

# ПОНЯТТЯ БЕНЧМАРКІНГУ ТА ЙОГО СУТЬ

---

Робота Бринзи Анни  
Студентки гр. БПО 1-12

# Поняття бенчмаркінг

- Під **бенчмаркінгом** розуміють аналітичний процес детального порівняння та оцінки підприємства в розрізі операцій з кращими компаніями в класі всередині і поза галуззю. В результаті даного процесу розробляють заходи, спрямовані на перекриття розриву між підприємством, яке реформується, і лідером.



- *Бенчмаркінг* - це нове (і модне) слово в управлінських колах. В Україні до цього поняття ставляться ще насторожено, побоюючись, що поняттям бенчмаркінг прикривається промислова розвідка. Насправді різниця між двома цими методами принципова. Бенчмаркінг - метод вивчення чужого досвіду, який не становить таємниці.



# Використання бенчмаркінгу

- Принципи бенчмаркінгу застосовують такі відомі компанії США, як :
  - ❖ "DuPont", "Motorola", "IBM", "American Express", "Eastman Kodak", "General Motors" та ін.
- А в Україні :
  - ❖ ЗАТ "Оболонь", ВАТ "Фар-мак", компанія "Сандора" та ін.



# Застосування бенчмаркінгу

- Застосування бенчмаркінгу, по суті, полягає в чотирьох послідовних діях:
  1. Розуміння деталей власних бізнес-процесів.
  2. Аналіз бізнес-процесів інших компаній.
  3. Порівняння результатів власних процесів з результатами аналізованих компаній.
  4. Впровадження необхідних змін для скорочення відриву.



# Види бенчмаркінгу

- Виділяють такі види бенчмаркінгу:
  - *внутрішній* - порівняння роботи підрозділів компанії;
  - *конкурентний* - порівняння власного підприємства з конкурентами за різними параметрами;
  - *загальний* - порівняння компанії з непрямими конкурентами за обраними параметрами;
  - *функціональний* - порівняння за функціями (продажу, закупівлі і т. д.).



порівняння



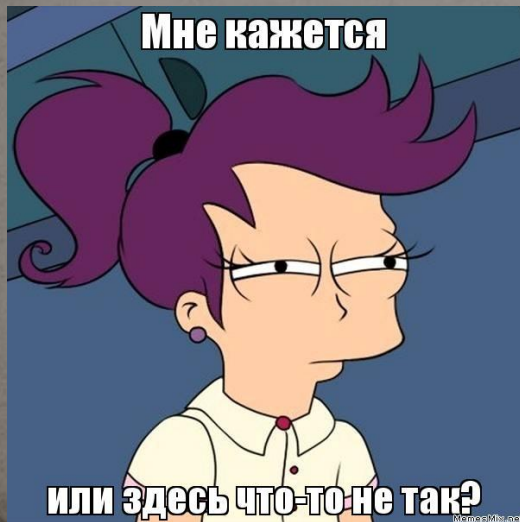
# Етапи реалізація функціонального методу

Досвід застосування бенчмаркінгу показує, що реалізація функціонального методу повинна включати такі етапи:

- **Етап 1. Виділення функціональних ділянок для аналізу.**

Можна застосувати такі, наприклад, критерії, для аналізу діяльності підприємства:

- а) які функції займають найбільший відсоток у собівартості?
- б) які функції відіграють основну роль у конкурентній боротьбі?
- в) які функції мають максимальну можливість покращення?



# Етап 2

***Визначення факторів і показників, які аналізуються.*** Аналіз за системою бенчмаркінгу передбачає вимірювання певної управлінської функції за конкретними факторами і показниками.

Наприклад: кількість рахунків клієнтів, контрольованих одним працівником; об'єм відходів на одиницю продукту; площа виробничих приміщень на одного працівника і т. п.





# Етап 3

- *Відбір лідерів галузі і поза нею.*

*Кращих у класі підприємств можна вибрати з таких груп:*

*о прями конкуренти;*

*о паралельні конкуренти (підприємства у тій самій галузі бізнесу, але такі, що не конкурують безпосередньо з нами);*

*о латентні конкуренти - це підприємства, з якими ми не конкуруємо зараз, але які можуть становити для нас загрозу в майбутньому;*

*о підприємства поза галуззю .*



# Етап 4

**Збирання та оцінка показників лідерів за вибраними факторами. Йдеться про визначення джерел інформації для бенчмаркінгового аналізу.**

## **ГРУПИ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ**

- 1. Річні звіти підприємства, брошури про продукти і послуги компанії, оновлені прес-релізи**
- 2. Публікації у діловій пресі**
- 3. Публікації у місцевій пресі**
- 4. Аналітичні звіти за сегментами ринку**
- 5. Публікації професійних асоціацій**
- 6. Публікації з урядових джерел**

# Етап 5 і 6

- Етап 5. Порівняння показників. Це складне питання, яке вимагає окремої методичної розробки.
- Етап 6. Розробка програм дій для ліквідації розривів, що в свою чергу поділяється на 4 категорії:
  1. Програми "Працювати краще".
  2. Програма "Імітація (копіювання) конкурентів".
  3. Програма "Пряме випередження конкурентів".
  4. Програма "Зміна правил гри на ринку".



# Етап 7

- Впровадження і моніторинг
- Виходячи з особливостей вітчизняної ділової культури рекомендується проводити щорічний моніторинг за методом бенчмаркінгу, приурочуючи його до циклу стратегічного планування.



Дякую за увагу

