Сидорова Екатерина Евгеньевна
канд. экон. наук, доцент, зам. зав. кафедрой экономики и финансов предприятий, Волгоградский государственный технический университет
sikaterina@mail.ru

Давайте развивать институт бенчмаркинга!

Взаимосвязь уровней функционирования института бенчмаркинга в предпринимательской организации

Аннотация

В статье определено понятие института бенчмаркинга и рассмотрены особенности его функционирования на трех основных уровнях: оперативном, тактическом и стратегическом. Анализируются проблемы, связанные с трансфером организационно-управленческих инноваций, повышением конкурентоспособности предпринимательской организации и ее непрерывным развитием.

Ключевые слова: бенчмаркинг, институт бенчмаркинга, предпринимательская организация, трансфер, организационно-управленческие инновации, конкурентоспособность организации, непрерывное развитие организации

В эпоху активного ужесточения конкуренции, обусловленного глобализацией, предпринимательской организации приходится соревноваться с организациями-лидерами не только на внешнем, но и на внутреннем рынке. Для этого ей необходимо адекватно оценивать собственные сильные и слабые стороны, постоянно искать и находить пути усиления конкурентных преимуществ, выявлять и устранять причины недостаточной эффективности собственной деятельности, повышать свою конкурентоспособность. Именно бенчмаркинг является рыночным институтом, который помогает предпринимательским организациям решать возникающие проблемы.

Под бенчмаркингом понимается процесс постоянного измерения и сравнения методов и 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 работы и повышению конкурентоспособности.

Бенчмаркинг сегодня

В связи с высоким уровнем конкуренции, сохранение достижений прошлых

лет и даже их незначительное улучшение не дает результатов в повышении и сохранении конкурентоспособности, поэтому предпринимательские организации должны регулярно проверять эффективность полученных ранее достижений, развивать способность быстро реагировать на изменяющиеся условия и сохранять высокую степень удовлетворения потребителей. Следовательно, бенчмаркинг является не единовременным действием, сегодня он должен быть формально установлен в организации в качестве института, стать неотъемлемой частью процесса ее совершенствования и инновационного развития.

На наш взгляд, бенчмаркинг можно определить как рыночный институт нахождения и изучения самых лучших из известных методов ведения бизнеса и их внедрения с целью эффективного развития организации. Бенчмаркинг помогает относительно быстро и с меньшими затратами совершенствовать бизнес-процессы. Он позволяет понять, как работают передовые компании, и добиться таких же, а возможно, даже более высоких результатов. Сегодня владение и эффективное использование технологий бенчмаркинга – неотъемлемое условие рыночного успеха и эффективного развития организации.

Три уровня функционирования института бенчмаркинга

Можно выделить три основных уровня функционирования института бенчмаркинга в предпринимательской организации: оперативный, тактический и стратегический уровни.

1. Оперативный уровень функционирования института бенчмаркинга – в краткосрочной перспективе происходит трансфер организационно-управленческих инноваций от организации-носителя передовых методов ведения бизнеса – к заимствующей их предпринимательской организации. (2)

Организационно-управленческие инновации – это то новое знание, которое воплощено в новых управленческих технологиях, в новых административных процессах и организационных структурах. Они могут представлять собой, например, введение новых методов организации работы, структурирования задач, распределения ресурсов, новых способов ведения конкурентной борьбы и т.д. Чаще всего такие инновации относят к объектам служебной и коммерческой тайны, единственным способом правовой охраны которых является режим засекречивания.

Организационно-управленческие инновации часто являются движущей силой конкурентной борьбы, то есть фактором, приводящим к значительным изменениям ситуации на рынке. Компаниям, осуществляющим организационно-управленческие инновации, как правило, удается захватывать значительную часть существующего рынка и становится лидером отрасли. В результате другие компании на рынке больше не могут позволить себе не считаться с существованием нового способа ведения бизнеса и начинают принимать ответные меры.

2. Тактический уровень функционирования института бенчмаркинга в организации – в среднесрочной перспективе происходит повышение эффективности и конкурентоспособности предпринимательской организации посредством внедрения в организации передовых методов ведения бизнеса, заимствованных у организаций-лидеров рынка. (1)

Бенчмаркинг развивает и расширяет методологию анализа конкурентоспособности. Зачастую такой анализ сводится к сравнению деятельности вашей компании с результатами конкурентов. Не ограничиваясь сбором информации об основных соперниках на рынке, бенчмаркинг предусматривает также сравнительный анализ их продукции, бизнес-процессов, экономических и финансовых показателей.

