

Лекция 1. Основы бенчмаркинга

1. Содержание бенчмаркинга
2. Классификация видов бенчмаркинга

Бенчмаркинг

- непрерывный процесс детального исследования наилучших практик других компаний



Бенчмаркинг позволяет определить:

- *Какая фирма является лидером?*
- *Почему наша компания пока не стала лучшей в своей области?*
- *Что можно изменить, а что нужно сохранить в компании, чтобы она стала лучшей?*



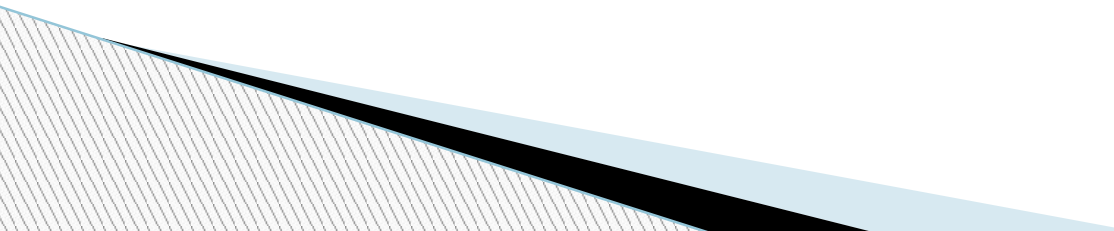
BENCHMARKING



Бенчмаркинг

– от англ. benchmark - точка отсчета или эталонная отметка для сравнения с подобными объектами

Бенчмаркинг обеспечивает:

- реалистичную и адекватную оценку состояния компании
 - понимание текущей ситуации
 - возможность опираться на успех других
 - использование имеющегося современного опыта
 - снижение издержек, связанных с дублированием
 - постановку реальных целей
 - усиление ответственности работников
 - повышение степени вовлеченности работников в процессы предприятия
- 

Цель бенчмаркинга –

- повышение эффективности деятельности компании и обеспечение конкурентных преимуществ на основе исследования опыта других компаний



Задачи бенчмаркинга :

- *определение уровня конкурентоспособности компании*
- *выявление слабых сторон компании*
- *осознание необходимости изменений;*
- *отбор идей по совершенствованию бизнес-процессов*
- *выявление наилучших приемов работы для компаний данного типа/данной отрасли/данного рыночного сегмента*
- *определение целевых показателей эффективности, значительно превосходящих текущие*
- *переориентация корпоративной культуры*
- *устранение психологических барьеров*

Объекты бенчмаркинга:

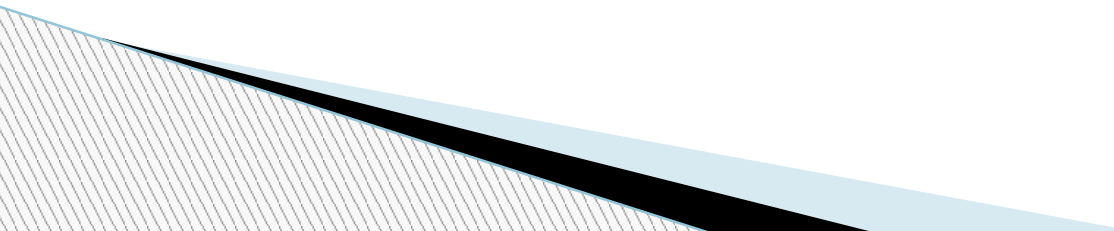
- товары
- услуги
- процессы
- методы
- качественные параметры
- стратегии
- персонал
- показатели финансово-хозяйственной деятельности
- подразделения внутри компании
- компании



Субъекты бенчмаркинга –

- менеджеры и специалисты компании, проводящие исследование, а также их партнеры из других компаний

