



ДВНЗ
«Українська академія банківської справи
Національного Банку України»

Препринт серії UABS ME/2012/003

Р.М. Джамалов,
студент

Бенчмаркінг як метод дослідження конкурентоспроможності компаній:
особливості використання в Україні

БЕНЧМАРКІНГ ЯК МЕТОД ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КОМПАНІЙ: ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІ

Бенчмаркінг або еталонне зіставлення – термін, що вже досить міцно увійшов в український економічний лексикон – це метод (інструмент) управління, який може допомогти багатьом українським компаніям у вирішенні завдань вдосконалення системи менеджменту та підвищення конкурентоспроможності.

Бенчмаркінг вже давно завойував до себе симпатію та успішно використовується в практиці багатьох американських, японських та західно-європейських компаній.

В своєму сучасному розумінні бенчмаркінг з'явився у 1972 р. в Інституті стратегічного планування Кембріджу (США). Дослідницька та консалтингова фірма PIMS дійшла висновку, що для того, щоб знайти ефективне рішення в області конкуренції необхідно знати та використовувати досвід найбільш кращих компаній, які мають успіх в схожих умовах.

Бенчмаркінг, як і більшість інших інструментів управління, є продуктом великого бізнесу і для великого бізнесу. Великі компанії для підвищення своєї конкурентоспроможності, спрямовують свої зусилля на розробку нових методів управління. Ці дослідження носять глобальний характер, і найбільш успішні рішення стають окремими напрямками в менеджменті, під них підводиться теоретична методологічна база, вони займають своє окреме місце в арсеналі бізнес-рішень.

Фактично бенчмаркінг – це альтернативний метод стратегічного планування, в якому завдання визначаються не від досягнутого, а на основі показників конкурентів. Технологія бенчмаркінгу стягує в єдину систему розробку стратегії, галузевий аналіз та аналіз конкурентів.

Що стосується українських реалій, то вивчення галузевої складової показує, що найчастіше даний метод використовується на підприємствах машинобудування, переробної промисловості, фармацевтики, харчової промисловості.

Крім того протягом останніх років такі організації як урядові агенства, університети також почали відкривати для себе переваги бенчмаркінгу та використовувати його основні постулати для покращення своїх процесів і систем.

Негативні бар'єри використання бенчмаркінгу в Україні:

- непрозорість доквілля підприємств;

- недоступність відкритої інформації для порівняння та обміну досвідом;
- нерозвиненість інфраструктури бенчмаркінгу в Україні;
- відсутність «клубів» для пошуку партнерів по бенчмаркінгу та фінансуємих державою програм бенчмаркінгу.

Отже, бенчмаркінг має великий потенціал, який може забезпечити підвищення продуктивності роботи, але процес цей дорогий та потребує великої уваги від керівництва. Знання про методи роботи фірм – лідерів, отриманих в процесі бенчмаркінгу, стають важливою інформацією, необхідною для розвитку підприємства та підвищення його конкурентоспроможності.