

УДК 338.24

***РОЛЬ БЕНЧМАРКИНГА В СИСТЕМЕ
МЕНЕДЖМЕНТА ОРГАНИЗАЦИИ***

Долинский Н.И.

к.э.н., доцент,

Белгородский государственный национальный исследовательский университет,

Белгород, Россия

Деденева Д.Б.

студентка,

Белгородский государственный национальный исследовательский университет,

Белгород, Россия

Аннотация

В качестве одного из альтернативных методов стратегического управления организаций может использоваться бенчмаркинг, который представляет собой механизм сравнительного анализа эффективности работы одной компании с показателями других – технология изучения и внедрения лучших методов ведения бизнеса. В статье рассматривается использование технологии бенчмаркинга в практике менеджмента организации, особое внимание уделяется концепции бенчмаркинга, дается характеристика процесса бенчмаркинга в разрезе основных этапов управления организацией

Ключевые слова: менеджмент, управление, бенчмаркинг, конкурентоспособность, конкурентные преимущества

***THE ROLE OF BENCHMARKING IN THE SYSTEM
MANAGEMENT OF THE ORGANIZATION***

Dolinsky N. I.

Ph. D., Associate Professor,

Belgorod State National Research University,

Belgorod, Russia

Dedeneva D. B.

student,

Belgorod State National Research University,

Belgorod, Russia

Annotation

As one of the alternative methods of strategic management of organizations, benchmarking can be used, which is a mechanism for comparative analysis of the performance of one company with the performance of others – a technology for studying and implementing the best business practices. The article discusses the use of benchmarking technology in the practice of organization management, pays special attention to the concept of benchmarking, and describes the process of benchmarking in the context of the main stages of organization management

Keywords: management, management, benchmarking, competitiveness, competitive advantages

В настоящее время имеет место тот факт, что на практике в процессе менеджмента организации все большее применение приобретают инновационные подходы к управлению, используемые методы и инструменты в области менеджмента бесспорно должны формировать конкурентные преимущества и повышать конкурентоспособность организации. В качестве одного из альтернативных методов стратегического управления может использоваться бенчмаркинг.

На основе критического анализа научных работ ученых относительно сущности понятия «бенчмаркинг», данную дефиницию можно определить как метод современного менеджмента, позволяющий осуществлять сопоставление

своей деятельности с практикой других компаний для реализации конкретных изменений, направленных на улучшение деятельности организации и повышения ее конкурентоспособности [1].

Вместе с тем, процесс формирования конкурентной стратегии организации должен учитывать результаты аудита резервов роста эффективности деятельности и бенчмаркинга.

Любая экономическая категория реализуется через свои функции, бенчмаркингу также свойственны свои специфические функции, которые представлены ниже [2]:

– дескриптивная – в рамках этой функции происходит рассмотрение и более детальное изучение имеющегося передового опыта осуществления аналогичного вида предпринимательской деятельности в аналогичной сфере;

– рейтингово-аналитическая – в рамках данной функции происходит присвоения рэнкинга организации, то есть определение ее места в ряду аналогичных организаций, причем в разрезе отраслевого признака;

– диагностическая – данная функция реализуется через определение слабых сторон в деятельности организации в разрезе ее взаимодействия с внешней средой, оценивается значимость выявленных слабых сторон, приоритетность работы с ними;

– конструктивная – в рамках данной функции решается вопрос о стратегии и тактике достижения намеченных улучшений в деятельности организации;

– поисково-обучающая – в рамках данной функции происходит выбор наиболее оптимальных приемов и способов осуществления намеченных организационных улучшений;

– оценочно-контрольная – данная функция реализуется как заключительный этап процедуры внедрения улучшений, здесь происходит мониторинг результатов улучшений, выявляются возможные направления их совершенствования.

К основным характеристикам бенчмаркинга как современной технологии менеджмента организации относится его понятие, цель, основные задачи, польза и ценность [3]. Как понятие, в научной литературе, как и было отмечено уже выше, бенчмаркинг рассматривается как «механизм сравнительного анализа эффективности работы одной компании с показателями других – технология изучения и внедрения лучших методов ведения бизнеса» [3]. Другими словами, в расширенной трактовке, бенчмаркинг представляется как постоянная деятельность, направленная выявление лучших примеров, так сказать, ориентиров на усовершенствование своей деятельности путем применения методов их работы.

Целью таких усовершенствований является повышение собственной конкурентоспособности организации (продукта), внедрение «заимствованного лучшего» опыта с максимальной эффективностью. В рамках этой цели к основным задачам можно отнести систематическое применение передовых методов маркетинга и менеджмента, организации труда, выбор соответствующего финансового обеспечения в рамках реализации улучшений. В итоге основная польза будет заключаться в максимально эффективном применении конкурентных преимуществ организации, что в итоге приведет к повышению ее конкурентоспособности, повышению прибыльности деятельности, повышению уровня удовлетворенности собственников.

Ценность как ключевая характеристика бенчмаркинга заключается не только в том, что организация перенимает лучший опыт других аналогичных организаций, но и в том, что знание ошибок и просчетов других позволяет избежать аналогичных ошибок и просчетов в своей деятельности, минуя при этом финансовых и репутационных потерь.

Технология реализации бенчмаркинга может быть представлена следующими последовательными действиями [3]:

1. Определение задачи и выбор показателей для сравнения.
2. Выбор объекта для сравнения и сбор информации.

3. Анализ информации.

4. Принятие решения.

Руководство организация, проводящее бенчмаркинг, должно осознавать, что собранная информация может обнаружить бессмысленность осуществления какого-либо запланированного проекта в силу того, что цена улучшений может быть. В бенчмаркинге надо обязательно соблюдать баланс между стоимостью внедрения найденных решений и потенциальной выгодой от них.

Таким образом, использование бенчмаркинга позволит в процессе организации менеджмента внедрить лучшие методы и технологии работы других организаций, независимо от их размера, сферы бизнеса, географического положения, временного фактора, что впоследствии приведет к рациональному использованию передового опыта работы с учетом специфики и особенностей предприятия [4].

Библиографический список:

1. Роздольская И.В. Актуализация мероприятий бенчмаркинга в различных областях и сферах деятельности организаций потребительской кооперации / И.В. Роздольская, Ю.В. Балябина // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2010. – №1. – С. 30-36.

2. Роздольская И.В. Организационно-экономические формы проявления бенчмаркинга как нового направления развития менеджмента: монография / И.В. Роздольская, Ю.В. Балябина. – Белгород: БУКЭП, 2011. – 211 с.

3. Тарасова Т. Ф. Бенчмаркинг в системе экономического обоснования текущих затрат хозяйствующих субъектов // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2011. – № 3. – С.93-97.

4. Чичерин Ю.А. Бенчмаркинг как современная персонал-технология в процессе управления изменениями в организации // Актуальные вопросы современной науки и практики: материалы международной научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава и аспирантов: в 3 частях. – Белгород. – Издательство: АНО ВО БУКЭП, 2016. – С. 147-153.

Оригинальность 81%