

338.2

## Использование принципов бенчмаркинга в оценке эффективности систем менеджмента качества

Рафикова Альбина Бауржановна, студент 3-го курса КФ  
Ерохина Елена Вячеславовна, доктор экономических наук, профессор КФ  
МГТУ им. Н.Э. Баумана (национальный исследовательский университет), г. Калуга

**Аннотация.** В статье рассмотрены основные принципы бенчмаркинга в оценке эффективности систем менеджмента качества. Показано, что бенчмаркинг является одним из современных инструментов обеспечения и улучшения качества продукции и услуг. Понятие бенчмаркинг можно рассматривать как один из самых эффективных способов сравнения ключевых характеристик одной организации с организациями — лидерами рынка. В статье отмечается, что грамотное использование опыта конкурентов и успешных компаний позволяет сократить затраты и повысить прибыль. Сделан вывод о том, что для эффективной организации концепции бенчмаркинга необходимо заранее спланировать процесс его внедрения, определить приоритетные направления будущих исследований, сфокусировав их на достижении конкретных целей и разработав технологию их проведения.

**Ключевые слова:** бенчмаркинг; инструмент; управление качеством; эффективность; конкурентоспособность; опыт; развитие; лидер.

**Annotation.** The article describes the basic principles of benchmarking in assessing the effectiveness of quality management systems. It is shown that benchmarking is one of the modern tools to ensure and improve the quality of products and services. The concept of benchmarking can be considered as one of the most effective ways to compare the key characteristics of one organization with organizations — market leaders. The article notes that the competent use of the experience of competitors and successful companies can reduce costs and increase profits. It is concluded that for the effective organization of the concept of benchmarking it is necessary to plan in advance the process of its implementation, to determine the priority directions of future research, focusing them on achieving specific goals and developing the technology of their implementation.

**Keywords:** benchmarking; tool; quality management; efficiency; competitiveness; experience; development; leader.

Под бенчмаркингом многие понимают процесс, который является непрерывным. Этот процесс служит для оценки уровня продукции, услуг и способов работы на базе сопоставления с лидирующими конкурентами. Ученые относят бенчмаркинг к методам, которые считаются передовыми и могут обеспечить и усовершенствовать качество продукции [2].

Бенчмаркинг — это деятельность, которая идентифицирует, исследует и оценивает сильные стороны других организаций, с целью повышения эффективности своей деятельности и использования полученной информации.

Стандарты управления качеством помогают бенчмаркингу ориентироваться в процессе внесения изменений в деятельность организации. Особую значимость играют стандарты ИСО серии 9000. Ориентирование на стандарты позволяет делать выводы о том, как и в каком направлении развивать управление [1].

Наиболее известными принципами бенчмаркинга являются принципы Уотсона, которые он охарактеризовал в теории и практике бенчмаркинга. Он выделил 4 основных принципа, которые играют важную роль при реализации процесса бенчмаркинга:

1. Принцип взаимности;
2. Принцип аналогии;
3. Принцип измерения;
4. Принцип достоверности.

Если при проведении бенчмаркинга придерживаться данным принципам, то процесс реализации улучшений всегда будет основан на взаимоотношениях и соглашениях, что приведет к выгодному положению обеих сторон. Главным фактором является

применение в ходе анализа достоверной информации. Такая информация поможет установить, почему существуют различия в производительности и эффективности и как достичь их наилучшего уровня.

Существуют другие принципы бенчмаркинга, которые называются общепринятыми. При проведении бенчмаркинга процессов производства также можно ориентироваться на данные принципы:

1. Сосредоточение внимания на качестве означает, что все подразделения в организации осуществляют контроль качества продукции на всех этапах её изготовления.

2. Приоритетность бизнес-процессов предполагает.

3. Необходимость учитывать недостатки классической модели TQM.

4. Регулярное проведение внешнего бенчмаркинга. Для того, чтобы правильно проводить анализ сопоставления, необходимо постоянно изучать внутренние процессы, технологии и механизмы.

5. Бенчмаркинг — это стимул для выживания.

Самая известная и популярная модель бенчмаркинга в современном мире представляет собой этапы и процессы планирования, поиска, наблюдения, анализа и адаптации.

Данная модель бенчмаркинга представляет собой повторяющийся цикл, который непрерывно используется для решения существующих проблем. Модель помогает получить усовершенствования и использовать опять этот цикл многократно. Таким образом, достигаются желаемые результаты, устанавливаются новые приоритеты и находятся новые перспективы для сравнения. Длительность процесса бенчмаркинга

на предприятии должна составлять не менее 6 месяцев [5].

В данной модели первым этапом является планирование. Для начала нужно эффективно организовать процесс внедрения бенчмаркинга, а также определить ключевую направленность будущих научно-исследовательских работ. В первую очередь, необходимо акцентировать их внимание на выполнение поставленных целей и разработать план их проведения.

