

ПОНЯТТЯ БЕНЧМАРКІНГУ ТА ЗАСТОСУВАННЯ ЙОГО НА ПІДПРИЄМСТВІ

Гілун О.А., Міщенко В.А.

*Національний Технічний Університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

У складних умовах господарювання, якими характеризується сучасний етап розвитку вітчизняної економіки - нестабільність зовнішнього середовища, вступ України у СОТ, загальна глобалізація світових економічних процесів, обмеженість власних фінансових ресурсів, відсутність значного передового досвіду роботи в ринкових умовах – для керівництва промислових підприємств центральною задачею стає вдосконалення підходів до управління бізнес-процесами, їх оптимізація і посилення конкурентних позицій.

Актуальні українські проблеми є пройденим етапом для західних корпорацій, тому зарубіжний досвід може надати неоцінну 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 і затримки в часі, підвищити якість продукції, і, таким чином, не тільки скоротити витрати, але і встановити вищі стандарти якості. Це в свою чергу приведе до якнайповнішого задоволення потреб внутрішніх і зовнішніх споживачів, 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 впровадження передового досвіду на промисловому підприємстві.

Застосування бенчмаркінгу пов'язане з певними труднощами, серед яких можна виділити: невеликий обсяг інформації про бенчмаркінг, закритість даних на підприємствах, орієнтація на швидке одержання прибутку, недосконалий методологічний підхід і розрахунок ефективності.