

БЕНЧМАРКІНГ В ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ

Студ. Шайнюк І.В.

Наук. керівник доц. Пономаренко І.В.

Київський національний університет технологій та дизайну

Найбільш узагальнено конкурентоспроможність підприємства можна визначити як потенційну або реалізовану здатність економічного суб'єкта до ефективного довготривалого функціонування у релевантному зовнішньому середовищі. Конкурентоспроможність підприємства ґрунтується на конкурентних перевагах; визначає здатність підприємства витримувати конкуренцію на певному ринку; відображає позицію цього підприємства щодо конкурентів. Тому визначення рівня конкурентоспроможності є сьогодні досить важливим завданням.

Бенчмаркінг – це процес пошуку, дослідження і впровадження успішної практики інших організацій для поліпшення діяльності власної компанії.

Існує безліч цілей, для досягнення яких компанії проводять бенчмаркінг. Основними з них є:

- оцінка і постановка досяжних цілей на основі досвіду інших компаній;
- впровадження змін;
- поліпшення бізнес-процесів;
- моніторинг діяльності конкурентів.

Бенчмаркінг представляє собою не разовий захід, а постійний процес, який включає в себе вивчення не тільки результатів діяльності, а й самих процесів. Основним завданням бенчмаркінгу є завдання виявлення невідповідності між поточною діяльністю і кращою практикою, щоб знайти й усунути причини, які не сприяють досягненню бізнес-цілей.

Популярність бенчмаркінгу пояснюється тим, що він відносно простий для впровадження і не вимагає значних інвестицій. Але в той же час бенчмаркінг не є універсальним інструментом і має свої недоліки, а саме: складність в підборі об'єктів для порівняння; отримання доступу до інформації, яку, найчастіше, не так просто знайти у відкритих джерелах; труднощі в порівнянні характеристик і причин, які на них впливають. І найголовніше - бенчмаркінг орієнтований на існуючий досвід, а не на інновації.

Важливо розуміти різницю між бенчмаркінгом процесів і бенчмаркінгом результатів: бенчмаркінг результатів - це все лише порівняння показників, тоді як справжнє призначення бенчмаркінгу - проникнення в процеси, що ховаються за результатами, встановлення причин відмінностей в показниках діяльності і запозичення ідей успішної практики.

Таким чином, проблема підвищення конкурентоспроможності підприємства вимагає систематизованих управлінських рішень. Бенчмаркінг сьогодні є надзвичайно корисним інструментом, що дає змогу зіставити показники ефективності, дає можливість зрозуміти слабкі та сильні сторони діяльності підприємства порівняно з конкурентами та світовими лідерами в галузі, встановити основні фактори їх успішності та на підставі його результатів розробити та прийняти відповідні управлінські рішення щодо подальшого стійкого розвитку суб'єкта підприємництва в умовах динамічного зовнішнього середовища. Результатом проведення на підприємстві бенчмаркінгу є підвищення ефективності та раціональності бізнес-процесів; підвищення продуктивності та якості послуг; підвищення конкурентоспроможності; підвищення ефективності маркетингової діяльності; поліпшення використання потенціалу; підвищення якості та ефективності управління; більш швидке й оптимальне прийняття управлінських рішень.