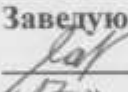


**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ машиностроительный
КАФЕДРА «Инженерная экономика»**

ДОПУЩЕН К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой
 **О.А.Лавренова**
«17» 06 2019 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ
на соискание степени магистра экономических наук

**ПРИМЕНЕНИЕ БЕНЧМАРКИНГА ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**


Специальность 1-27 80 01 «Экономика и организация производства»

Магистрант


14.06.19
(подпись, дата)

Н.Л. Карташевич

Руководитель
доцент, к.э.н.


14.06.19
(подпись, дата)

Е.В. Гурина

Минск 2019

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Магистерская диссертация содержит 111 страниц, 11 таблиц, 10 рисунков, 144 источника, 1 приложение.

Объектом исследования является маркетинговая деятельность предприятия.

Предметом исследования выступают организационно-экономические, управленческие отношения и процессы внутри хозяйственных организаций, возникающие при осуществлении ими маркетинговой деятельности.

Целью диссертационного исследования. Целью данной работы является разработка на основе исследования и совершенствования теоретических аспектов, организационно-методических основ процесса бенчмаркинга в области маркетинговой деятельности предприятий.

Для достижения поставленной цели предусмотрено решение следующих задач:

- изучить теоретические аспекты маркетинговой деятельности предприятия
- рассмотреть сущность, функции и виды бенчмаркинга
- разработать методику по обеспечению организации процесса бенчмаркинга;

Теоретическую и методологическую основу диссертационного исследования составили труды классиков экономической науки, фундаментальные работы ученых, раскрывающие проблемы управления предприятиями в условиях рынка, анализа и оценки маркетинговых систем управления, а также монографические и диссертационные работы, материалы научных конференций и другие источники по вопросам, имеющим непосредственное отношение к теме диссертации.

Методология диссертационного исследования базируется на принципах диалектической объективности, единства и различия, содержания и формы, позитивного и нормативного подходов, а также индуктивного и дедуктивного

методов исследования. При проведении исследования применялись методы системного, ситуационного, концептуального подходов и материалистической диалектики, приемы трансформации, экономического анализа и синтеза, структурного и экономико-математического моделирования, другие экономические и общенаучные методы.

Информационно-эмпирическую базу исследования составляют материалы, содержащиеся в публикациях зарубежных экономистов, научно-практических конференций, симпозиумов, семинаров по фундаментальным проблемам функционирования и развития промышленных предприятий, статьи и научные отчеты ведущих научно-исследовательских центров.

Эмпирическую основу исследования составили законодательные акты Республики Беларусь, регулирующие процессы ведения хозяйственной деятельности, первичные документы обследованных предприятий. Практическую основу работы, составили результаты научных социологических исследований автора.

Рабочая гипотеза диссертационного исследования состоит в обосновании определяющей роли развития организационного метода менеджмента - бенчмаркинга, как фактора постоянного обеспечения повышения результативности и устойчивости деятельности предприятия в современных рыночных условиях хозяйствования.

Проведенное исследование позволило сформировать основные положения, выносимые на защиту:

1. Ускорение процессов глобализации экономики и интеграции страны в мировое хозяйство, усиление конкуренции требует систематического поиска новых возможностей обеспечения конкурентоспособности предприятий с учетом мирохозяйственных тенденций, лучшего опыта и разработки на их основе организационно-методических и практических рекомендаций по постоянному поиску и обеспечению предприятий элементами превосходства и целенаправленному их внедрению в практику их работы на всех участках деятельности.

2. Повысить эффективность маркетинговой деятельности предприятия позволяет управление, основанное на бенчмаркинге, суть которого состоит в совокупности подходов, приёмов, правил, средств и инструментов взаимодействия и сравнения с объектами внутренней или внешней среды предприятия и целенаправленного воздействия на персонал, его функции и практические навыки для улучшения их результативности или качества.

