

УДК 338.3

***БЕНЧМАРКИНГ КАК НЕОБХОДИМАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ  
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ФИРМЫ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ***

***Акименко С.А.,***

*студент, 4 курс,*

*Южный федеральный университет,*

*Таганрог, Россия*

***Кобец Е.А.,***

*кандидат экономических наук, доцент*

*кафедра «Экономики предприятия» ИУЭС ЮФУ,*

*Южный федеральный университет,*

*Таганрог, Россия*

***Трофимова В.О.,***

*студент, 4 курс,*

*Южный федеральный университет,*

*Таганрог, Россия*

**Аннотация:**

Статья посвящена рассмотрению бенчмаркинга как целостного понятия, характеризующего метод сравнительного анализа деятельности предприятий. В тексте дается описание преимуществ проведения бенчмаркинговых исследований. Так же рассматриваются условия, необходимые для обеспечения объективности анализа. В заключении, сделан вывод о том, что бенчмаркинг является необходимой составляющей конкурентоспособности фирмы.

**Ключевые слова:** бенчмаркинг, конкурентоспособность, рыночная экономика, совершенствование предприятия, сравнительный анализ.

# ***BENCHMARKING AS THE NECESSARY COMPONENT OF THE COMPETITIVENESS OF FIRMS IN MODERN CONDITIONS***

***Akimenko S.A.,***

*student, 4 year,*

*Southern Federal University,*

*Russia, Taganrog*

***Kobets E.A.,***

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,*

*the Department of "Economics of enterprise",*

*Southern Federal University,*

*Russia, Taganrog*

***Trofimova V.O.,***

*student, 4 year,*

*Southern Federal University,*

*Russia, Taganrog*

## **Abstract:**

The article is devoted to the examination of benchmarking as an integral concept characterizing the method of comparative analysis of enterprises' activity. The text describes the advantages of conducting benchmarking studies. The conditions necessary to ensure the objectivity of the analysis are also considered. In conclusion, it was concluded that benchmarking is a necessary component of the firm's competitiveness

**Key words:** benchmarking, competitiveness, market economy, improvement of the enterprise, a comparative analysis.

В условиях рыночной экономики вопрос обеспечения конкурентоспособности предприятия является одним из важнейших.

Положение современного предприятия на рынке напрямую зависит от правильности выбора действенных инструментов повышения конкурентоспособности, обеспечивающих эффективное существование в динамической внешней среде. В связи с этим приоритетное значение приобретает формирование и реализация конкурентного потенциала, выступающего основой для создания устойчивого конкурентного преимущества[1,2].

Выявление ключевых факторов успеха организации необходимо проводить с учетом преобладающих и прогнозируемых условий развития отрасли, т.е. ориентируясь, в первую очередь, на главных прямых конкурентов. В этих целях предприятиями может применяться метод бенчмаркинга - сопоставительный анализ на основе эталонных показателей.

Существует классификация бенчмаркинга: внутренний бенчмаркинг, бенчмаркинг конкурентоспособности, функциональный бенчмаркинг, общий бенчмаркинг и др.[3] Однако, по нашему мнению, сложно говорить о применении какого-либо отдельного вида бенчмаркинга в чистом виде. Комплексные исследования, проводимые предприятиями, зачастую включают в себя элементы нескольких видов бенчмаркинга, выделяемых различными классификациями. Поэтому, на наш взгляд, понятие «бенчмаркинг» может рассматриваться в его целостном понимании.

Бенчмаркинг — это процесс непрерывной оценки и сопоставления организации с отраслевым лидером бизнеса с целью получения информации для улучшения собственных показателей. Важной особенностью бенчмаркинга является его направленность на непрерывное самосовершенствование предприятия, путем постоянного сравнения отдельно взятого бизнес-процесса эталонной организации с аналогичным собственным бизнес-процессом.

Бенчмаркинг дает возможность целенаправленной ориентации не только на показатели выбранного предприятия-лидера, но и на способы их достижения. Анализ производственной технологии в целом, и отдельных бизнес-процессов в частности, служит необходимой базой для модернизации

или реорганизации собственной производственной и управленческой системы. Бенчмаркинг-проекты позволяют осуществлять пересмотр существующих и формирование новых целей для предприятия, служат индикатором признаков отставания от конкурентов, а так же показывают необходимость радикальных улучшений для сохранения конкурентоспособности.

