и повышения их эффективности в условиях обострения мировой конкуренции и создание во всех организациях обстановки, способствующей внедрению бенчмаркинга. При этом особое внимание должно уделяться предприятиям малого и среднего бизнеса. В соответствии с указанными стратегическими целями в детальном плане работы Европейского форума по бенчмаркингу поставлен ряд задач, решение которых должно обеспечить выполнение той миссии, которую возложил на себя форум по бенчмаркингу.

Создание комплексной системы объектов инфраструктуры малого предпринимательства требует детального изучения передового зарубежного опыта с целью отбора наиболее эффективных подходов и методов организации финансирования и оперативной деятельности таких структур для поиска наиболее приемлемых форм реализации комплексной инфраструктуры малого предпринимательства.

В последнее время в ряде стран инфраструктура поддержки малого бизнеса развивается в направлении создания национальных и региональных центров бенчмаркинга. Малые предприятия собираются, чтобы учиться друг у друга, обмениваться передовым опытом ведения деятельности. Это приводит к развитию малых предпри-

ятий, повышению эффективности их деятельности. Это перспективное направление деятельности может найти свое развитие в отечественной практике, в том числе на базе таких организаций, как региональные торгово-промышленные палаты, профессиональные и отраслевые ассоциации, союзы промышленников и предпринимателей, региональные ассоциации местного самоуправления.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Горбунова Е. Г. Развитие малого предпринимательства в Волгоградском регионе / Е. Г. Горбунова // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2009. – № 9. – С. 125-130.
2. Зиберт Г. Бенчмаркинг. Руководство для практиков / Г. Зиберт, Ш. Кемпф. – М. : КИА центр, 2006. – 128 с.
3. Инфраструктура поддержки малого бизнеса в России : справочное пособие. Т. 1-2. – М. : Бизнес-центр «Агроконсалт», 2002.
4. Маслов Д. В. Особенности применения бенчмаркинга на малых и средних предприятиях / Д. В. Маслов, Э. А. Белокоровин // Методы менеджмента качества. – 2004. – № 8. – С. 22-27.
5. Материалы официального сайта услуги Министерства торговли и промышленности Великобритании Benchmark Index. [Электронный ресурс]. – [2010]. – Режим доступа: <http://www.benchmarkindex.com/>
6. Пилчер Т. Бенчмаркинг как средство повышения конкурентоспособности / Т. Пилчер // Европейское качество. – 2004. – № 1. – С. 40-46.
7. Сидорова Е. Е. Бенчмаркинг : теория и практика : учеб. пособие/ Е. Е. Сидорова, Л. С. Шаховская / ВолгГТУ. – Волгоград, 2009. – 157 с.
8. Сидорова Е. Е. Институциональное обеспечение конкурентоспособности : бенчмаркинг : монография / Е. Е. Сидорова / ВолгГТУ. – Волгоград, 2008. – 196 с.
9. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации : Федеральный закон Российской Федерации от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ // Официальный сайт компании «Консультант плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/popular/tkrf/>

¹⁰ Материалы официального сайта услуги Министерства торговли и промышленности Великобритании Benchmark Index. [Электронный ресурс]. – [2010]. – Режим доступа: <http://www.benchmarkindex.com/>

ДИСТАНЦИОННОЕ ОБУЧЕНИЕ В ВОЛГОГРАДСКОМ ИНСТИТУТЕ БИЗНЕСА

КТО ВЫ?

**ВЫ ХОТИТЕ ПОЛУЧИТЬ
ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ,
НО...**

...у Вас очень большая
занятость на работе,
собственный бизнес?
...Вы живете в отдален-
ном районе?
...Вы уже получаете вы-
сшее образование и же-
лаете получить второе?
...специфика Вашей ра-
боты (вахтовый метод,
командировки и т. п.)
не позволяет учиться
очно или заочно?
...Вы заняты семьей и
воспитанием детей и не
можете посещать вуз?
...Вы ограничены в сво-
бодном перемещении
физическими возмож-
ностями и не можете
учиться в группе?

**У нас есть решение
Ваших проблем –**



**ДИСТАНЦИОННАЯ
ТЕХНОЛОГИЯ
ОБУЧЕНИЯ**

ИНТЕРНЕТ-ОБУЧЕНИЕ

КТО МЫ?

**ВОЛГОГРАДСКИЙ
ИНСТИТУТ БИЗНЕСА** –
уже не просто высшее
учебное заведение, а
крупнейший инноваци-
онный научно-образова-
тельный комплекс.

Мы предлагаем Вам
получение высшего
образования по заоч-
ной форме обучения с
использованием дистан-
ционных технологий.

Дистанционное обуче-
ние в Волгоградском
институте бизнеса –
это уникальный шанс
получить качественное
и востребованное
образование.



**ДИСТАНЦИОННОЕ
ОБУЧЕНИЕ!**

Имея под рукой компьютер или ноутбук с подключением к Интернету, Вы сможете самостоятельно планировать режим занятий и заниматься в любое удобное для Вас время!