3. Существующее множество в теории и практике управления видов бенчмаркинга, их структурная неоднородность, разные подходы к толкованию их содержания, объекта сравнения и воздействия, признаков классификации, усложняют задачу их эффективного выбора при решении конкретных управленческих задач. Тенденция к росту числа и разнообразия видов бенчмаркинга требует упорядочения всей их совокупности путем классификации и оценки по определенным критериям. Оптимально в практике управления на любом иерархическом уровне предприятия одновременно применяют различные виды бенчмаркинга и их сочетания (комбинации), поскольку все они органически дополняют друг друга, находятся в постоянном динамическом равновесии и совершенствовании.

4. Предпосылкой оптимального использования бенчмаркинга является выбор его принципов, детализированное и систематическое документирование всех сведений по анализу превосходства и новых идей в различных областях деятельности предприятий и, прежде всего в маркетинговой. Важным этапом обеспечения эффективного процесса бенчмаркинга является методическое сопровождение. Комплексная методика аудита маркетинга обеспечивает согласованность деятельности подразделений предприятия, составляя информационную основу для планирования процесса бенчмаркинга, выявляя лучшие элементы превосходства внутри предприятия, его проблемные зоны, требующие первоочередного усовершенствования, и предполагает в первую очередь разработку методических аспектов количественной оценки достигнутого уровня развития маркетинга.

5. Основой модели процесса бенчмаркинга в области маркетинга предприятия является установление и обоснование области исследования, выбор субъектов и объектов улучшения, оказывающих наибольшее воздействие на уровень конкурентоспособности, систематическое проведение аудита маркетинговой деятельности, осуществление планирования и реализации процесса бенчмаркинга с разработкой соответствующих систем мотивации, контроля и обучения персонала на базе современных информационных моделей.

Научная новизна диссертационного исследования состоит в обосновании теоретических и практических направлений развития бенчмаркинга на предприятиях и выработке практических рекомендаций по повышению эффективности их применения в маркетинговой деятельности.

Основные научные результаты, выносимые на защиту, состоят в следующем:

- уточнено содержание понятия бенчмаркинга как разновидности организационных методов, совокупности подходов, приёмов, правил, средств и инструментов взаимодействия и сравнения с объектами внутренней или внешней среды предприятия и целенаправленного воздействия на персонал, его функции и практические навыки для улучшения их результативности или качества с учётом элементов превосходства;

- обобщены и систематизированы признаки классификации видов бенчмаркинга в зависимости от уровня управления (стратегического, оперативного, операционного), направленности на внешнюю и внутреннюю среду, объекта сравнения и исследования;

- расширен перечень принципов бенчмаркинга, который предложено дополнить такими принципами, как оптимальность, автономность, прозрачность и обеспечение общей заинтересованности всех участников управления в достижении целей предприятия.

- предложен авторский подход в частности к формированию организационно - методических основ бенчмаркинга, методика аудита

маркетинга, как определяющего звена и основы его информационной базы, содержащая характеристику этапов его проведения, методику оценки эффективности маркетинговой системы предприятия;

- разработана модель процесса бенчмаркинга, включающая проведение аудита маркетингового потенциала предприятия, установление области исследования, выбор субъектов, регламентацию процесса его проведения и утверждение формы представления результатов, планирование процесса, сбор и анализ информации, разработку планов целенаправленного внедрения элементов превосходства в практику работы, систем обучения персонала, мотивации и контроля.

