

УДК 338.26."313"

Бакан В.– ст. гр.БФм-51

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

БЕНЧМАРКЕТИНГ — ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Науковий керівник: к.е.н. Гевко О.Б.

Одним із найефективніших інструментів, що дає можливість підприємству постійно нарощувати продуктивність, покращувати якість своєї продукції, бути попереду конкурентів, є бенчмаркінг. Бенчмаркінг – це процес виявлення, дослідження, запозичення та адаптації передового досвіду підприємств конкурентів, а також підприємств інших галузей ("out-of-box") з метою розвитку. Бенчмаркінг не можна розглядати як одноразовий захід. Науковці розглядають його як ефективну маркетингову технологію, яку необхідно застосовувати на систематичній основі. Для отримання ефекту необхідно зробити його інтегральною частиною інноваційного процесу вдосконалення виробничо-господарської діяльності. Використання бенчмаркінгу дає можливість підвищити якість продукції та знизити витрати на її виробництво, що призведе до здобуття підприємством конкурентних переваг.

Бенчмаркінговий підхід дозволяє організації запозичити кращий досвід інших компаній, уникаючи "сліпого" копіювання чужого досвіду. Натомість культура підприємницької діяльності в організації повинна бути орієнтована на такі цінності, як постійне вдосконалення, здатність працівників до навчання, підвищення власного потенціалу, що, у свою чергу, послужить поштовхом для розвитку організації. У підсумку компанія зможе зміцнити свою конкурентну позицію, а також досягти підвищення ступеня задоволеності покупців.

Процес проведення бенчмаркінгу на вітчизняних підприємствах, насамперед, ускладнюється недостатністю розвитку інформаційних маркетингових систем і відсутністю центрів бенчмаркінгу, а також тим, що інформація про діяльність підприємств практично не оприлюднюється.

Існує декілька видів бенчмаркінгової діяльності. Вони відрізняються за складністю завдань, що ставляться (прості і складні), за спрямованістю (внутрішня і зовнішня), за рівнем, на якому передбачається проводити бенчмаркінг (стратегічний і операційний). Вибір виду бенчмаркінгу, який доцільно застосовувати компанії залежить від поставлених перед нею цілей, стадії її розвитку, стану галузі, та її основних конкурентів.

Одним із видів бенчмаркінгу є бенчмаркінг витрат, який дає можливість встановити загальні витрати виробництва у будь-якій країні чи галузі. Як наслідок, з'являється можливість впливу на витрати виробництва. Бенчмаркінг витрат може бути використаний для підприємства в таких формах: порівняння однакових товарів за витратами виробництва в одній чи декількох країнах; формування витрат виробництва при перепродажі товару та ін.

Бенчмаркінг дозволяє зрозуміти як працюють передові компанії та допомагає досягти значно вищих результатів, а саме: зменшення витрат виробництва, підвищення прибутковості, оптимізація структури витрат і витрат на маркетингові дослідження. Крім того використання бенчмаркінгу дозволяє вдосконалити стратегії діяльності підприємств, що особливо важливо для розвитку вітчизняної економіки.