

Краюшкина М.С. Бенчмаркинг в системе современного менеджмента // Академия педагогических идей «Новация». Серия: Научный поиск. – 2018. – №6 (июнь). – АРТ 41-эл. – 0,2 п.л. - URL: <http://akademnova.ru/series-scientific-search>

Рубрика: ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 331.08

Краюшкина Марина Сергеевна
студентка 3 курса, агрономического факультета
Научный руководитель: Шейхова М.С., к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»,
п. Персиановский, Ростовская обл., Российская Федерация
e-mail: marinyska@yandex.ru

БЕНЧМАРКИНГ В СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Аннотация: в данной статье кратко описана история развития и применения бенчмаркинга с момента его появления в мире анализа. Так же даны: определение, теоретическое обоснование функционирования и цель данного сравнительно анализа. Путем сопоставления плюсов и минусов бенчмаркинга, выявлена и обоснована необходимость его применения в современном менеджменте, предоставлена характеристика использования этого процесса исследований на Западе и в Российской Федерации.

Ключевые слова: бенчмаркинг, конкуренты, компании, сравнение, сопоставление, менеджер, процесс.

Krayushkina Marina Sergeevna
3rd year student, faculty of agronomy
Supervisor: M. S. Sheikhova, Ph. D., Associate Professor
FGBOU VO "Don State Agrarian University»,
p. Persianovsky, Rostov region, Russian Federation

BENCHMARKING IN THE SYSTEM OF MODERN MANAGEMENT

Abstract: this article briefly describes the history of the development and application of benchmarking since its appearance in the world of analysis. Also given: definition, theoretical justification of the operation and the purpose of this comparative analysis. By comparing the pros and cons of benchmarking, identified and justified the need for its application in modern management, the characteristics of the use of this process of research in the West and in the Russian Federation.

Keywords: benchmarking, competitors, companies, comparison, comparison, Manager, processes.

Трудно оценить производительность сотрудника, если вы не знаете, какие стандарты необходимо использовать. Контрольные показатели как раз и являются этими стандартами для работы сотрудников, набираемых в компанию. Способность сотрудника выполнять эти контрольные показатели должна быть основой оценки эффективности его труда. В этом нам помогает бенчмаркинг.

В качестве деловой практики бенчмаркинг стал использоваться в 1980-е годы и постепенно был принят компаниями во всем мире. В одном из последних исследований бенчмаркинг впервые признан самым популярным инструментом управления (Rigby & Bilodeau, 2009 г.). Отчасти эта практика является ответом на недавний экономический спад, который привлек внимание компаний к вопросу о повышении эффективности бизнес-процессов и конкурентоспособности продукции. Искусное применение бенчмаркинга позволяет решить обе эти задачи.

С годами, по мере разработки компаниями собственных методов бенчмаркинга и опубликования бизнес-аналитиками его теоретических основ, понимание того, что представляет собой эталонное сопоставление и каким образом его лучше проводить, претерпело определенные изменения. В общих чертах бенчмаркинг – это системный метод выявления наиболее высоких стандартов продукции, услуг и процессов с помощью сопоставления такой продукции, услуг и процессов в различных компаниях. Более того, важнейшей частью бенчмаркинга является использование полученной информации в качестве руководства к действию или, другими словами, для внедрения изменений и улучшения положения с целью достижения тех наиболее высоких стандартов, которые обычно называют передовыми методами работы.

Сегодня социальные медиа меняют способы проведения бенчмаркинга. Они предоставляют компаниям новые инструменты коммуникации. Благодаря этому снижается необходимость в командировках для проведения работы на местах, поскольку значительную часть этих задач теперь можно решать в режиме онлайн. В результате бенчмаркинг становится менее затратным. А это в свою очередь позволяет компаниям снизить порог эталонного сопоставления друг с другом и превращает бенчмаркинг из одноразового мероприятия в непрерывный итеративный процесс.