В отличие от простого сравнительного анализа показателей, бенчмаркинг помогает понять причины отставания организации от передовых организаций в различных сферах экономики и способствует преодолению данного отставания. Цель бенчмаркинга в среднесрочной перспективе заключается в повышении общей конкурентоспособности организации за счет поиска, адаптации и использования лучших из применяемых методов ведения бизнеса. Однако необходимость проведения бенчмаркинга в организации должна быть доказана, и цели бенчмаркинга должны совпадать со стратегическими целями развития предпринимательской организации.

3. Стратегический уровень функционирования института бенчмаркинга в организации – в долгосрочной перспективе бенчмаркинг способствует совершенствованию и непрерывному развитию предпринимательской организации (3).

Активное привлечение передовых методов ведения бизнеса позволяет организации сократить затраты, повысить прибыль и выбрать оптимальную стратегию развития. Таким образом, стратегической целью института бенчмаркинга является совершенствование бизнеса и непрерывное развитие предпринимательской организации за счет поиска, адаптации и использования лучших из применяемых методов организации бизнес-процессов.

Достижение поставленной цели происходит посредством решения определенных задач:

– ориентации бизнеса на внешнюю среду для постоянного поиска новых возможностей и противостояния потенциальным угрозам;

– планирования развития организации на основе оценки условий внешней среды;

– осознания необходимости изменений в организации;

– отбора передовых идей по улучшению бизнес-процессов;

– повышения конкурентоспособности организации;

– повышения эффективности функционирования организации;

– изменения ориентации руководства в сторону стремления к непрерывному развитию организации.

Институт бенчмаркинга в организации

Возникающая в современной экономике информационная неопределенность в процессе обмена передовым опытом между предпринимательскими организациями делает необходимым скорейшую институционализацию бенчмаркинга, оформление его в организационные рамки, создание организационной структуры бенчмаркинга.

До недавнего времени во многих организациях бенчмаркинг не был согласован с руководством, носил беспорядочный характер и в основном основывался на неформальном общении менеджеров высшего и среднего звена. Обмениваясь опытом об успешно реализованных проектах, менеджеры приобретали ценные знания, которые затем применяли в собственных

компаниях. Такой обмен информацией помогал широкому использованию мировых достижений в области производственных и бизнес-технологий. Но еще более быстрому и экономичному внедрению современных форм управления и передовых методов ведения бизнеса будет способствовать формальное установление бенчмаркинга в организации в качестве института. Сегодня бенчмаркинг не может эффективно проводиться в пределах крупной или средней предпринимательской организации, где отсутствует институциональная структура, поддерживающая эту деятельность.

Особенность института бенчмаркинга, функционирующего в организации на трех уровнях, состоит в сборе наиболее полной информации о лучших из известных методов ведения бизнеса. Собранная информация позволяет выявить особенности предпринимательской деятельности организаций-лидеров, проанализировать причины их успеха, обобщить и использовать их опыт в процессе построения модели эффективного развития предпринимательской организации.

Литература

1. Сидорова, Е.Е. Институциональное обеспечение конкурентоспособности: бенчмаркинг: Монография / Е. Е. Сидорова / ВолгГТУ. – Волгоград, 2008. – 196 с.

2. Сидорова, Е.Е. Институциональное обеспечение трансфера организационно-управленческих инноваций: бенчмаркинг: монография/ Е.Е. Сидорова/ ВолгГТУ. – Волгоград, 2009. –160 с.

3. Сидорова, Е.Е. Институциональное обеспечение развития предпринимательской организации: бенчмаркинг: Монография / Е. Е. Сидорова / ВолгГТУ. – Волгоград, 2010. – 176 с.

РП

Ekaterina E. Sidorova
Cand. of Econ. Sci., Associate Professor, Deputy Head of Chair of Economics and Finance of Companies, Volgograd State Technical University

Relationship of Operational Levels of Benchmarking Institution in a Business Organization

Abstract

The article defines the concept of benchmarking institution and examines the features of its functioning at three levels: operational, tactical and strategic ones. The author analyzes the problems associated with the transfer of organizational and managerial innovations, improvement of competitiveness of a business organization and its continuous development.

Keywords: benchmarking, benchmarking institution, business organization, transfer, organizational and managerial innovations, competitiveness of organization, continuous development of organization