Основну схему проведення стратегічного аналізу зовнішнього середовища діяльності корпорацій у практичній управлінській діяльності необхідно наповнити доступними методами і способами аналізу, а також їх комбінацією.

УДК: 339.138

ГІЛУН О.А.

ВИКОРИСТАННЯ БЕНЧМАРКІНГУ В СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Актуальність даної теми обумовлена розвитком процесів глобалізації та інтернаціоналізації, що сприяють посиленню конкуренції, як на світових, так і на національних ринках, завоювання та утримання панівних позиції у галузі стає усе складніше. Одним із найбільш ефективних механізмів удосконалення та стратегічного розвитку підприємства є концептуальний контролінг, за допомогою якого, звичайно, не можна послабити конкуренцію, але можна ефективно підвищити конкурентоспроможність підприємства. Одним з основних змістових етапів контролінгу є сучасна концепція розвитку підприємства, що отрамала назву бенчмаркінг.

Бенчмаркінг – це процес порівняння товарів і підприємницької діяльності компанії з товарами і процесами конкурентів або провідних компаній інших галузей для пошуку шляхів підвищення якості товарів та ефективності роботи організації(Ф. Котлер).

Актуальні українські проблеми є пройденим етапом для західних корпорацій, тому зарубіжний досвід може надати неоціниму допомогу в становленні економічної думки. Проте, вживання зарубіжної практики вимагає обов’язкової адаптації до українських умов, специфіки політичних і соціальних взаємостосунків.

Сьогодні для українських промислових підприємств бенчмаркінг може стати тим інструментом управління, який допоможе стандартизувати масове виробництво, усунути зайві операції, зменшити частку браку, затримки в часі, підвищити якість продукції, і, таким чином, не тільки скоротити витрати, але і встановити вищі стандарти продуктивності. Це в свою чергу приведе до якнайповнішого задоволення потреб внутрішніх і зовнішніх клієнтів, що є на сьогоднішній день ключовою загальносвітовою тенденцією не тільки в бізнесі, але і суспільному секторі економіки. Цим пояснюється необхідність розробки принципово нових підходів до управління процесом дослідження і упровадження передового досвіду на промисловому підприємстві.

Процес планування, що встановлює стратегічні напрями розвитку підприємства, є найважливішою сферою, для якої бенчмаркінг має вирішальні значення. Цілі і керівні принципи, залежні від місії підприємства, багато в

чому визначаються результатами бенчмаркінга. Вживання бенчмаркінга в процесі стратегічного планування забезпечує вимоги, що пред'являються зовнішнім середовищем і покупцями, розглядаються на основі релевантних даних.

Бенчмаркінговий підхід приводить до істотної зміни процедури ухвалення рішення . Традиційно рішення ухвалювалися на основі результатів досліджень і інтуїції менеджерів відносно комплексу бенчмаркінгу. На основі цього розроблялася стратегія фірми. Сучасні умови бізнесу призводять до того, що для забезпечення конкурентоспроможності фірми і її стійкого положення подібних дій ставати недостатньо. Необхідне вивчення досвіду діяльності і поведінки на ринку лідерів бізнесу для підвищення обгрунтованості стратегій .

Таким чином, практичне використання бенчмаркінгу на підприємстві може значно покращити результати, вивести підприємство на новий рівень та підвищити конкурентоспроможність його продукції.

Джерела інформації: 1. *Довгань Л.Е.* Конкурентоспроможність підприэмств. Київ, Політехніка, 2004. **2.** *Д.В. Маслов, Э.А. Белокоровин* «Бенчмаркинг – выгодно ли учиться у других?» 3. *Нємцов В.Д., Довгань.* «Стратегічний менеджмент». – К.: ЕксОб, 2001.

УДК 339.727. 22

ГІРЧЕНКО М.М., РЕШЕТНЯК О.В., доц.

УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОВІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ З ІНОЗЕМНИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ В УКРАЇНІ

Прибутки та прибутковість є критичними для функціонування підприємств та організацій. У країнах з перехідною економікою, таких як Україна, прибутковість починає відігравати все більшу роль.

Підприємства з іноземними інвестиціями мають свою специфіку у ряді питань, у тому числі пов'язаних з управлінням прибутковістю.

Аналізуючи рівняння Дюпону:

ROE=ROS+ оборотні активи + A/E ,

де ROS - це скільки ми отримаємо прибутку на кожну одиницю проданого товару,

A/E - співвідношення активів до капіталу.

Стає чітко зрозуміло, що компанії з іноземними інвестиціями мають перевагу та можуть оптимізувати перераховані компоненти. За рахунок більш дешевої робочої сили України можна покращити ROS, також таке підприємство може користуватися дешевими кредитами за допомогою материнської кампанії, яка може взяти позику під менший процент ніж на Україні, що вплине на співвідношення A/E .