Интернет-обучение или on-line-обучение позволит Вам постоянно находиться в процессе обучения, где бы Вы ни были.

ПРЕИМУЩЕСТВА

ОБУЧЕНИЕ

24 часа в сутки
7 дней в неделю
365 дней в году

ДОСТУП К УЧЕБНЫМ КУРСАМ

в удобное для студента
время

ГРАФИК ОБУЧЕНИЯ

индивидуаль-
ный

ОБЩЕНИЕ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ

вне зависимости
от сроков сессий

СОПРОВОЖДЕНИЕ

постоянный контакт
с координатором
Вашего обучения

СРЕДСТВА КОММУНИКАЦИИ

система дистанционного
обучения, телефон,
электронная почта

СЕССИЯ

возможность
сдачи без
посещения вуза

ТЕХНОЛОГИЯ

В процессе обучения Вы:

- получаете индивидуальный график учебного процесса;
- получаете комплект учебно-методических материалов на диске по всем дисциплинам учебного плана для самостоятельной работы;
- получаете доступ в систему дистанционного обучения Moodle <http://e-learning.volbi.ru>, где пользуетесь электронными версиями учебников и учебных пособий, общаетесь, отправляете задания, консультируетесь, сдаете экзамены;
- изучаете лекционный материал столько времени, сколько Вам необходимо;
- выполняете предложенные преподавателями задания;
- получаете консультации преподавателей по телефону, посредством Moodle, по электронной почте;
- выполненные задания передаете в вуз посредством электронной почты, системы дистанционного обучения Moodle или лично координатору Вашего обучения.

КАЧЕСТВО

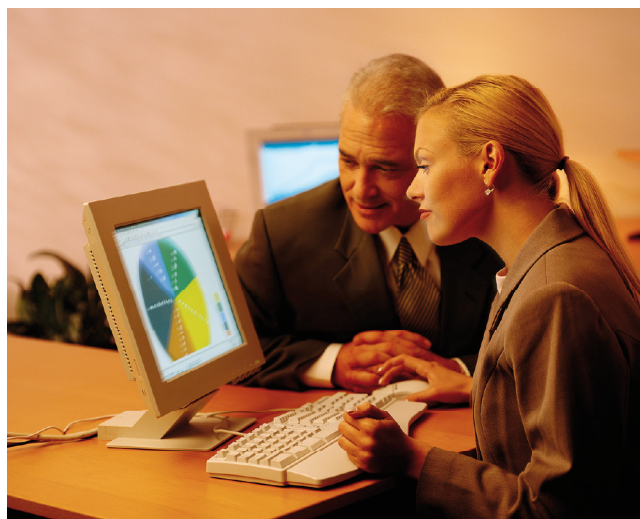
По качеству дистанционное обучение ни в чем не уступает очной форме обучения: интернет-обучение также предполагает выполнение практических учебных и творческих заданий согласно календарному учебному плану.

Вашу траекторию и скорость обучения постоянно контролирует координатор Центра дистанционного обучения.

Высококвалифицированные и специально обученные преподаватели обеспечивают достаточный объем консультирования, учебные материалы и контроль освоения Вами учебной дисциплины.

Центр дистанционного обучения:

400048, г. Волгоград,
ул. Южно-Украинская, 2, каб. 708
Тел./факс: /8442/ 54-33-01
Многоканальный бесплатный
междугородний телефон:
8-800-100-08-42
Многоканальный бесплатный
городской телефон: 49-69-69
Электронная почта:
CDO-VIB@yandex.ru
Internet-сайт:
<http://e-learning.volbi.ru>



Сдача зачетов/экзаменов – через Интернет без обязательного приезда в вуз.

Возможны несколько способов сдачи экзамена и зачета без посещения института:

1. Компьютерное тестирование.
2. Письменный экзамен (зачет).
3. Экзамен (зачет) в системе Moodle.

ПРИЕМ

Прием **НА ЗАОЧНУЮ ФОРМУ ОБУЧЕНИЯ С ПРИМЕНЕНИЕМ ДИСТАНЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ** осуществляется практически по **ВСЕМ** специальностям и направлениям высшего и среднего профессионального образования Волгоградского института бизнеса.

Прием на обучение производится на базе:

- среднего общего образования;
- среднего профессионального образования;
- высшего профессионального образования.

Зачисление производится на основании рассмотрения документа об образовании.

**ДИПЛОМ ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗЦА!
ПРИЕМ ДОКУМЕНТОВ УЖЕ НАЧАЛСЯ!
СПЕШИТЕ ПРИСОЕДИНИТЬСЯ!**

К чему бы Вы не стремились, – улучшить качество жизни, построить успешную карьеру, повысить уровень знаний, научиться новым способам общения, познакомиться с интересными людьми, – все это Вы сможете реализовать, поступив в Волгоградский институт бизнеса на заочную форму обучения с использованием дистанционных образовательных технологий.