

БЕНЧМАРКИНГ КАК МЕРА АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ НА МИКРОУРОВНЕ

Мартыненко Ю.Л.

Могилёвский государственный университет продовольствия
г. Могилёв, Республика Беларусь

Кризис есть закономерная стадия развития жизненного цикла любого предприятия. Зачастую кризис проявляет скрытые проблемы и диспропорции в экономике предприятия. Возможность кризиса определяется рискованным развитием, которое проявляется в вероятности возникновения кризиса, опасности кризисных ситуаций. Каждая организация имеет свои конкурентные преимущества, свои возможности его реализации подчиняется закономерностям циклического развития всей социально-экономической системы. В связи с наличием негативных тенденций в экономике, некоторые промышленные предприятия подвержены либо находятся в состоянии кризиса или потенциального банкротства. В подобных условиях возникает особая необходимость анализа показателей делового и финансового состояния предприятий и обнаружения сигналов о приближении или наличии кризисного состояния, а также проведения санационных мероприятий при необходимости.

Возможности антикризисного менеджмента позволяют найти выход из критических ситуаций, предвидеть и готовиться к ним. Антикризисное управление предприятием должно начинаться с момента зарождения бизнеса и на всех последующих этапах его развития внимание руководства должно быть сосредоточено на своевременном определении сигналов, свидетельствующих о возможном ухудшении положения предприятия, его конкурентного статуса. Для этого необходимо построить такую систему управления, как бенчмаркинг, то есть процесс систематического и непрерывного анализа, оценки процессов предприятия и их сравнение с процессами предприятий лидеров в мире с целью получения информации, полезной для усовершенствования собственных продуктов, техники и технологий.

Бенчмаркинг – это относительно новая техника экономического анализа. Ее рождение связано с попыткой руководства одного из предприятий преодоления кризиса и избежания банкротства.

Целью бенчмаркинга является поиск более успешно развитого бизнеса. В процессе проведения эталонного сопоставления предприятиями решаются такие задачи, как измерение своей деятельности и сравнение показателей с другими; изучение лучшего опыта. После нахождения лучшего способа управления и ведения дел важно найти самостоятельный путь по улучшению заимствованного опыта. Поэтому самой важной является третья задача, которая заключается в применении передового заимствованного опыта в своей организации.

Как любой новый инструмент бизнеса бенчмаркинг возник как реакция на экономический кризис. В кризисных ситуациях руководство испытывает затруднения в определении, что именно нуждается в изменении, какой из бизнес-процессов не отвечает изменившимся условиям внешней среды. Дать ответы на данные вопросы возможно с помощью техники бенчмаркинга.

Использование бенчмаркинга в Беларуси может стать предпосылкой развития производства конкурентоспособных товаров, работ, услуг на основе применения лучших мировых достижений.