



БЕНЧМАРКІНГ

Бенчмаркінг – це техніка, спрямована на поліпшення бізнесу або товару

Суть бенчмаркінгу в тому, що береться процес, який організований набагато краще, ніж у вашій компанії, проводиться його аналіз, потім робиться порівняння, після якого покращення, що підходять для вашого бізнесу, впроваджуються в нього.



Об'єктами бенчмаркінгу можуть бути: методи, процеси, технології, якісні параметри продукції, показники фінансово-господарської діяльності підприємств (структурних підрозділів).

БЕНЧМАРКІНГОВИЙ АНАЛІЗ

Внутрішній бенчмаркінг



Порівняння ефективності підрозділів
усередині організації

Бенчмаркінг конкурентоздатності



Порівняння ефективності діяльності
компанії з "прямими" конкурентами

Функціональний бенчмаркінг



Порівняння ефективності певних функцій в
компанії відносно компаній в тій же галузі

Загальний бенчмаркінг



Порівняння ефективності певних функцій в
компанії відносно компаній з інших галузей

Основні завдання бенчмаркінгу

- Аналіз ресурсів компанії і пошук потенціалу;
- Аналіз конкурентів і пошук лідерів ринку;
- Порівняльний аналіз з компанією-еталоном;
- Аналіз практик еталона і пошук шляху їх досягнень;
- Складання стратегії відповідно до досвіду еталона.



Основні функції бенчмаркінгу

Аналітична

- Визначення ресурсів, виявлення сильних та слабких сторін

Пізнавальна

- Пошук інновацій та впровадження ноу-хау у бізнес-процес

Дослідницька

- Пошук еталонів, вибір показників та бенчмарок, аналіз та порівняння

Збутова

- План дій з покращення збутової та цінової політики

Основні принципи бенчмаркінгу



Взаємність

- Організації-партнери домовляються про співробітництво

Достовірність

- Дані для аналізу – це фактична інформація про компанію

Аналогія

- Порівнювані процеси повинні бути схожими

Вимірювання

- Показники та об'єкти для порівняння та аналізу повинні бути вимірюваними