

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.

3. Комментарии чувств.

4. Поведенческие метки, свидетельствующие о позитивном или нейтральном восприятии слов собеседника.

Участники, добивающиеся в деловых контактах лучших результатов, более чем в два раза превосходят “средняков” – как в общем, так и по каждому из позитивных элементов психологической борьбы. Больше половины времени переговоров их действия состоят из позитивных элементов. Соответственно “средняки” пользуются ими только четверть времени деловых бесед.

Негативные факторы:

1. Употребление раздражителей.
2. Контрпредложения
3. Движение по спирали.
4. Расплывчатые аргументы.
5. Поведенческие метки, свидетельствующие о несогласии.

Опытные “переговорщики”-специалисты по переговорам обрушивают на партнеров множество заготовленных вопросов. Проанализировав в перерыве между встречами полученные ответы, готовят и затем задают новые и т.д.

Невербальное поведение относится к тому, что делают участники переговоров, а не к тому, что они говорят. Все дело в том, как они произносят слова. Невербальное поведение включает в себя громкость голоса, выражение лица, одежду, жесты, телодвижения, позы, перебивание собеседника, паузы. Невербальное поведение сложно и многообразно: оно передает массу сообщений, многие из которых воспринимаются подсознательно. Участники переговоров часто реагируют более эмоционально и живо на невербальные сообщения. Невербальные сигналы дают около 60% информации об участниках переговоров. Но дело не только в количестве получаемой этим способом информации. Еще более важным является, что ей больше доверяют, причем доверие может зародиться помимо сознания, то есть вне контроля адресата воздействия.

Невербальные сигналы следует изучать. Это даст, во-первых, возможность “читать” состояние собеседника. И, во-вторых, использовать свои невербальные сигналы для воздействия на подсознание партнера по переговорам. Например, с помощью этих сигналов нетрудно производить впечатление дружелюбия, внимательного, заинтересованного собеседника, усиливать свои аргументы невербальными проявлениями.

Во-вторых, создать условия для наилучшего восприятия всего многообразия невербальных сигналов, включая еле заметные. Лицам, ведущим напряженный диалог, трудно одновременно фиксировать и все невербальные проявления партнеров. Поэтому имеет смысл выделить в делегации одного или нескольких человек, специально отвечающих за прочтение пантомимики, сопровождающей высказывания партнеров по переговорам.