

О возможности применения бенчмаркинга учреждениями финансово-кредитной сферы

Гончаренко Т.П.

к.е.н., ГУВЗ «Украинская академия банковского дела
Национального банка Украины»

г. Сумы

Функционирование учреждений финансово-кредитной системы на современном этапе связано с нарастающим динамизмом изменений окружающей среды. Усиленное конкурентное давление, возрастающие потребности потребителей, нестабильная законодательная база, высокий уровень коррумпированности и общее экономическое положение Украины не способствуют укреплению конкурентных позиций учреждений функционирующих в финансово-кредитной сфере.

Опыт развитых стран в частности Японии и США свидетельствует об эффективности применения современных методик управления, а именно бенчмаркинга для усиления конкурентных позиций, совершенствования бизнес процессов, улучшения качества производимой продукции или услуг, и общего оздоровления организации.

Методология бенчмаркинга предполагает последовательное совершенствование определенных процессов в организации, путем сравнения показателей деятельности своей организации с организациями, которые являются лидерами по всем показателям или по частным. Это своего рода перенятие лучшего опыта, причем не обязательно передового. Бенчмаркинг может применяться как ко всей системе управления, так и к отдельному процессу. Практика показывает, что проведение бенчмаркинга может быть одинаково эффективно как с организацией-конкурентом, так и с организацией, основные бизнес процессы которой не имеют общих точек соприкосновения с организацией проводящей бенчмаркинг. Основная цель бенчмаркинга – привнести в организацию, стремящуюся к совершенствованию на базе бенчмаркинга, необходимые изменения путем сопоставления определенных критериев, показателей, схем функционирования. Основные инструменты – факторный и системный анализ, сравнения, контрольные сравнения.

В зависимости от широты охвата и глубины проникновения в проблемную ситуацию бенчмаркинг может быть подразделен на комплексный и местный (локальный), также в последние годы получили распространение такие виды бенчмаркинга как: внутренний, бенчмаркинг конкурентоспособности, бенчмаркинг издержек, функциональный, процессный, стратегический, глобальный и ассоциативный. Применение того или иного вида бенчмаркинга зависит от ситуации в самой организации, в отрасли, в государстве, от проблемной ситуации и желания сотрудничества, компетенции сотрудничества и уровня доступности информации.

Данная методология не получила широкого распространения в нашей стране, в силу таких факторов как: относительно небольшой срок развития (в США интенсивное применение методологии бенчмаркинга наблюдается в течении 10-15 лет); низкий уровень информированности украинских предпринимателей по данной тематике; закрытость организаций; значительные трудности с получением необходимой информации.

Несмотря на перечисленные преграды, на пути распространения бенчмаркинга, преимущества, которые он дает организации, очевидны, - в общем случае это низкая стоимость проведения, используется только потенциал собственных сотрудников, отсутствие рисков (кроме двустороннего и ассоциативного бенчмаркинга), быстрота воздействия, неограниченные возможности.

Применение методологии бенчмаркинга учреждениями финансово-кредитной системы целесообразно по многим причинам:

- приобретение конкурентных преимуществ с минимальными затратами (конкурентный бенчмаркинг);
- усиление барьеров входа на рынок, за счет укрепления позиций всех операторов (ассоциативный бенчмаркинг);
- совершенствование отдельных процессов в относительно короткие сроки (функциональный, процессный);
- совершенствование всей системы управления без функциональной перестройки (стратегический и глобальный бенчмаркинг).

На современном этапе, проведение бенчмаркинга организациями, функционирующими в финансово-кредитной сфере, в большинстве случаев возможно только с иностранными партнерами. Это обусловлено, во-первых, опытом, который может быть перенят, ведь с одной стороны мировые лидеры имеют опыт организационного характера, с другой, - им может быть интересны особенности функционирования банковских организаций в условиях нестабильности внешней среды и опыт антикризисного управления (двусторонний бенчмаркинг более привлекателен для иностранных организаций). Во-вторых, украинские организации в силу своей закрытости и нежелания делиться опытом менее доступны для бенчмаркинга. В-третьих, иностранный опыт более привлекателен, с точки зрения лидирующих позиций по отношению к отечественным.

Литература

1. Гончаренко Т.П. Методологічні аспекти управління промисловим комплексом на базі бенчмаркинг // Механізм регулювання економіки. – 2002. - №1-2. – С.142-146
2. Михайлова Е.А. Основы бенчмаркинга: внешний сопоставительный анализ // Менеджмент в России и за рубежом. - 2001. - №5. - С.133-139

Гончаренко, Т.П. О возможности применения бенчмаркинга учреждениями финансово-кредитной сферы [Текст] / Т.П. Гончаренко // Актуальні проблеми та перспективи розвитку фінансово-кредитної системи України: збірник наукових статей. - Х.: Фінерт, 2002.- С. 56-58.