

РОЗВИТОК БЕНЧМАРКІНГУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ СИРОВИННИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Варава Л.М., д. е. н., професор, Туравініна О.М., ст. викладач, Варава А.А., асистент, КТУ

Усі складні й багатогранні виробничі та управлінські процеси на підприємствах необхідно розглядати в комплексі як єдину систему. Системний підхід багато в чому визначає розвиток стратегічного управління на підприємствах, його сутність і цілі.

В сучасних умовах ряд етапів стратегічного управління, які пов'язані з аналітичними дослідженнями й вибором загальної стратегії розвитку, доцільно об'єднати однією підсистемою – бенчмаркінгом, що доцільно використовувати в управлінській практиці сучасного підприємства. Управлінський персонал українських гірничодобувних підприємств, як показали статистичні дослідження, фактично ще не використовує даного методичного підходу. Однак при прийнятті стратегічних рішень метод бенчмаркінгу, як показує практика зарубіжних фірм, дозволяє вибрати оптимальний варіант у конкретних умовах з урахуванням досвіду роботи ринкових конкурентів і найбільш успішних підприємств суміжних галузей, специфіка діяльності яких є подібною.

Метою бенчмаркінгу є вивчення, аналіз і відбір практичних прийомів роботи підприємств-партнерів, конкурентів, підприємств інших галузей і використання їх у власній діяльності для підвищення конкурентоспроможності. Однак застосування бенчмаркінгу не означає бездумного копіювання досвіду інших, а є інформацією для аналітичного осмислення, насамперед, своїх слабких сторін і створення нового, ефективнішого потенціалу для майбутньої діяльності [1].

Використання бенчмаркінгу є багатостороннім. Як об'єкти для аналізу й порівняння можуть виступати всі сфери й напрями діяльності гірничодобувних підприємств: маркетингова й управлінська діяльність, виробництво, інноваційна сфера, фінансовий менеджмент, тощо.

По кожному об'єкту здійснюється порівняння поточного стану підприємства в конкретному напрямку з обраними підприємствами-зразками. При цьому порівняльний аналіз ефективності діяльності власного підприємства повинен проводитися так часто, як цього вимагають зміни кон'юнктури ринку. Якщо в гірничодобувній промисловості кон'юнктура ринку має визначені тенденції розвитку протягом 2-3 років, то, залежно від ситуації, і порівняння можна проводити протягом цього періоду.

Існує ряд видів бенчмаркінгу, що за результатами досліджень, можуть бути використані в практиці підприємств сировинних галузей. Це бенчмаркінги конкурентоспроможності, управління, витрат, внутрішній бенчмаркінг.

Практична реалізація бенчмаркінг-заходів пов'язана: 1) зі створенням команди фахівців, у функції яких входять всі дії з організації робіт; 2) з розробленням плану дій з поліпшення всіх сфер діяльності у відповідності з

вивченням досвіду інших підприємств; 3) з оптимізацією процесів усередині підприємства для підвищення його конкурентоспроможності.

Застосування бенчмаркінгу дозволяє більш обґрунтовано, з урахуванням існуючих можливостей удосконалювання окремих напрямів діяльності, встановити стратегічні цілі розвитку, визначити нові пріоритети й розробити альтернативні стратегії для наступного порівняння, вибрати оптимальний варіант загальної (корпоративної) стратегії.

Список використаних джерел:

1. Зайцев Л.Г., Соколова М.И. Стратегический менеджмент. – М.: Экономистъ, 2002. – 416 с.