

Наличие акта свободной воли	Решения принимаются собственником (менеджментом) добровольно, ничьи интересы не нарушаются; контракт между менеджментом компаний определяется в переговорном процессе	Отъем компаний или части ее активов происходит против воли и интересов самой компании (собственника, менеджмента); переговоры (на начальном этапе «делки») отсутствуют.
Законность	Полностью регламентировано законодательством	На законодательном уровне отсутствует

Таким образом, анализ выявленных отличий представляет возможным сделать вывод о том, что рейдерское поглощение, в отличие от «дружественного», всегда происходит против воли собственников и/или менеджеров, причем с использованием специальных мер, имеющих в своей основе антисоциальную направленность. Дружественное же поглощение, как правило, происходит через контракт между менеджментом двух компаний, условия которого вырабатываются в переговорном процессе на принципах солидарности и добровольности.

Литература

1. Государственная программа по борьбе с преступностью и коррупцией на 2010–2012 годы: Указ През. Респ. Беларусь от 23 сентября 2010 г. №485 // Эталон — Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2011.
2. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова // Росс. акад. наук. Ин-т русс. языка. — 4-е изд., доп. — М., 2003. — 944 с.
3. Гражданский кодекс Республики Беларусь: принят Палатой представителей 28 октября 1998 г.: одоб. Советом Респ. 19 ноября 1998 г.: текст Кодекса по состоянию на 10 мая 2011 г. — Минск: НЦПИ Респ. Беларусь, 2011. — 633 с.

Бенчмаркинг как средство повышения конкурентоспособности компании

*Голоколенко В. Ю., студ. V к. БНТУ,
науч. рук. ст. преп. Стефанович Н. В.*

Бенчмаркинг, как процесс непрерывной оценки и сравнения какой-либо организации с любым из мировых (отраслевых) лидеров бизнеса с целью получения информации, которая поможет этой организации улучшить свои показатели, является актуальным для большинства предприятий Республики Беларусь.

Бенчмаркинг становится передовой технологией конкурентного анализа. Данная концепция предполагает развитие у компании стремления к непрерывному со-

вершенствованию и сам процесс совершенствования: поиск новых идей, их адаптация, использование на практике. Сравнение результатов деятельности компании с результатами основных конкурентов и сбор информации о показателях их деятельности является функцией оперативного маркетинга. Бенчмаркинг относится к более эффективным методам и инструментам, позволяющим выявлять возможности самосовершенствования, определять объекты модернизации и стимулировать непрерывность данного процесса в целях повышения конкурентоспособности компании.

На практике бенчмаркинг обычно включает в себя:

- регулярно сравниваемые аспекты деятельности (функции или процессы) с лидерами в подобной отрасли;
- определение слабых позиций в деятельности компании;
- поиск новых подходов для внесения улучшений в работу компании;
- мониторинг внедряемых усовершенствований у других компаний;
- отслеживание прогресса на предприятии, постоянная корректировка и пересмотр результатов и прибылей.

Бенчмаркинговое исследование предполагает выявление эталона ведения бизнеса с помощью общепринятых, стандартных оценок деятельности предприятий. Таким эталоном становятся методы работы передовых компаний, которые признают заслуживающими распространения и внедрения на других предприятиях. По источнику исходных данных различают четыре вида бенчмаркинга.

Конкурентный бенчмаркинг представляет собой сопоставление данных о работе предприятий, конкурирующих друг с другом в одной отрасли или на рынке.

Функциональный бенчмаркинг является сопоставлением схожих процессов и функций предприятий, работающих в одной или различных отраслях.

Внутренний бенчмаркинг проводит сравнение схожих видов деятельности разных подразделений одной организации. В этом виде бенчмаркинга могут участвовать отдельные производственные линии, цеха, предприятия и отделения данной компании или группы компаний.

Общий бенчмаркинг сопоставляет данные о работе компаний, относящихся к разным отраслям. Его цель — проведение широких аналогий и сопоставлений при оценке схожих процессов.

В зависимости от задач, которые ставятся при проведении эталонного сравнения, бенчмаркинг может быть стратегическим и операционным.

Стратегический бенчмаркинг нацелен на изменения общих принципов ведения организацией своего бизнеса, а операционный бенчмаркинг исследует определенный производственный процесс с целью поиска путей его совершенствования. Объектами изучения могут быть, например, процессы сбыта или дистрибуции продукции, процессы производства и так далее.

Довольно очевидны причины резкого роста популярности бенчмаркинга в последние десятилетия. Конкуренция стала глобальной, и в большинстве компаний