

ПОНЯТИЕ «БЕНЧМАРКИНГ»

Артёмова Е.Н., Ширшова Н.Н.

Орловский государственный технический университет, Орел, Россия

Существует огромное количество трактовок понятия «бенчмаркинг». Одни считают его продуктом эволюционного развития концепции конкурентоспособности, другие — программой по улучшению качества, третьи причисляют его к экзотическим продуктам японской бизнес-практики. Так что же такое «бенчмаркинг»?

Бенчмаркинг — метод контроля; особая управленческая процедура внедрения в практику работы организации технологий, стандартов и методов работы лучших организаций-аналогов. В процессе бенчмаркинга осуществляется поиск организаций, которые показывают наивысшую эффективность, обучение их методам работы и реализации передовых методов в собственных условиях.

По мнению Котлера, бенчмаркинг — это процесс сравнения продуктов и процессов компании с таковыми у конкурентов или лидирующих фирм в других отраслях в целях поиска способов улучшения качества работы.

Е.П. Голубков рассматривает бенчмаркинг как «сбор информации о деятельности лучших предприятий и конкурентов об используемых ими методах управления».

Фелько считает бенчмаркинг разновидностью маркетинговых исследований.

Бенчмаркинг — это непрерывный поиск новых идей и последующее использование их на практике (Е.А. Михайлова).

Бенчмаркинг — это постоянный процесс изучения и оценки товаров, услуг и опыта производства самых серьёзных конкурентов либо тех компаний, которые являются признанными лидерами в своих областях (Р. Кемп).

Бенчмаркинг — это анализ конкретных приёмов, заимствование выгод, полученных на основе анализа опыта других компаний, и использование в собственной компании лучших приёмов, привнесённых в неё извне (Л. Боссили).

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 (Б. Андерсен).

Бенчмаркинг — изучение и внедрение методов управления других, успешно работающих при их помощи организаций, путём сравнения с ними после выявления слабых сторон своей организации (по материалам статьи Голубевой, Елисеева).

Проанализировав многообразие определений понятия «бенчмаркинг», можно выделить такие ключевые слова, как «систематический», «непрерывный», «измерение», «процесс», «практика», «стратегическое планирование». Большинство этих слов заложено в составляющие понятия «маркетинг» — потребитель, процесс обмена, процесс маркетингового менеджмента. С этой точки зрения авторы уточняют определение бенчмаркинга:

Бенчмаркинг — есть эволюционный процесс развития оперативного и стратегического маркетинга вообще и концепции конкурентоспособности, в частности.