

Benchmarking



«Бенчмаркинг»

Выполнила студентка 141 группы

Позднякова Юлия

Бенчмаркинг (англ. bench — место, marking — отметить) это процесс определения, понимания и адаптации имеющихся примеров эффективного функционирования компании с целью улучшения собственной работы.



История

Родиной сопоставительного анализа на основе эталонных показателей являются США. В 1972 году исследовательская и консалтинговая организация PIMS установила, что для нахождения эффективного решения необходимо знать передовой опыт других предприятий, которые имеют успех в похожих условиях. В 1979 году американская компания Херох приступила к реализации проекта «Бенчмаркинг конкурентоспособности» для анализа затрат и качества собственных товаров по сравнению с японскими. Проект имел большой успех.



Бенчмаркинг

- **Общий бенчмаркинг** представляет собой сравнение показателей производства и продажи продуктов данного производителя с показателями бизнеса достаточно большого количества продуцентов или продавцов аналогичного продукта. Такое сравнение позволяет наметить четкие направления инвестиционной деятельности. Параметры, используемые для сравнения характеристик продукта, зависят от конкретного вида продукта.



- **Функциональный бенчмаркинг** означает сравнение параметров работы отдельных функций (например, операций, процессов, приемов работ и т.п.) производителя (продавца) с аналогичными параметрами наиболее успешных предприятий (продавцов), работающих в похожих условиях.

- **Внутренний бенчмаркинг** — проведение сравнений между различными подразделениями организации. Внутренний бенчмаркинг заключается в сравнении между собой различных служб и подразделений одной компании с целью выяснения наиболее эффективных методов работы, позволяющих сделать продукцию или услугу более конкурентоспособными. Простота организации, проведения, сбора информации, необходимой для сравнения обусловили, распространение данного вида бенчмаркинга.



- **Конкурентоориентированный бенчмаркинг** — сравнение ведется с компанией той же отрасли (конкурентом) или компанией-партнером из других отраслей.

Методология бенчмаркинга

ЭТАП ПЛАНИРОВАНИЯ

Выявление области и тем

Выбор группы бенчмаркинга

Выявление уже имеющихся знаний

Выбор типа бенчмаркинга

ЭТАП АНАЛИЗА

Поиск партнеров по бенчмаркингу

Выбор методов сбора информации

Получение и обмен информацией

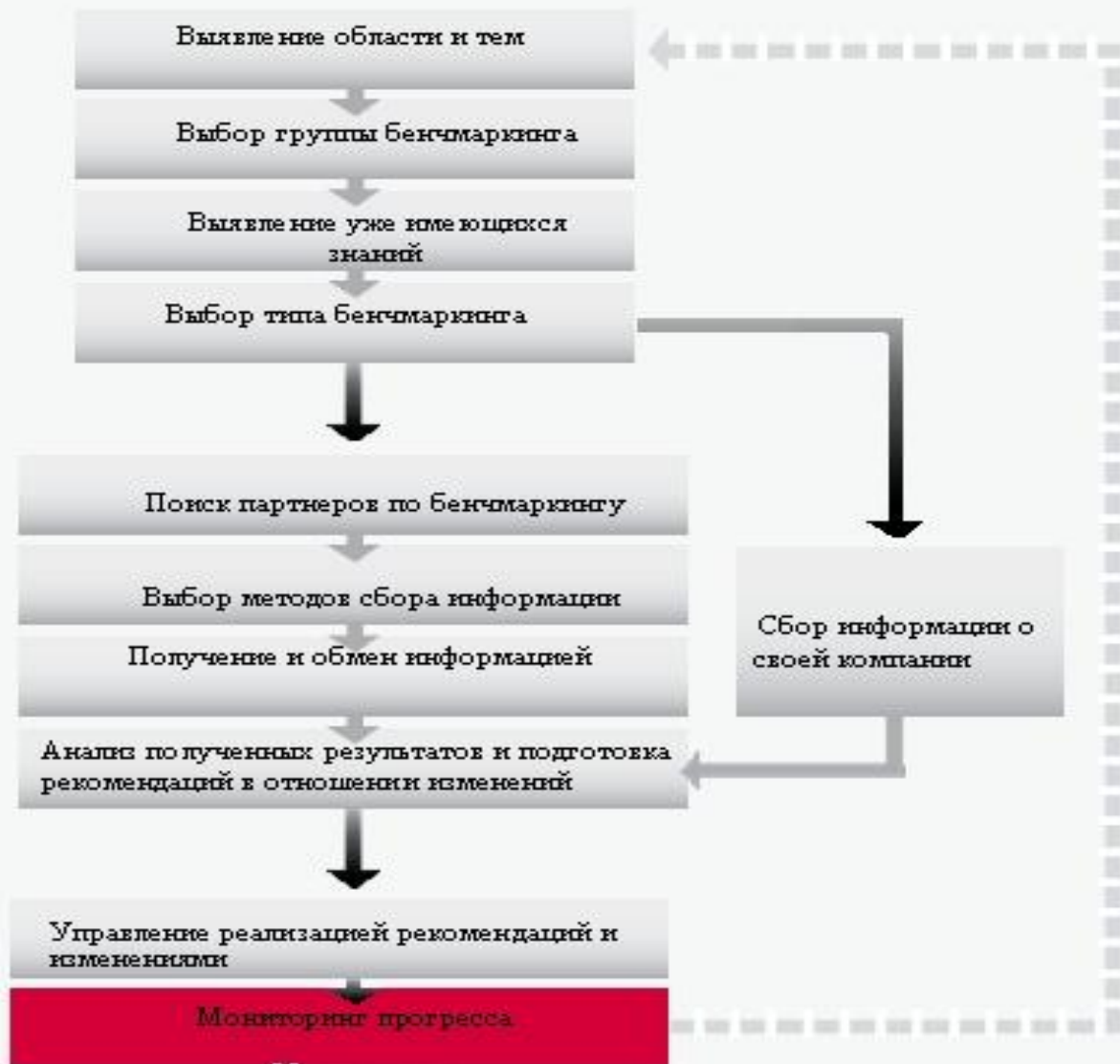
Анализ полученных результатов и подготовка рекомендаций в отношении изменений

Сбор информации о своей компании

РЕАЛИЗАЦИЯ ИЗМЕНЕНИЙ

Управление реализацией рекомендаций и изменениями

Мониторинг прогресса



Социальные медиа и бенчмаркинг

- Совместный бенчмаркинг является, по сути, социальной деятельностью, а социальные медиа предоставляют множество новых и эффективных путей для социального взаимодействия.
- Социальные медиа открывают путь к новым дополнительным источникам информации и каналам сбора данных.
- Бенчмаркинг становится все более ориентированным на бизнес-процессы, и социальные медиа поддерживают данный тип непрерывной вовлеченности, отличающийся от работы над отдельными проектами.

Общедоступные инструменты бенчмаркинга

- Сеть linkedIn (www.linkedin.com) является широко используемым сервисом для налаживания профессиональных связей, который также предоставляет инструменты для групповой и совместной работы.
- twitter (www.twitter.com) – это сервис для публикации коротких сообщений, который также позволяет участникам группы бенчмаркинга создавать учетные записи пользователей, легко связываться и общаться друг с другом.
- Сеть facebook (www.facebook.com), хотя и ориентирована в большей степени на обычных пользователей, чем на предприятия, также предоставляет инструменты, доступные в LinkedIn или Twitter.



Benchmarking



«Бенчмаркинг»

Выполнила студентка 141 группы

Позднякова Юлия