

Хлуп'янець Дар'я Ігорівна
студентка групи МО-61,
Науковий керівник:
Пашенко Ольга Петрівна,
к.е.н., доцент,
Державний університет
«Житомирська політехніка»

БЕНЧМАРКІНГ ЯК НОВАЦІЯ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Benchmarking is the search and implementation of successful competitor's experience. It is an effective instrument that helps the company to develop in the right directions. Benchmarking contributes to the improvement of the whole organization.

В умовах сучасного висококонкурентного ринку кожне підприємство повинно постійно вдосконалюватись та знаходити шляхи підвищення конкурентоспроможності своїх продуктів. Ці дії є необхідними для завоювання нових споживачів та збільшення ринків збуту підприємства. Так, як пошук власних інноваційних шляхів є досить дорогим, більш доцільним є використання досвіду успішних підприємств. Одним із найефективніших засобів такого використання є бенчмаркінг. Цей метод успішно використовується на практиці успішних зарубіжних підприємств та менеджерів.

Термін «бенчмаркінг» (benchmarking, від англ. «bench» – рівень, висота і «mark» – позначка – опорна відмітка, еталонне порівняння) вперше з'явився в 1972 році в Кембриджському Інституті стратегічного планування. Основний принцип бенчмаркінгу - для знаходження найефективнішого рішення у сфері конкуренції, необхідно знати досвід підприємств, які досягли успіху в подібній галузі [4, с. 64-67].

На сучасному етапі, єдиного визначення поняття «бенчмаркінг» не існує. Наведемо декілька дефініцій сучасних вчених:

1. Карпенко Н. Бенчмаркінг – це пошук тих найкращих рис, методів, інструментів та практик, застосування яких у відповідній організації приводить до вдосконалення системи менеджменту та зростання рівня конкурентоспроможності. [2, с. 138-145]

2. Даррелл К. Рігбі. Бенчмаркінг – це метод, який підвищує продуктивність підприємства за рахунок виявлення та впровадження кращих практик здійснення економічних операцій і продажів компанії [1, с. 14-15].

Провівши дослідження, ми сформуваємо власне визначення: бенчмаркінг – це постійний пошук, впровадження та вдосконалення успішних процесів та практик, що призведуть до підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства; а також систематичне порівняння результатів діяльності бізнесу з ідеальною моделлю його організації.

Завдяки бенчмаркінгу підприємства визначають свої сильні та слабкі сторони, він дає змогу краще задовольняти запити споживачів за ціною, якістю шляхом встановлення нових цілей та стандартів. Бенчмаркінг сприяє підвищенню якості продукції, збільшенню продуктивності та ефективності бізнес-процесів, формуванню інноваційних ідей.

Головною метою бенчмаркінгу є вивчення переваг конкурентів і підприємств-лідерів. Бенчмаркінг не обмежений рамками ринку чи галузі в процесі досліджень. Також для пошуку нових успішних стратегій використовують аналіз не лише підприємств та організацій, а й структурних підрозділів.

Бенчмаркінг в управлінні виконує два найважливіших завдання:

1. Виявлення кращих досягнень у галузі функціонування підприємства на кожен період часу.

2. Орієнтація організації на втілення в життя цих результатів у майбутньому [3, с. 99-103].

Перше завдання включає в себе збір детальної інформації про ситуацію, що склалася на внутрішньому та зовнішньому ринках. Ця інформація повинна систематично поповнюватись та змінюватись. Для досягнення найкращих результатів, дослідження повинно охоплювати увесь ринок, але, через конкуренцію, комерційні таємниці та інші перешкоди, це вдається дуже рідко. Саме тому найчастіше збираються та досліджуються лише найважливіші аспекти діяльності успішних підприємств, організацій, підрозділів та ін.

Наступне завдання включає в себе формування стратегії майбутнього розвитку підприємства, котра забезпечить збільшення кількості переваг над конкурентами і заняття лідируючої позиції у відповідній галузі. При вирішенні цього завдання найважливішою є адаптація принципів, що використовуються в успішних компаніях, до функціонування даного підприємства.

Процес бенчмаркінгу вимагає наполегливої праці та терпіння з боку менеджерів та іншого персоналу підприємства. Повинен проводитись постійний моніторинг середовища функціонування організації, незважаючи на високі затрати подібних досліджень. Проте, ефект від використання технології бенчмаркінгу набагато перевищує зусилля і витрати на нього.

Бенчмаркінг в Україні має великі перспективи, оскільки на сучасному етапі розвитку світової економіки він є одним із найбільш ефективних інструментів, який забезпечує подолання відставання від найуспішніших світових підприємств. Використання досвіду успішних фірм дозволяє активізувати організацію бізнес-процесів, мінімізувати витрати, збільшити прибуток, оптимізувати управлінську структуру і, як результат, підвищити ефективність діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Darrell K. Rigby Management tools/ Rigby K. Darrell. – Boston.: Bain&Company, Inc. – 2013. – 69.
2. Карпенко Н.В. Бенчмаркінг бізнес-процесів на підприємствах малого та середнього бізнесу / Н.В. Карпенко // Механізм регулювання економіки. – 2007. – № 4. – 151.

3. Ростовцева И. Ф. Проблемы использования бенчмаркинга в управлении предприятием / И. Ф. Ростовцева // Предпринимательство: перспективы развития. – 2005. – 265.

4. Шевченко О.М. Економічна сутність бенчмаркінгу та його роль у інноваційному розвитку підприємства / О.М. Шевченко, Ю.М. Братусь // Бізнес-інформ. – 2014. – № 4. – 97.