Практическая значимость результатов диссертации заключается в уточнении теоретических аспектов и разработке организационно-методических рекомендаций по внедрению и использованию современных приемов бенчмаркинга в условиях хозяйствования белорусских предприятий. Реализация предложений по их развитию позволит повысить эффективность управления, обеспечить оптимальную взаимосвязь стратегических и тактических целей и планов в системе управления предприятия, довести до оптимального уровня производительность труда персонала и использование всех видов ресурсов, скоординировать и направить работу подразделений на приоритетное достижение целей предприятия, обеспечить оперативность принятия решений, удовлетворенность трудом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абелян А.С. Управление гибким развитием предприятия в условиях рыночной трансформации. Автореферат диссерт. Краснодар, 2012
2. Абрамов В.Л. Маркетинговое управление конкурентоспособностью экономических систем // Маркетинг в России и за рубежом. №5, 2015
3. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Азоев Г.Л. - М.: ЦЭ-ИМ, 2016.-207 с.
4. Азоев Г.Л. Анализ деятельности конкурентов / Г.Л. Азоев — М.: ГАУ, 1995. —80 с.
5. Азоев Г.Л. Маркетинговый анализ деятельности предприятия. — М.: ГАУ, 2003. —76 с.
6. Агламишьян В. Бенчмаркинг может разрушить вашу карьеру// Фин.Известия. №25,2005
7. Акулич И.Л. Маркетинг. - Минск, 2011. - 311 с.
8. Ананькина Е.А. Контроллинг как инструмент управления предприятием / Е.А. Ананькина, СВ. Данилочкин, Н.Г. Данилочкина. и др. - М.: ЮНИ-ТИ, 2012. -297 с.
9. Аренков И.А., Багиев Е.Г. Бенчмаркинг и маркетинговые решения, СПб, Изд-во СПбУЭФД997
10. Арташина И.А. Управление конкурентным потенциалом предприятий сферы услуг на основе бенчмаркинга: Автореф. дис. ... канд. кон. наук.Н. Новгород, 2013.
11. Афанасьева Н.В., Багиев Г.Л., Лейдиг Г.Г. Концепция и инструментарий эффективного предпринимательства / Под общ. ред. Г.Л. Багиева. СПб., 2002
12. Багриновский К.А. Методы исследования и моделирования механизма научно-технологического развития.// Экономика и математические методы, №2, 2013
13. Балдин К.В., Воробьев С.Н. Управленческие решения: теория и технология принятия. Учебник для вузов. - М.: Проект, 2004. - 304 с.

14. Бандурин А.В. Производственный менеджмент [Электронный ресурс]: <<http://www.cfm.ru/management/manman/04-4.shtml>>
15. Батьковский А. Приемы мотивации к труду и профессиональному росту (на примере инновационных организаций)// Проблемы теории и практики управления, №1,2009 - с. 104
16. Беата Колер Кох. Эволюция и преобразование европейского управления,- Мировая экономика и международные отношения.- №7, 2011
17. Бенвеписте Гай. Овладение практикой планирования: Создание реально выполнимых планов у политики, которая ведет к переменам, М., 2004
18. Блейк Р., Моутон Д. Научные методы управления/ Пер. с англ. М.: ЮНИ-ТИ, 2017
19. Богомолов А.М. Внутренний аудит. Организация и методика проведения / А.М Богомолов, Н.А. Голощапов. - М.: "Экзамен", 2009.
20. Бондарь Н.П., Васюхин О.В. и др. Эффективное управление фирмой: современная теория и практика. СПб.:Изд.дом "Бизнес-пресса", 2009
21. Будаков СВ. Процессный подход в управлении [Электронный ресурс]: <[http://www.avacco.ru/7_3_2005//byducov.htm](http://www.avacco.ru/7_3_2005/byducov.htm)>
22. Бургов Д. Метрика эффективности [Электронный ресурс]: <<http://www.cfm.ru/management/controlling>>
23. Бурцев В.В. Управленческий контроль как система [Электронный ресурс]: <http://www.cfm.ru/press/management/>>
24. Бурцев В.В. Система внутреннего контроля организации в современных условиях хозяйствования //Аудиторские ведомости, №8,2008
25. Бусыгин А.В. Эффективный менеджмент. М., 2010
26. Бухалков М.И. "Внутрифирменное планирование: Учебник", ИНФРА-М - 2004, - 400 с.
27. Веснин В.Р. Менеджмент.- Учебник, 2-е изд., перераб. и доп.- М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2004. - 504 с.
28. Вечканов Г.С Современная экономическая энциклопедия / Г.С Вечканов, Г.Р. Вечканова - СПб., Издательство «Лань», 2002. - 808 с.

