

**ГЛУН 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 позицій 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 отримала 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 обґрунтованості 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 підприємств. Київ, Політехніка, 2004. 2. *Д.В. Маслов, Э.А. Белокоровин* «Бенчмаркинг – выгодно ли учиться у других?» 3. *Немиров В.Д., Довгань.* «Стратегічний менеджмент». – К.: ЕксОб, 2001.