



Original Article: BENCHMARKING COME STRUMENTO DELLA STRATEGIA DI SVILUPPO REGIONALE E DI STRUTTURE INDUSTRIALI

Citation

Verlup E.V., Gofman A.E. Benchmarking come strumento della strategia di sviluppo regionale e di strutture industriali. *Italian Science Review*. 2014; 2(11). PP. 28-29.
Available at URL: <http://www.ias-journal.org/archive/2014/february/Verlup.pdf>

Authors

Evgeniy V. Verlup, postgraduate student, Omsk State University, Russia.

Andrey E. Gofman, postgraduate student, Omsk State University, Russia.

Submitted: February 14, 2014; Accepted: February 20, 2014; Published: February 28, 2014

Nel contesto di ambiente volatilità, i processi di globalizzazione economica e di risorse limitate, le priorità per le imprese industriali regionali è la ricerca di nuovi fattori per aumentare la competitività, lo sviluppo e l'uso attivo degli strumenti di gestione del marketing, in particolare, la valorizzazione della sua funzione analitica nelle decisioni strategiche.

I principali problemi della situazione economica attuale in Russia è quello di raggiungere la competitività globale e garantire una crescita sostenibile delle industrie chiave [2, p. 68]. Risolvere questo problema è in gran parte dovuto allo sviluppo e all'attuazione di strategie di sviluppo innovative di strutture industriali regionali attive, in cui l'attenzione dovrebbe essere uno strumento di pianificazione strategica, in particolare per l'analisi comparativa studio e l'applicazione delle migliori pratiche. Benchmarking come lo strumento più rilevante per la ricerca gestione strategica eleva a un nuovo livello, si concentra sulla promozione dello sviluppo dell'oggetto di controllo [4, p. 68].

Se si segue lo sviluppo del benchmarking, le seguenti tappe evolutive [1, p. 24]

1. Reengineering, un'analisi retrospettiva del prodotto (fino al 1976)
2. Competitive Benchmarking (1976-1986)
3. Processo di benchmarking, di benchmarking funzionale o generale (1982-1986 gg.)
4. Il benchmarking strategico come un processo sistematico volto a valutare le alternative, strategie di implementazione e miglioramento del business attraverso lo studio di successo si avvicina aziende partner esterni (dal 1986)
5. Il benchmarking globale è visto come uno strumento di scambio internazionale di informazioni di business basati sulla specificità culturali e nazionali del business (dal 1994)

Benchmarking come strumento per la pianificazione e l'analisi per la promozione di business strategico si basa su metodi di settore delle ricerche di marketing, ricerca e spionaggio industriale concorrenti affari legali con l'obiettivo di trasferire le migliori pratiche per le proprie aziende [5, p. 89].

Così, ci sono due componenti principali del metodo del benchmarking, rivelando la sua essenza. In primo luogo, un confronto tra la sua performance con quella di altre

organizzazioni: Concorrenti e organizzazioni leader. In secondo luogo, è lo studio e l'applicazione di successo esperienza di altri nella sua organizzazione.

Approccio alla valutazione comparativa utilizzato in produttività americana e il centro di qualità (APQC), che è la base per i professionisti della Fondazione europea per la gestione della qualità (EFQM) e il Centro Giappone Produttività per sviluppo socio-economico (JPC - SED), si compone di quattro fasi [1, p. 24]: la pianificazione (piano), la raccolta dei dati (raccolgere), analisi dei dati (analisi), l'adattamento dei risultati dello studio (adattamento).

1. Pianificazione: questa fase è determinato dal campo di studio, indicatori chiave di performance per la misurazione, i metodi di raccolta dei dati, piano di ricerca documentata, seleziona l'organizzazione di riferimento.

2. Raccolta dati: questa fase prevede la raccolta delle informazioni necessarie, visita l'organizzazione di riferimento.

3. Analisi delle informazioni: identificazione di metodi, strumenti e soluzioni che contribuiscono al miglioramento dell'organizzazione. Sviluppare un piano di attuazione per l'esperienza maturata nei loro processi.

4. Adattamento: debugging e migliorare l'approccio adottato, la minimizzazione o eliminazione completa dei fattori che limitano l'attuazione del progetto di benchmarking. Garantire la fornitura di processi di riforma.

L'approccio di cui sopra - questa è solo una ideologia comune, che deve essere adattato agli obiettivi specifici e gli obiettivi di strutture industriali regionali. Allo stesso tempo, come la norma dovrebbe essere non solo le strutture industriali simili, ma anche le regioni in cui operano.

Sono di seguito è atto a industriale regionale metodologia strutture di benchmarking proposta Kraselskaya D.H [3, p. 104]:

1.Otsenka situazione socio- economica della regione e strutture industriali, l'analisi delle principali tendenze nello sviluppo, analisi SWOT.

2.Formirovanie profilo strutture industriali della regione.

3.Vybor regione controparte. Creare un profilo delle strutture industriali della regione controparte.

4.Sopostavlenie profili strutture industriali della regione e la regione controparte.

5.Otsenka e analisi delle lacune nelle impostazioni del profilo.

6.Razrabotka decisioni di gestione del programma (strategie) per migliorare il profilo delle strutture industriali della regione.

L'utilizzo di questo strumento permette un'analisi di benchmarking sulla base della positiva esperienza di sviluppo di strutture industriali nella analogico regione, o predittivi, valori normativi del profilo delle aziende industriali della regione per individuare il miglior corso di sviluppo, impostare il "gap" tra i valori reali e "di riferimento" degli indicatori e il loro impatto sulle prestazioni sviluppo delle imprese industriali della regione.

References:

1. Belokorovin, E.A. 2005. Benchmarking. a new word in modern management Quality. Innovation. Education. 3. pp.: 23-28.
2. Geras'kina I.N. 2005. Formation strategy of industrial enterprises in the region on the basis of benchmarking Regional Studies. 2. pp.: 68-74.
3. Krasnosel'skaya, DH Benchmarking as a tool for improving economic profile territories Vestnik MSTU. GI Nosov. 2013. 1. pp.: 101-104.
4. Ladanov, A. 2013. Benchmarking incenses or strategic planning? Industrial Marketing. 2. pp.: 66-68.
5. Legotin, F.Y., Priakhin, G.N., G.A. Yarin. 2012. Benchmarking strategic cost. the leader in business Vestnik Chelyabinsk State University. 24 (278). pp.: 89-95.