

БЕНЧМАРКИНГ КАК ЭЛЕМЕНТ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Кицун М.В., студент

*УО «Гродненский государственный университет им. Я. Купалы»,
Беларусь*

Усиление конкуренции на мировых и отечественных рынках, стремительное развитие и смена технологий и другие факторы обуславливают новые требования к системе контроля предприятия. Современная динамичная среда предприятия требует углубления стратегических направлений контроля за счет применения такого специфического метода менеджмента, как бенчмаркинг.

Данная статья подготовлена на основе анализа бенчмаркинга в системе контроля предприятия ПТК «Химволокно» ОАО «Гродно Азот», которое является крупным производителем полиамидных и полиэфирных нитей и волокон, а также полиамида-6 (ПА-6) и полимерных композиционных материалов на его основе, для которого использование мирового опыта в производственной и управленческой сферах актуально.

Термином «бенчмаркинг» обозначается один из инструментов совершенствования деятельности [3, с. 457-458]. По определению Американского центра производительности и качества, бенчмаркинг – это процесс, включающий: установление компанией ключевых сфер совершенствования работы своей фирмой; идентификацию и изучение лучшей практики других компаний в этих сферах; внедрение новых процессов и систем, обеспечивающих рост их производительности и качества [4, с.273].

Наиболее содержательное определение бенчмаркинга дал профессор Норвежского университета науки и технологии Б. Андерсен: «Бенчмаркинг — это постоянное измерение и сравнение отдельно взятого бизнес-процесса с эталонным процессом ведущей организации для сбора информации, которая поможет рассматриваемому предприятию определить цель своего совершенствования и провести мероприятия по улучшению работы». Большинство специалистов придерживается мнения, что бенчмаркинг — это изучение и внедрение методов управления других, успешно работающих при их помощи организаций путем сравнения с ними после выявления слабых сторон своей организации [3, с. 258].

Родоначальниками бенчмаркинга считают японцев, которые научились идеально копировать чужие достижения [1, с.123].

Так, на анализируемом предприятии исследуются европейская и американская методика контроля для выявления её сильных и слабых сторон и в последующем для усовершенствования контрольной деятельности на предприятии. Предприятие использует передовой опыт стран СНГ (ОАО "Нижнекамскнефтехим" – Россия и др.) и мирового уровня (фирмы DSM Duneema (Голландия), Heneuwell Advanced Fibers and Composite (США), Nippon Duneema (Япония) и др.).

Исходным моментом процесса бенчмаркинга на предприятии является сравнение параметров организации с достижениями других компаний. В соответствии с этим его целями являются: определение и анализ направлений и параметров деятельности организации, по которым имеется отставание от

лучших компаний; постановка задач по улучшению работы в указанных направлениях и по выявленным параметрам; стимулирование и повышение возможностей для улучшения показателей и введения организационных изменений на базе более совершенной практики [4, с. 274].

На исследуемом предприятии выделяют такие виды бенчмаркинга, как: внутренний бенчмаркинг (осуществление внутри организации); бенчмаркинг конкурентоспособности (сопоставление с характеристикой предприятия конкурентов); функциональный бенчмаркинг (сравнение определенной функции двух или более организаций в том же секторе); бенчмаркинг процесса (изменение определенных показателей и функциональности для их сопоставления с предприятиями) [2, с.21].

Таким образом, бенчмаркинг — это не только передовая технология конкурентного анализа, но и процесс совершенствования. Основное содержание бенчмаркинга на ПТК «Химволокно» ОАО «Гродно Азот» состоит не столько в том, чтобы определить, насколько другие организации оказались успешнее, сколько выявить факторы и методы работы, которые позволили достичь более высоких результатов. При этом бенчмаркинг выступает и в качестве технологии обучения.

1. Багиев, Г.Л. Маркетинг / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич. – М.: Экономика, 2001. – 230 с.
2. Воеводина, Н.А. Бенчмаркинг – инструмент развития конкурентных преимуществ: практ. пособие / Н.А. Воеводина, А.В. Кулагина, Е.Ю. Логинова, В.Б. Толберг. – СПб: Питер, 2004. – 272 с.
3. Кане, М.М. Системы, методы и инструменты менеджмента качества: учеб. пособие/ М.М. Кане, Б.В. Иванов, В.Н. Корешков, А. Г. Схиртладзе. – СПб.: Питер, 2008. – 560 с.
4. Румянцева, З.П. Общее управление организацией. Теория и практика: учебник / З.П. Румянцева. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 304 с.

Научный руководитель: д.и.н., проф. Рабцевич В.В.

Економіка та менеджмент: перспективи розвитку : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, м. Суми, 22–24 червня 2012 року / за заг. ред. О. В. Прокопенко. – Суми : СумДУ, 2012. – С.60-61.