На втором этапе осуществляется поиск потенциальных партнеров, которые будут взяты за эталон для проведения исследования, а также собирается вся необходимая информация об организации – лидере. Когда партнеры полностью готовы сотрудничать, то после этого выбирается вид бенчмаркинга, который будет использоваться в дальнейшем. Далее устанавливаются показатели, которые будут использоваться в процессе изучения. Для того чтобы сравнить отстающие показатели своей организации для их дальнейшего совершенствования, нужно тщательно проанализировать различные высокие показатели у своего потенциального партнера.

На третьем этапе осуществляется наблюдение и сбор информации о возможных партнерах. Для этого зачастую используют прямой контакт с работниками выбранной компании. Особенно результативны те способы сбора информации, которые основаны на налаженных партнерских отношениях. Это могут быть официальные беседы и беседы в неформальной обстановке с персоналом возможных партнеров. Для получения необходимых данных проводятся дискуссии, визиты, разрабатываются способы обмена данными.

Также вся необходимая информация может быть получена из дополнительных источников. Такой подход к сбору данных обеспечит не только правильность сделанного выбора, но и поможет компании лучше понять своего конкурента и выявить его слабые стороны.

Четвертый этап – анализ данных. Чтобы построить подробную картину о деятельности компании – лидере, нужно сравнивать каждый показатель своей организации со схожим показателем эталонной компании. Обязательно чтобы сравнение проводилось по одним и тем же показателям в тех же областях.

Адаптация является заключительным этапом при проведении бенчмаркинга. Ее относят к самому сложному процессу в данной деятельности. Не существует

двух одинаковых организаций, так как, то, что работает у партнера, может не работать в компании – инициаторе. Исходя из этого, необходимо разработать стратегии, которые обеспечат эффективную обратную связь с потребителями.

После того как компания эффективно применила в своей деятельности основные этапы бенчмаркинга, то результат не заставит себя ждать. Многие организации отмечают, что бенчмаркинг при правильном применении действительно возвращает к существованию многие фирмы. Он также способствует дальнейшему развитию и преуспеванию во многих областях деятельности.

Если конкурентная борьба ужесточается, значимость бенчмаркинга все больше возрастает. Предприятия, которые решили применить в своей деятельности современные методы исследования, которые, в свою очередь, направлены на выявление негативных и положительных тенденций, имеют все шансы на лидерство.

Зарубежные компании эффективно и результативно применяли бенчмаркинг-анализ в своей деятельности. У них были определенные цели, ради которых они применяли данную концепцию. Они понимали, что правильное развитие компании во многом зависит от понимания своих внутренних проблем, которые требуют тщательного анализа и решения. Бенчмаркинг помог данным компаниям разобраться во всех своих недостатках и усовершенствовать их.

В России опыт использования бенчмаркинга все еще невелик по сравнению с европейскими странами. В России мероприятия по применению метода начали проводиться в 90-х годах прошлого века. Для эффективного применения концепции бенчмаркинга следует принимать во внимание специфику российских предприятий. Следовательно, не у всех предприятий есть возможность использовать данный метод на практике.

Таким образом, бенчмаркинг помогает создать конкурентоспособность на рынке, выявить собственную позицию компании, и благодаря этому производитель может вести эффективное взаимодействие с потребителем, что обеспечивает укрепление позиций на глобальном рынке, улучшение качества продукции и услуг, и в следствие этого получение высокого дохода от продажи продукции.

### Литература:

1. Гапоненко, А. Л. Теория управления: учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Л. Гапоненко, М. В. Савельева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2018. (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03319-9.
2. Губер Н. Б., Глухова Я. А. Разработка новых с помощью QDF-методологии. Инновационные технологии в пищевой промышленности: наука, образование и производство: материалы конференции. Воронеж, 2015. С. 762–766.
3. Кане М. М., Иванов Б. В., Корешков В. Н., Схиртладзе А. Г. Системы, методы и инструменты менеджмента качества. С-Пб.: Питер, 2015. 560 с.
4. Комлацкий В.И. Планирование и организация научных исследований [Электронный ресурс]: учебное пособие/ В.И. Комлацкий, С.В. Логинов, Г. В. Комлацкий. — Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. — 205 с. — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=271595>.
5. Шмелева Е. И., Губер Н. Б., Богатова О. В. Бенчмаркинг в области качества продукции и услуг // Молодой ученый. — 2015. — №3. — С. 256-259. — URL <https://moluch.ru/archive/83/15408/> (дата обращения: 17.02.2019).

[www.esa-conference.ru](http://www.esa-conference.ru)

6.<http://www.studfiles.ru/preview/5642125/page:3/> - Типы и формы бенчмаркинга. Этапы бенчмаркинга. Бенчмаркингový кодекс поведения [Электронный ресурс].

7.<https://hardcorecase.ru/data/termin/benchmarking.html> - Что такое бенчмаркинг: примеры удачного использования [Электронный ресурс].