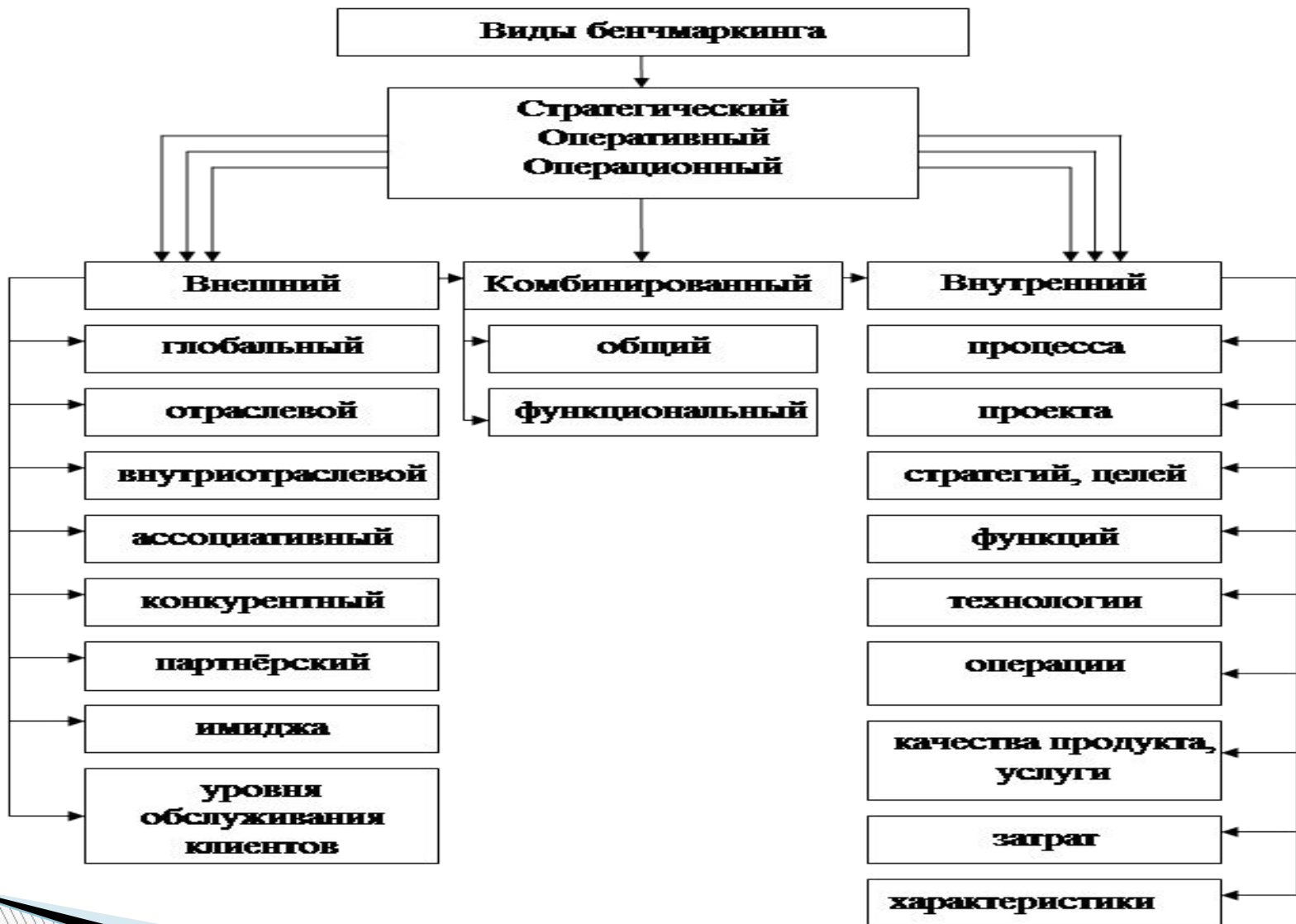
Бенчмаркинг включает:

- процесс непрерывного улучшения
 - определение областей, в которых улучшение принесет наиболее значимые результаты
 - определение компаний-лидеров
 - установление новых стандартов деятельности на основе изучения передового опыта
 - адаптацию и применение полученных идей и опыта
- 

КЛЮЧЕВЫЕ ВОПРОСЫ:

- Где компания находится в данный момент?
- Чего она хочет достичь?
- Каким образом она может этого достичь?
- Каков будет следующий уровень развития?





