

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.