

**Совщак С.С.**  
*Магістр 2 курс спеціальності 072 «Фінанси,  
банківська справа та страхування»,  
Миколаївський національний аграрний університет,  
м. Миколаїв, Україна  
svetlanasovshchak@gmail.com*

## **ОСОБЛИВОСТІ БЕНЧМАРКІНГУ, ЯК МЕТОДУ КОНТРОЛІНГУ**

*Висвітлено сутність бенчмаркінгу та особливості його застосування; розглянуто досвід застосування данного методу; визначено переваги та недоліки бенчмаркінгу.*

*Ключові слова:* бенчмаркінг, управління, контролінг, бізнес-процес, конкурентоспроможність

Одним із сучасних інструментів управління бізнесом на підприємстві є бенчмаркінг, тобто управлінська технологія дослідження і впровадження інноваційного досвіду з метою підвищення ефективності діяльності та досягнення певної мети.

Теоретичним і практичним аспектам використання бенчмаркінгу присвячені дослідження таких науковців Герасимчук Л. М. [1], Паньковська Л. С. [1], Дубоделова А. В. [2], Шандрівська О. Є. [3] та інші.

Особливо актуальним сьогодні стало використання системи бенчмаркінгу в управлінні підприємством. Так, за даними консалтингової компанії Bain & Co, за останні три роки бенчмаркінг входить до трійки найбільш поширених методів управління бізнесом у великих міжнародних корпораціях [12].

Бенчмаркінг походить від англ. «benchmark», що означає «початок відліку», «контрольна точка». Вперше був розроблений у 1972 р. для оцінки ефективності бізнесу Інститутом стратегічного планування в Кембріджі.

У системі менеджменту підприємства бенчмаркінг – це стратегічна орієнтація на кращі досягнення через порівняння результатів діяльності і методів роботи.

В даний час бенчмаркінг вважається найефективнішим напрямом консалтингу. Це альтернативний метод стратегічного планування, в якому завдання визначаються не від досягнутого, а на основі аналізу показників конкурентів [2].

Для вибору варіанта застосування бенчмаркінгу в системі менеджменту підприємства важливе значення має класифікація його видів, виявлення особливостей, обґрунтування сфер доцільного використання та розроблення методології здійснення.

Серед основних видів бенчмаркінгу можна виділити:

1. Внутрішній бенчмаркінг, що являє собою бенчмаркінг процесу, здійснюваний усередині підприємства і полягає у зіставленні характеристик підприємницьких одиниць.

2. Конкурентний бенчмаркінг припускає дослідження специфічних продуктів, можливостей процесу або адміністративних методів підприємства-конкурентів.

3. Функціональний бенчмаркінг – порівняння визначеної функції двох чи більше організацій у тому ж секторі.

4. Бенчмаркінг процесу, спрямований на зміну визначених показників і функціональності для їхнього зіставлення з підприємствами, характеристика яких адекватною в аналогічних процесах.

5. Загальний бенчмаркінг – бенчмаркінг процесу, що порівнює визначену функцію двох або більше організацій незалежно від підприємницької діяльності.

6. Глобальний бенчмаркінг – розширення стратегічного бенчмаркінгу [1].

Бенчмаркінг спрямований на вивчення, запозичення і впровадження у власну діяльність підприємства кращих технологій, виробничих процесів і методів організації виробництва і збуту продукції.

Перевагами даного методу, на нашу думку, є правильне використання дій конкурентів або фірм, що мають великий досвід у певній сфері, собі на благо. Недоліком – складний пошук інформації, оскільки не всі підприємства надають інформацію про свою діяльність.

Сучасна концепція бенчмаркінгу активно використовується в японських, американських і західноєвропейських корпораціях. Позитивний досвід застосування бенчмаркінгу наявний у ПрАТ «Оболонь», ПАТ «Фармак», компанії «Сандора» та ін. В Україні з'являються фірми, що використовують бенчмаркінг, але даний метод поки що не набув такого розвитку, як в зарубіжних країнах [3].

Отже, бенчмаркінг – це дуже поширений метод для маркетингових досліджень конкурентного середовища, особливо коли необхідно з'ясувати, чому певний конкурент розвивається на ринку більш високими темпами, ніж компанія, що проводить дослідження. Результати методу є ефективними в області підвищення задоволеності, лояльності клієнтів, а також продуктивності персоналу.

#### Список використаних джерел:

1. Герасимчук Л. М. Бенчмаркінг на підприємстві в умовах глобалізації [Електронний ресурс] / Л. М. Герасимчук, Л. С. Паньковська // ХНУ. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: [http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/445/1/3\\_3\\_1.pdf](http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/445/1/3_3_1.pdf).
2. Дубодєлова А. В. Особливості та технологія внутрішнього бенчмаркінгу на підприємстві [Електронний ресурс] / А. В. Дубодєлова, О. В. Юринець // Національний університет «Львівська політехніка». – 2013. – Режим доступу до ресурсу: [http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2013\\_2\\_64\\_73.pdf](http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2013_2_64_73.pdf).
3. Шандрівська О. Є. Особливості застосування бенчмаркінгу в Україні [Електронний ресурс] / О. Є. Шандрівська, А. О. Мартинюк // Національний університет "Львівська політехніка". – 2015. – Режим доступу до ресурсу: [http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/16227/1/74\\_Shandrivska\\_140\\_141\\_Modern\\_Problems.pdf](http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/16227/1/74_Shandrivska_140_141_Modern_Problems.pdf).

#### *S. Sovshchak. Benchmarking features, as the method of controlling.*

##### *Summary*

*The essence of benchmarking and features of its application are highlighted; the experience of applying this method is considered; the advantages and disadvantages of benchmarking are determined.*

**Key words:** *benchmarking, management, controlling, business process, competitiveness*

*Науковий керівник: Боднар О.А., асистент кафедри фінансів, банківської справи та страхування, Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв, Україна  
bodnarolena1606@gmail.com*