Ключевым условием обеспечения объективности анализа является сопоставимость предприятий по виду производства, размерности, стадии жизненного цикла организации. В частности, преимущество может быть оценено и в случае, если организации осуществляют свою деятельность на смежных сегментах рынка, удовлетворяя идентичные потребности покупателей. Такой анализ удобен для применения в отношении фирм, оказывающих эксклюзивные услуги и не имеющих прямых конкурентов, но находящихся под влиянием организаций с близким набором предоставляемых услуг.

Эффективной формой взаимодействия предприятий является проведение внешнего партнерского бенчмаркинга. Данный вид бенчмаркинг-исследования проводится несколькими организациями, заключившими договор о проведении совместных сравнительных исследований деятельности каждого из участников.[4] Проведение такого открытого бенчмаркинга повышает деловую репутацию и инвестиционную привлекательность компании, позволяет ей на разных уровнях лоббировать свои интересы. Кроме того, по мнению ведущих топ-менеджеров, практика обмена передовым опытом и знаниями составляет основу развития. [5]

Важно отметить, что целью бенчмаркинга является не абсолютное подражание эталонному предприятию, а адаптация лучшего опыта для условий собственной организации. Такой характер проведения исследований позволяет наиболее точно подстраивать бизнес-процессы и повышать общую эффективность.[6]

Таким образом, бенчмаркинг представляет собой инструмент, позволяющий выявлять возможности самосовершенствования, определять

объекты совершенствования и стимулировать непрерывность данного процесса. Системный анализ, обеспечиваемый бенчмаркингом, является основой формирования новых и корректировки существующих стратегий развития предприятия, позволяет осуществлять процесс внедрения инноваций, необходимый для сохранения уверенной позиции на рынке. Справедливо утверждать, что в современных условиях бенчмаркинг является необходимой составляющей конкурентоспособности фирмы.

### **Библиографический список:**

1. Е. А. Кобец, А. А. Рогоженко, Н. М. Анненко // Влияние инвестиций в образование на развитие предприятия // Инновационные тенденции развития системы образования : материалы IV Междунар. науч.–практ. конф. — Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2015. — С. 185–187.
2. Совершенствование социально - трудовых отношений в современных условиях: монография / М.Н. Корсаков, М.А. Масыч, Е.А. Кобец, М.В. Паничкина, Е.К. Защитина, Е.В. Каплюк, А.О. Мухаева, Н.М. Анненко, М.Н. Ганина, Т.А. Девяткова, А.А. Рогоженко, М.А. Талалай, Л.С. Филатова; под ред. М.Н. Корсакова, М.А. Масыч. – Ростов-на-Дону: Изд - во ЮФУ, 2014. – 172 с.
3. Г.А. Лавренова, Ю.О. Моница Бенчмаркинг как инструмент повышения конкурентоспособности малого предприятия // Вестник ВГТУ. 2012. №1. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/benchmarking-kak-instrument-povysheniya-konkurentosposobnosti-malogo-predpriyatiya> (дата обращения: 14.09.2017).
4. А.А. Пегушина Значение метода оценки конкурентоспособности предприятия в стратегии его дальнейшего развития // Журнал «Экономические исследования и разработки» 26.10.2016 // URL: <http://edrj.ru/article/19-03-16>
5. И.Н. Гераськина Бенчмаркинг в системе современного менеджмента // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2008. №85. // URL:

<http://cyberleninka.ru/article/n/benchmarking-v-sisteme-sovremennogo-menedzhmenta> (дата обращения: 14.09.2017).

6. Н.И. Баяндин Пять этапов бенчмаркинга: как их использовать для улучшения показателей вашей компании // URL: <http://www.elitarium.ru/ehrapy-benchmarkinga-konkurentnaya-razvedka-firma-proekt-pokazatel-rabota-informaciya-metod-izmerenie-ocenka-otrasl-lider-sravnenie/>