29. Виханский О.С. и др. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс. М.: "Гардарика", 2016. - 416 с.
30. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учебник.- М.: Гардарики, 2002
31. Воронов А.А., Катичев Ф. Маркетинговая концепция управления на предприятиях Кубани // Маркетинг, №1, 2015
32. Воронов Ю.П. Бенчмаркинг в конкурентной разведке // [http://www. It2b.ru](http://www.It2b.ru)
33. BC601 - SAP Business Workflow: Build and Use, Release 4.6C, November 2000. Материалы семинара SAP.
34. Галенко В.П., Рахманов А.И., Страхова О.А. Менеджмент 2-е изд. - СПб.: Питер, 2013
35. Гатин А.Р. Формирование стратегий международных корпораций в России. Автореферат, Пермь, 2006
36. Герасимов Б.И. Управление качеством: учебное пособие / Б.И. Герасимов, Н.В. Злобина, С.П. Спиридонов.- М.: КШРУС,2005.-272 с.
37. Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник для вузов,- 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. - 511 с.
38. Гибкое развитие предприятия в условиях рынка: проблемы, закономерности и пути реформирования/ Под ред. Самочкина В.Н., Тула.: ТГУ, 1997
39. Годин А.М. Маркетинг. - М.: Дашков и К, 2001. - 420 с.
40. Голубков Е.П. О некоторых основополагающих понятиях маркетинга // Маркетинг в России и за рубежом. №3, 2005
41. Гончаров В.В. В поисках совершенства управления: руководство высшего управленческого персонала в 2-х томах. Том 1. -М.: МНИИПУ, 2017
42. Гончаров В.В. Руководство для высшего управленческого персонала в 2-х томах, т.2, М.: МНИИПУ, 2017.
43. Гончарук В.А. Маркетинговое консультирование. - М.: Дело, 2018
44. Грегори Рейтер. Легальный промышленный шпионаж.// «Баланс-Современный капитал», <http://www.bdo.com.ua/>

45. Джей Рос, Темплар Ричард. Энциклопедия менеджера: Алгоритмы эффективной работы/Пер. с англ. - Альпина Бизнес Букс, 2004. - 678 с.
46. Длигач А.А., Писаренко Н.Л. проблемы существования отдела маркетинга. Наши реалии. // Маркетинг в России и за рубежом. №3, 2005
47. Друкер П.Ф. Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы. Пер
48. Есина Ю.Л. Концепции фирмы и их применение в российской экономике. Автореферат диссер. Воронеж, 2005
49. Закиров И.Д. Методы исследования рынков и формирование гибкой производственной программы автокомплектующей продукции. Автореферат, Уфа, 2001
50. Захаров В. Интеллектуальные технологии в современных системах управления // Международный журнал. Проблемы теории и практики управления, №4, 2005
51. Игнатъева А.В., Максимцов М.М. Исследование систем управления: Учеб. пособие для вузов. - М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2002. - 157 с.
52. Идрисов А.Б., Картышев С.В., Постников. А.В. Стратегическое планирование и анализ эффективности инвестиций. М.: "Филинь", 1998.
53. Ильенкова С.Д., Кузнецов В.И. Основы менеджмента. М., 2000.
54. Исаулова С.С. Концепция и механизм проектирования системы планирования деятельности предприятия в условиях современного рынка. Краснодар. 2000
55. Кабушкин Н.И. Основы менеджмента: Мн.: Новое знание, 2002.-336 с.
56. Каллен Р., Панова С.В. Комплексное управление проектным циклом/ Менеджмент в России и за рубежом №3, 2005. - 18 с.
57. Капица С.П., Курдюмов С.П., Малиецкий Г.Г. Синергетика и прогнозы будущего. — М.: Наука, 1997
58. Карлоф Б. Деловая стратегия: Пер. с англ./Науч.ред и авт. Послесловие Приписнов В.А. -М.: Экономика, 2011
59. Кашин И.Л. Управление интеллектуальной собственностью производственных организаций. Автореферат, Кострома, 2006