Внутренний бенчмаркинг

- сравнение процессов, продуктов, услуг внутри организации, а также работы ее отдельных подразделений



Внешний бенчмаркинг

- анализ процессов, происходящих за рамками компании, и сравнение их эффективности с эффективностью процессов внутри компании

Структура внешней среды организации



Глобальный бенчмаркинг

– расширение масштабов исследований под влиянием глобализации



Отраслевой (Функциональный) бенчмаркинг

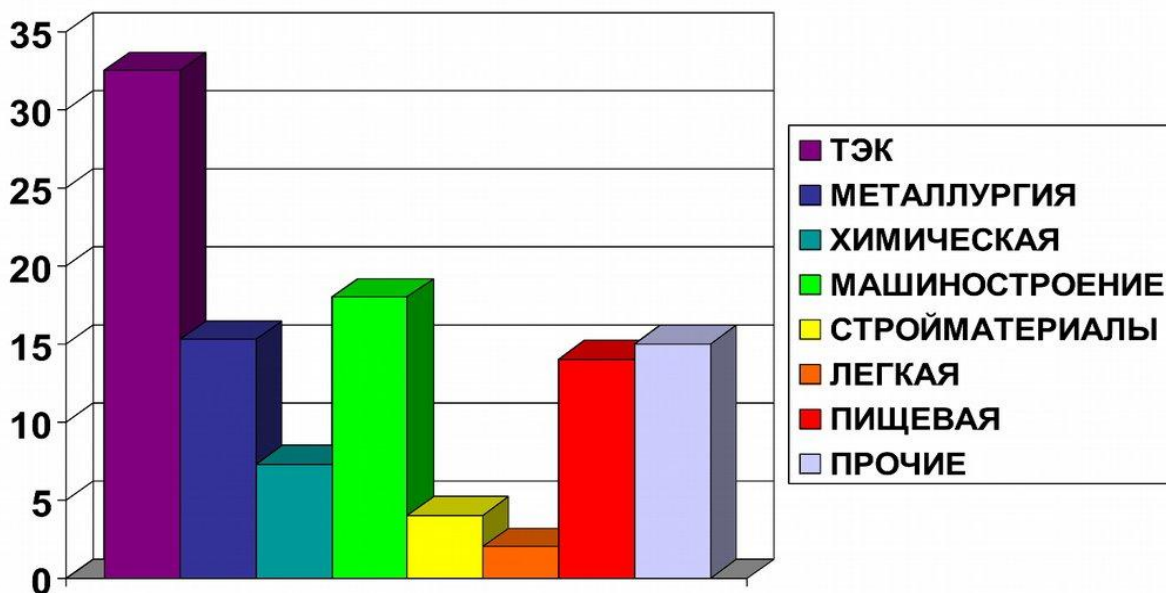
- сопоставление своего предприятия с отраслевыми лидерами или его операций с лучшими функциональными операциями отдельных компаний



Внутриотраслевой бенчмаркинг

— изучение опыта подразделений других организаций, работающих в той же отрасли, но не являющихся прямыми конкурентами

ОТРАСЛЕВАЯ СТРУКТУРА ПРОМЫШЛЕННОСТИ



Ассоциативный бенчмаркинг

- проводимый организациями,
состоящими в том или ином
бенчмаркинговом альянсе



Global
Benchmarking
Network

Конкурентный бенчмаркинг

- сравнение с прямыми конкурентами (по предоставляемым продуктам или услугам), работающими на местном, региональном или международном рынке



Партнерский бенчмаркинг

изучение опыта конкурентов с их согласия, на основе отказа от соперничества в пользу сотрудничества



Комбинированный бенчмаркинг

– объединяет черты внутреннего и внешнего бенчмаркинга

Общий бенчмаркинг

– количественное и качественное сравнение производства, продаж, оказания услуг своим предприятием с аналогичной деятельностью компаний, достигших больших результатов