Бенчмаркинг — это процесс, посредством которого компания измеряет свои продукты, услуги и практику в отношении своих самых серьезных конкурентов или тех компаний, которые признаны лидерами в своей отрасли. Бенчмаркинг является одним из лучших инструментов менеджера для определения того, эффективно ли компания выполняет конкретные функции и действия, независимо от того, соответствуют ли ее

затраты затратам конкурентов, а также нуждаются ли внутреннее функционирование и бизнес-процессы в улучшении. Идея бенчмаркинга состоит в том, чтобы измерять внутренние процессы вне зависимости от внешних стандартов.

В бенчмаркинге основное внимание уделяется сопоставлению компаний относительно того, насколько хорошо выполняются основные функции и процессы. Помимо всего, бенчмаркинг может посмотреть на то, как приобретаются материалы, как платят поставщики, каким образом ведется управление запасами, каким путем обучаются сотрудники; насколько быстро компания может вывести на рынок новые продукты; как выполняется функция контроля качества; как обрабатываются и отправляются заказы клиентов; как в общем выполняется обслуживание.

Бенчмаркинг позволяет менеджерам:

- определять, какова наилучшая практика;
- определять приоритеты возможностей для улучшения качества продукции или сервиса;
- повышать производительность по сравнению с ожиданиями клиентов;
- перескакивать традиционный цикл изменений.
- вычислять наиболее точные и эффективные способы осуществления деятельности;
- определять, как на самом деле достигнуть более низких затрат;
- принять меры для повышения конкурентоспособности компании.

В результате, бенчмаркинг использовался и продолжает использоваться во многих компаниях, как инструмент для получения конкурентного преимущества.

Компании обычно проводят бенчмаркинг с учетом многих улучшений, которые он может предложить. Эти преимущества включают снижение затрат на рабочую силу, оптимизацию рабочего процесса за счет реинжиниринговых бизнес-процессов и общих административных систем, улучшение работы центров обработки данных за счет консолидации и сокращения, совместное планирование бизнеса и информационных технологий, внедрение новых технологий, аутсорсинг некоторых заданий и функций, пересмотр разработки и поддержки, а также реструктуризации и реорганизации функций информационных технологий.

Цель бенчмаркинга - выявить слабые стороны внутри организации и улучшить их, с идеей стать «лучшими из лучших». Процесс бенчмаркинга помогает менеджерам найти пробелы в производительности и превратить их в возможности для улучшения. Бенчмаркинг позволяет компаниям выявлять наиболее успешные стратегии, используемые другими компаниями сопоставимого размера, типа или регионального местоположения, а затем принимать соответствующие меры для повышения эффективности своих собственных программ. Большинство компаний применяют бенчмаркинг в рамках широкого стратегического процесса. Например, компании используют бенчмаркинг, чтобы найти прорывные идеи для совершенствования процессов, поддержки программ улучшения качества, мотивации персонала для повышения производительности и удовлетворения потребностей руководства в конкурентных оценках.

Преимущества бенчмаркинга:

1. Бенчмаркинг включает сравнение производительности компании с лидерами в отрасли. Позволяет организации творчески внедрять лучшие практики из любой отрасли.

2. Помогает организации более адекватно удовлетворять требованиям конечного пользователя, конечного клиента.

3. Обеспечивает стимуляцию и мотивацию для профессиональных экспертов, творчество которых необходимо для выявления и реализации эталонных показателей.

4. Помогает в установлении качественных целей и реальных показателей производительности.

5. Взаимодействие профессионалов с бенчмаркингом облегчает будущий профессиональный рост. Это делает их более полезными для организации в будущих назначениях.

6. Снижение затрат на рабочую силу

Например, небольшая производственная компания может изучить, как главный конкурент использует роботы для нескольких основных функций завода. Эти роботы могут помочь конкуренту сэкономить значительную сумму денег на трудозатратах. Менеджеры компании могут получать информацию об этих системах робототехники через веб-сайт конкурента или онлайн-статьи. Они также могут идентифицировать компанию, которая продала конкурента роботам. Впоследствии компания, использующая бенчмаркинг, может позвонить изготовителю робота, чтобы помочь создать собственную систему.