60. Кинг У., Клиланд Д. Стратегическое планирование и хозяйственная политика. М.:Прогресс, 2014-380с.
61. Клеймёнова Г.В. и др. Система методов менеджмента. Краснодар, 2004
62. Клеймёнова Г.В., Мирохин М.А. Роль контроллинга в повышении качества управления. Краснодар, 2015
63. Клейменова Г.В., Сипливая З.Г. Бенчмаркинг в системе управления предприятием: сущность, виды, принципы, этапы проектирования. Краснодар, 2005
64. Ключи к рынку: что помогает и что мешает рыночному успеху компаний // Вестник ассоциации менеджеров. 2014. №1.
65. Коблова Т.А. Организационно-экономические аспекты развития предпринимательства в конкурентной среде производства и реализации молочных продуктов. Автореферат, Ставрополь, 2006
66. Ковалев А.И., Войленко В.В. Маркетинговый анализ. - М.: Центр экономики и маркетинга. Изд. 2-е, перераб. и доп., 2013. - 256 с.
67. Копченев А.Н. Процесс принятия решения в системе маркетинга// Практический маркетинг, №5, 2003
68. Короткое Э.М. Исследование систем управления - М.: ООО Издательско-Консалтинговое Предприятие "ДеКА", 2013.-336 с.
69. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. СПб, Питер, 2014 - 496 с.
70. Котлер Ф., Армстронг Г. и др. Основы маркетинга. - СПб. - 2011- 994 с.
71. Котлер Ф., Триас де без Ф. Новые маркетинговые технологии. Методики создания гениальных идей / Под ред. Т.Р. Тэор. СПб., 2014.
72. Круглов М.Г., Сергеев С.К. и др. Менеджмент систем качества: Учебное пособие. -М . Издательство стандартов, 2007
73. Кулопулос Томас М. Необходимость Workflow. Решения для реального бизнеса: Пер. с англ. — М.: Весть-МетаТехнология, 2010.
74. Ладанов И.Д. Психология управления рыночными структурами. М.: 2017.

75. Лафта Дж.К. Эффективность менеджмента организации. Учебник.- М.: Русское дело, 2001
76. Лафта. Дж. К. Менеджмент.М.: ПБОЮЛ Григорян А. Ф., 2012.,264 с.
77. Лозенко В., Новиков Е. Анализ современных методов оценки бизнес-идеи инвестиционного проекта// Мир бизнеса: консультации и комментарии.
78. Луговский А.В. Развитие методов менеджмента на промышленных предприятиях. Краснодар, 2014
79. Лыгина Н.И., Кругликова О.В. Концепция интеграционного маркетинга как основа мультирегионального развития // Интеграционный маркетинг, №29, 2004
80. Льюис. Р.Д. Деловые культуры в международном бизнесе. Издательство "Дело" М.: 2009.
81. Марчанд Д. Назад к истокам: овладение и управление информационными возможностями //Маркетинг № 3(82), 2005
82. Маслов Д.В. Мировые премии по качеству: признание успеха// Маркетинг в России и за рубежом. №5, 2015
83. Маслова Т.Д., Божук С.Г., Ковалик Л.Н. Маркетинг. - СПб: Питер, 2011. -320 с.
84. Международный менеджмент. Под ред. Пивоваровой С.Э. и др. СПб: Издательство "Питер",2012.-624с.
85. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М., 2004.
86. Мешалкина Ю.В. Информационно-поисковая система "Маркетинг": универсальный информационный ресурс для маркетинговой деятельности// Маркетинг в России и за рубежом. №3, 2005
87. Михайлова Е.А. Бенчмаркинг. М., 2012
88. Михайлова Е.А. Основы бенчмаркинга: внутренний сопоставительный анализ // Менеджмент в России и за рубежом. 2011, №4, с. 121-133
89. Мишурова АЛЮ. Выбор стратегии использования Интернета для развития малых предприятий. Автореферат. Ростов-на-Дону, 2004

