**БЕНЧМАРКІНГ ЯК СУЧАСНИЙ МЕТОД**

**УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ**

***Новак В.О****., д.е.н., професор*

***Басараба І.О.***

*Національний авіаційний університет*

У наш час підприємства працюють в умовах, коли стрімко змінюється навколишнє середовище, в якому найбільш актуальними є питання, пов'язані з невизначеністю, складністю і ризиком. В оцінці ефективності діяльності фірм бенчмаркінг являє собою один з основних видів оцінки, включаючи в себе як оцінку результатів бізнесу, так і оцінку процесів.

Бенчмаркінг являє собою спосіб отримання певної міри – еталону. Але він не є швидким або простим інструментом процесу.

Обґрунтовано, що перед тим як приступити до застосування бенчмаркінгу, важливо мати чітке розуміння принципів діяльності відповідної компанії. Деякі компанії мають строгі правила щодо того, як інформація може бути зібрана, і з ким відповідальні менеджери можуть співпрацювати, щоб отримати цю інформацію.

Як зазначає Лафлер Бренда, в порівнянні з бенчмаркінгом, аналіз конкурентів не є ні гіршим, ні кращим. Суттєві відмінності між ними, наведені в табл. 1.

Хоч існує багато форм бенчмаркінгу, їх можна розділити на три категорії, а саме: внутрішній, конкурентний і стратегічний [2].

*Таблиця 1*

**Відмінності між бенчмаркінгом та загальним аналізом конкурентів**

|  |  |
| --- | --- |
| **Бенчмаркінг** | **Загальний аналіз конкурентів** |
| Орієнтований на передову практику | Орієнтований на показники діяльності |
| Прагне до постійного вдосконалення | Підтримка або швидке виправлення |
| Обмін інформацією | «Шпигунство» |
| Необхідна конкурентна перевага | Просто «приємно мати» |

*Джерело:* удосконалено автором за [1].

Проаналізовано, що внутрішній бенчмаркінг використовується, коли компанія вже створена і обрані кращі методи управління, якими вони просто повинні обмінюватися. Слід зазначити, що в залежності від розміру компанії та видів її діяльності, бенчмаркінг може бути досить великим за обсягом, щоб представляти широкий діапазон характеристик. Внутрішній бенчмаркінг також може знадобитися, якщо показники галузей, що аналізуються, не завжди доступні.

Що ж стосується конкурентного бенчмаркінгу, він використовується, коли компанія хоче оцінити власну конкурентну позицію в своїй галузі. Крім того, конкурентний бенчмаркінг використовується, коли компанія повинна визначити галузеві цільові показники лідерства.

Стратегічний бенчмаркінг використовується при визначенні та аналізі характеристик світового класу. Ця його форма використовується найчастіше у тих випадках, коли компанія повинна виходити за межі своєї власної промисловості. Обґрунтовано, що бенчмаркінг надає засоби порівняння однієї фірми відносно інших підприємств і допомагає визначити області, де підприємство може поліпшити продуктивність праці.

Науково обґрунтовано, що при здійсненні бенчмаркінгу, приклади кращих і більш ефективних рішень і методів роботи адаптуються під конкретний бізнес. Важливо не використовувати пряме копіювання, а синтезувати і генерувати нові ідеї, так як просте копіювання методів, методик, технологій та інструментарію їх застосування підприємством-лідером, яке взяте за зразок, неминуче ставить бізнес в роль вічного наздоганяючого. Отже, важливо розуміти мету впровадження запозиченого досвіду, співвідносити вартість запропонованих нововведень і величину досягнутого результату.

Доведено, що бенчмаркінг повинен проводитися безперервно, щоб підприємство не застоювалося, не втратило конкурентну перевагу і постійно залишалося попереду. Це постійний процес поліпшення функціонування бізнесу, заснований на оцінці продуктів, послуг та ефективності найсильніших компаній. Іншими словами, – це постійний аналіз, розробка і впровадження поліпшень, оптимізація бізнесу.

У тому випадку, коли бенчмаркінг проведено правильно, він може дати компанії багато переваг. Критеріями успішного проведення бенчмаркінгу, на наш погляд, є правильно підібрана команда, глибока деталізація процесів, зацікавленість керівництва в результатах, інтеграція результатів бенчмаркінгу зі стратегічними планами розвитку.

Під час виконання робіт команда бенчмаркінгу має можливість подивитися на свою організацію з боку. Це дозволяє вийти за рамки щоденної діяльності та існуючих обмежень і знайти нові ідеї щодо поліпшення роботи. За рахунок застосування бенчмаркінгу можна уникнути багатьох помилок, а також підвищити ефективність діяльності організації за відносно короткий час.

Зроблено висновок, що проведення бенчмаркінгу слід розглядати як сучасну управлінську технологію, яка допомагає підвищити економічні показники регіонального та місцевого управління загалом, оскільки інформація, яка була зібрана в процесі бенчмаркінгу, створює базу для формулювання оптимальних управлінських рішень.

**Література:**

1. Лафлер Б. Бенчмаркінг: ефективність українських міст і областей : [посібник] / Бренда Лафлер // Проект «Розбудова спроможності до економічно обґрунтованого планування розвитку областей і міст України» (Проект РЕОП). – К., 2012. – 44 с.

2. Bogetoft P. Performance Benchmarking: Measuring and Managing Performance /  Peter Bogetoft. – New York : Springer, 2012. – 298 р. – (Management for Professionals).