

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/statya/14777>

**Тип работы:** Статья

**Предмет:** Финансы

-

Бенчмаркинг муниципальных услуг в Японии

В последнее время бенчмаркинг представляет собой глобальное явление и инструмент, позволяющий обмениваться различным компаниям всего мира накопленными знаниями и передовым опытом для непрерывного прогрессивного развития и совершенствования. Кроме того, бенчмаркинг способствует пониманию того, как и почему одни компании добиваются более значительных результатов, чем другие. Он вступает как инновационная технология в управлении, позволяющая осуществлять передачу и адаптацию наиболее удачного управленческого опыта.

Понятие «бенчмаркинг» определяется как процесс изучения и оценки товаров, услуг, менеджмента и опыта тех компаний, которые являются признанными лидерами в определенном сегменте, сфере или области.

Научно-теоретические аспекты бенчмаркинга были отражены в трудах таких специалистов по управлению, как: Э. Деминг, Дж. Джуран, Ф. Кросб, Г. Ватсон, М. Заир, Р.К. Кэмп, Х. Дж. Харрингтон и др. Также, исследованием бенчмаркинга занимались Иванова Е.А., Разорвин И.В., Чернопяттов А.М. и др. [3, 5].

В соответствии с мнением Г. Зиберта и Ш. Кемфа, бенчмаркинг представляет собой поиск лучших приемов и методов организации производства и их внедрения на предприятии [2].

Методика бенчмаркинга включает этапы, представленные на рис.1.

Рис. 1. Методика бенчмаркинга

Сущность бенчмаркинга состоит в использовании наиболее простого подхода с позиции привыкания и приспособления, экспериментально проверенных на практике эффективных идей. Различают ряд разновидностей бенчмаркинга (рис. 2).

Рис. 2. Основные виды бенчмаркинга

Теория бенчмаркинга возникла в Японии в конце 50-х гг. XX в., где в понятие «бенчмаркинг» принято вкладывать принцип «от лучшего к лучшему». Развитие бенчмаркинга в Японии было вызвано необходимостью у руководства страны сравнения ее с развитыми странами, для выявления направлений индустриального развития. Осуществляя бенчмаркинг лучших мировых компаний, японцы впервые при изучении конкурентов стали исследовать не продукт, а процесс его изготовления. Это позволило Японии к 70-м г. XX в. стать мировым лидером [4].

В Японии в настоящее время наиболее распространенной формой бенчмаркинга является товарный, менее востребованы бенчмаркинг функций и процессов.

Однако, несмотря на то, что рассматриваемая технология маркетинга существует достаточно давно, бенчмаркинг в сфере муниципальных услуг получил распространение относительно недавно. Так, бенчмаркинг в муниципальном управлении Японии является инструментом менеджмента, основанным на выявлении примеров лучшей практики, сравнении результатов и процессов деятельности местных органов власти, осуществляющийся непрерывно и имеющий постоянный характер в рамках местного самоуправления страны.

Закон о местной автономии в Японии наделяет местные органы следующими полномочиями: строительство, меры по предоставлению качественного здравоохранения населению, охрану общественного порядка, создание новых муниципальных предприятий, предоставление качественного образования, сбор

1. Гусева Н. М., Медведев Г. Б. Применение механизмов стратегического управления, контроля и аудита в органах государственной власти (опыт развитых стран Запада) // Контроллинг. 2010. № 2 (35).

2. Данилов И.П., Михайлова С.Ю., Данилова Т.В. Бенчмаркинг – эффективный инструмент повышения конкурентоспособности // Стандарты и качество. 2005. № 1.

3. Иванова Е.А., Разорвин И.В. Бенчмаркинг как эффективная маркетинговая технология сравнительного

анализа эффективности//Вопросы управления. 2016.№2.

4.Кайдзен И. М. Ключ к успеху японских компаний. М., 2015.

5.Чернопятов А.М. Бенчмаркетинг: Учебное пособие для студентов высш. учеб. заведений. С: Издательство ООО «Винчера», 2014.

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://stuservis.ru/statya/14777>