90. Моисеева Н. и др. Менеджмент и мерчендайзинг в розничной торговле // Маркетинг. 2015. №3 (82).
91. Мухин В.И. Основы теории управления. Учебник. -М.: Экзамен, 2012
92. Менеджмент в России и за рубежом №3, 2015 с.29лд
93. Носов С.К., Суковатин И.В., Телешев Ю.В., Маурер В.А. Управление корпоративными бизнес-процессами в системе SAP R/3 / Менеджмент в России и за рубежом №3, 2005 с. 3
94. Одегов Ю.Г., Никонова Т.В. Аудит и контроллинг персонала: Учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М., 2014.
95. Ойхман Е.Г., Попов Э.В. Реинжиниринг бизнеса: Реинжиниринг организаций и информационные технологии. — М.: Финансы и статистика, 2017
96. Панок Д.Г Организация системы управленческого контроля на промышленном предприятии -[Электронный ресурс]: <<http://vvvw.cfm.ru/bandurin/articl/sbm07/index.shtml>>
97. Пантелейко В.В. Теоретические принципы функционирования фирмы в маркетинговой стратегии предприятия. Автореферат. Ростов-га Дону, 2005
98. Патрушева Е. Методика оценки состояния маркетинга на предприятии. // Маркетинг. - 2012. - №1. - с. 80-85.
99. Пегасов С. Бенчмаркинг - менеджмент или шпионаж? // <http://www.It2b.ru>
100. Печатникова С.М. Системное управление «по образу и подобию» как фактор выживания предприятия на рынке. / Менеджмент в России и за рубежом №3, 2015 . 11
101. Пешкова Е.П. Маркетинговый анализ в деятельности фирмы. М. - 2009. -180 с.
102. Попов Э.В., Фоминых И.Б., Кисель Е.Б., Шапот М.Д. Статические и динамические экспертные системы. — М.: Финансы и статистика, 2016.
103. Попова Е., Попова JT. Маркетинговый аудит. // Маркетинг. - 2008. - №4. -с. 35.

104. Пригожий И., Стенгерс И. Порядок из хаоса. Новый диалог человека с природой: Пер с англ. — М.: Эдиториал УРСС, 2010.
105. Разработка внутрикорпоративных стандартов [Электронный ресурс]: <www.m-economy.ru www.osp.ru> (21.07.05).
106. Рамперсад Х.К., Пономарев СВ. Преодоление сопротивления изменениям со стороны персонала при создании системы менеджмента качества в организации» // Методы менеджмента качества. -2013. - №12. - с.31-35.
107. Сенин А.С. Маркетинг в регионе: некоторые проблемы организации // Маркетинг в России и за рубежом. №4, 2014
108. Соболев С.Ю. Методологические основы формирования международного маркетинга. Автореферат. :М, 2000
109. Соловьев Б.А. Управление маркетингом. - М., 2009. - 340 с.
110. Спицнадель В.Н. Основы системного анализа. С-П, 2010-326 с.
111. Справочник директора предприятия./Под. ред. проф. М.Г. Лапусты - М.:Инфра-М, 2013
112. Стовба АЛО. Совершенствование механизма управления инновационной деятельностью предприятия. Автореферат. Пермь -2012.
113. Теория и практика международного бизнеса: Учебник для вузов/ Под. Ред. Шевченко И.В., Мищенко Л.Я. Т.1 Изд. 1-е. Краснодар: Кубанский государственный университет, 2001.-576 с.
114. Теплякова Н.П. Политико-экономическая сущность институционального реформирования транзитарной экономики. Автореферат. Тамбов, 2013
115. Троцик А.В. Обеспечение конкурентоспособности предприятий автомобильной промышленности. Автореферат, Краснодар, 2006
116. Уандыкова М. Проблемы моделирования управления социально-экономическими системами // Международный журнал. Проблемы теории и практики управления, №4, 2015
- Ш.Уваров В.В. Бенчмаркинг как современный метод управления бизнесом.
[http://www. It2b.ru](http://www.It2b.ru)

