

ОБОСНОВАНИЕ ПЕРСПЕКТИВНОСТИ РАЗВИТИЯ БЕНЧМАРКИНГА

Добрякова Мария Андреевна

Научный руководитель – Третьякевич Г.М.

Развитие предпринимательства в Беларуси сопровождается углублением экономических преобразований, что предопределяет повышенный интерес к новым теориям и направлениям развития маркетинга и менеджмента, к которым относится бенчмаркинг. Главное внимание уделяется проблеме повышения конкурентоспособности организаций, отраслей, страновых экономик. Особенно актуален этот вопрос для белорусских предприятий.

Цель работы заключалась в обосновании перспективности концепции, приемов и методов бенчмаркинга для обеспечения устойчивой конкурентоспособности предприятий.

Бенчмаркинг может рассматриваться как деятельность по выработке долгосрочной стратегии, основанная на лучшем опыте партнеров и конкурентов на отраслевом, межотраслевом, национальном и международном уровнях. Наиболее простой и понятной формулировкой данного понятия можно назвать внешний фокус на внутренних проблемах организации. На сегодняшний день перечень публикаций, посвященных теме, невелик. Большинство источников относится к зарубежным изданиям, а те немногие монографии, вышедшие на русском языке, зачастую представляют собой лишь неадаптированные переводы работ иностранных авторов. Основной объем фактического материала для работы был взят из ресурсов сети Интернет, где более оперативно подаются все новые подходы и направления изучения бизнеса, а также изучение работ зарубежных исследователей, не переведенных на русский язык. Бенчмаркинг, который активно и успешно использует множество предприятий всего мира, делает в Беларуси только первые шаги. В этой связи видится весьма перспективным изучение данной темы, которая интересна не только с методологических позиций, но и как практический подход решения проблем современного бизнеса. Использование методов и приемов бенчмаркинга в Беларуси повлечет за собой не только экономические, но и положительные социальные эффекты для страны.