

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ФАКТОРОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

На современном этапе развития, в эпоху глобализации бизнеса, компании осознают необходимость всестороннего и детального изучения и последующего использования лучших достижений конкурентов в целях собственного выживания. Новые тенденции в развитии управленческих систем требуют нетрадиционных подходов к повышению эффективности менеджмента.

Сопоставление показателей эффективности дает возможность понять уязвимые и рациональные стороны деятельности компании в сравнении с конкурентами и мировыми лидерами в аналогичной области.

В основе бенчмаркинга лежит сравнение продукта конкурента, или какой-либо его части, с продуктом компании, проводящей анализ, с целью повышения конкурентоспособности последнего. Однако, бенчмаркинг – это не только передовая технология конкурентного анализа. Прежде всего бенчмаркинг – это концепция, предполагающая естественное развитие у компаний стремления к непрерывному совершенствованию, и, как следствие, сам процесс совершенствования. Важнейшим компонентом концепции бенчмаркинга являются внутрифирменные технологии ведения бизнеса. Если в него вовлечено значительное количество сотрудников компании, удастся получить большое количество рационализаторских предложений. Последние могут изменить не только тактические, но и стратегические установки компании. Бенчмаркинг способствует формированию иного стиля работы, новой стимулирующей и конкурентной внутрифирменной культуры.

Сегодня для многих компаний конкуренция носит глобальный характер, поэтому немаловажным фактором успеха является конкурентная позиция компании. В данной связи, основная цель большинства компаний и фирм – достижение мировых стандартов качества. Бенчмаркинг – наилучший метод для того, чтобы цели компании соответствовали требованиям мирового рынка.

Шейнов В.П.
РИВШ БГУ (Минск)

ВЛИЯНИЕ ПОВЕДЕНИЯ УЧАСТНИКОВ ПЕРЕГОВОРОВ НА ИХ ИСХОД

Установлено влияние различных приемов ведения деловой беседы на ее результат выявлены группы позитивных и негативных факторов.

Позитивные факторы:

1. Наличие вопросов.
2. Активное слушание.