118. Управление организацией: Учебник / Под. ред. Поршнева А.Г., Румянцевой З.П., Саломатина Н.А. М.: ИНФРА -М, 2011
119. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов / Р.А. Фатхутдинов. 5-е изд. - СПб.: Питер, 2005. - 448 с.
120. Фатхутдинов Р.А. Кокурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 312 с.
121. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. - М: Издательско- книготорговый центр "Маркетинг", 2012. - 892 с.
122. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: Учебник. - М.: Дело, 2001.-448 с.
117. Федцов ВТ., Федцов В.В. Менеджмент в предпринимательской деятельности: Учеб. пособие. М., 2003
118. Фишер Лэйна. Совершенство на практике. Лучшие проекты в области управления бизнес-процессами и Workflow: Пер. с англ. — М.: Весть МетаТехнология, 2010
119. Фукулова Ю. и др. Всё лучшее - себе // Секрет фирмы. 2004. № 1.
120. Хазан М. Предприятие как открытая система // Международный журнал. Проблемы теории и практики управления, №3, 2005
121. Харрингстон Х.Дж., Харрингстон Дж.С. Бенчмаркинг в лучшем виде. СПб, 2004
122. Хруцкий В.Е, Корнеева И.В. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка: Учеб. пособие. - 2-е изд., перераб. и доп. -М.: Финансы и статистика, 2009
123. Царёв В.В. Внутрифирменное планирование. - СПб.: Питер, 2012.
124. Чейз, Ричард, Б, Эквилайн, Николас, Дж, Якобе, Роберт, Ф. Производственный и операционный менеджмент. Пер. с англ.: М.: Изд. дом "Вильямс", 2011.-704 с.
125. Чернышёв М. И. Управление реструктуризацией промышленных предприятий. Автореферат, Краснодар, 2004

126. Шахмалов Ф.О государственной поддержке предпринимательства в России/Проблемы теории и практики управления №2, 2008
127. Шевченко И.В, Исаулова С.С, Майборода Н.А. Методы управления рыночной экономикой // Проблемы и пути развития. Краснодар, 2006.
128. Шевченко И.В, Исаулова С.С, Майборода НА. Методы управления рыночной экономикой // Проблемы и пути развития. Краснодар, 2006
129. Шеер Август-Вильгельм. Бизнес-процессы. Основные понятия. Теория. Методы: Пер. с англ. — М.: Весть-МетаТехнология, 2009
130. Шлихтер А.А. Новые методы организации производства и стимулирования труда на предприятиях США, Японии и западноевропейских стран // Труд за рубежом 2004-№1(61).
131. Шумской А.С. Управление брендами в системе внешних интеллектуальных активов предприятия. Автореферат, Краснодар, 2015
132. Щепакин М.Б. Методологические аспекты инновационного развития предприятий. Материалы международной научно-практической конференции. Инновационная экономика в зеркале устойчивого развития. Краснодар, 2005
133. Эйдлина Г.М. Внедрение информационных технологий как один из механизмов инновационного развития экономики. Материалы международной научно-практической конференции. Инновационная экономика в зеркале устойчивого развития. Краснодар, 2005
134. Юданов АЛЮ. Конкуренция. М.: Тандем. 2008
135. Benchmarking for Process Improvement. Xerox Quality Solutions, Rochester, N.Y. 2014
136. Halal W.E. The new management.- San Fransisco: Berrett- Rjthler Publishers, 2008
137. Hammer M., Champy J. Reengineering the Corporation: A Manifesto for Business Revolution. — N-Y: HarperCollins, 2013
138. [http:// www.systemicorp.com/ benchmarx](http://www.systemicorp.com/benchmark)
139. <http://www.inventech.ru/lib/management/>

140. Koch Ch. The Ventriloquist's Dummy? The Role of Technology in Political Processes // *Technology Analysis & Strategic Management*, March 2010, Vol. 12 Issue 1, pp.119-120
141. Penzel H.-G Klare Strategie und Zielausrichtung: Erfolgsfaktoren fuer das Post-merger-Management in Banken, *ZfO* 2010, pp. 25-36.
142. PLM130 — Система классов, 3-й квартал 2003. Материалы семинара SAP.
143. Rob J.Thomas. *New Product Development Managing and Forecasting for Strategic Success.*- N.Y. John Wiley&Sons, 2013
144. Robert C. *Benchmarking: The search far Industry Best Practices That Lead to Superior Performance.* ASQC Quality Press, Milwaukee, Wise, 2019