7. Улучшение качества продукции

Инженеры иногда покупают продукты ведущих конкурентов. Затем они могут разделить их, изучить их и определить, как продукты конкурентов превосходят других в отрасли. Инженеры-химики могут изучать продукты питания или чистящие средства аналогичным образом. Затем они могут сравнивать различные элементы, содержащиеся в конкурирующих продуктах, с их собственной продуктовой линейкой. Впоследствии можно улучшить качество продукции.

8. Увеличение продаж и прибыли

Бенчмаркинг-компания может продвигать усовершенствования посредством брошюр компаний, их торговых представителей, журнальных и телевизионных объявлений. Эти усилия, вероятно, приведут к увеличению продаж, особенно среди основных клиентов. Компании, которые работают более эффективно из-за бенчмаркинга, могут значительно снизить свои расходы.

Ошибки бенчмаркинга.

- Большинство усилий по бенчмаркингу не удается из-за:
- Отсутствие фокуса и приоритета
- Отсутствие обязательств со стороны руководства
- Несоблюдение требований клиентов
- Некомпетентное руководство
- Отсутствие надлежащего планирования
- Не привлечение персонала в программу

Бенчмаркинг определяет роли, процессы и критические факторы успеха. Роли — это то, что определяет работу или функцию, выполняемые человеком. Процессы — это то, что потребляет ресурсы компании. Критическими факторами успеха являются проблемы, которые компания

должна решить для достижения успеха в долгосрочной перспективе, чтобы получить конкурентное преимущество. Бенчмаркинг фокусируется на этих вещах, чтобы указать на неэффективность и возможные области для улучшения.

Хотя ранняя работа по бенчмаркингу сосредоточена на производственном секторе, теперь она считается инструментом управления, который может применяться практически для любого бизнеса. Это стало обычным делом для компаний, чтобы конкурировать и вести свою отрасль. Это помогло многим сократить расходы, повысить производительность, улучшить качество и укрепить обслуживание клиентов.

Бенчмаркинг - потенциально мощный инструмент для постоянного совершенствования вашей организации. Как обсуждалось, опираясь на внутренние меры, происходит близорукая перспектива. Высокопроизводительные организации стремятся идентифицировать процессы, функции или предложения, важные для их бизнеса, и оценивать их эффективность и эффективность в сравнении с ведущими конкурентами или ведущими новаторами. Следует проявлять осторожность, чтобы преднамеренно и научно определить инициативы по бенчмаркингу или результаты могут вводить в заблуждение.

В заимствовании чужого опыта наиболее преуспели японцы, но сегодня и топ-менеджеры нашей страны осваивают азы данного искусства.

Российский опыт в этой сфере значительно уступает западному. Например, в Европе этот процесс являет собой консолидированную систему, по этой причине стратегия и инструменты бенчмаркинга строго регулируются.

Европейский фонд управления качеством занимается тем, что систематизирует информацию, классифицирует полученный опыт по категориям, предоставляя желающим возможность применить методики ведения бизнеса в разных сферах экономики.

Но на данный момент у нас в стране консолидированная система, которая станет регулировать вопросы технологии бенчмаркинга, отсутствует. А по этой причине практика в данной сфере сводится к классическому найму или лизингу персонала и самостоятельному исследованию опыта своих конкурентов.

Список использованной литературы:

1. Статья о бенчмаркинге
<http://www.grandars.ru/student/marketing/benchmarking.html>
2. Книга «Бенчмаркинг как инструмент оценки системы внутреннего контроля»; Авторы: Донцова Людмила, Шарамко Максим, Гарипов Ильшат; 2017г.
3. Статья «Сравнительный подход в системе современного менеджмента»; Автор: А. О. Акулов; 2012г.

Дата поступления в редакцию: 18.06.2018 г.

Опубликовано: 23.06.2018 г.

*© Академия педагогических идей «Новация». Серия: «Научный поиск»,
электронный журнал, 2018*

© Краюшкина М.С., 2018