

14. БЕНЧМАРКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КОМПАНІЇ

Горлова М.В. Науковий керівник – доц. каф. “Менеджмент організацій”, к.е.н.
Бровкова О.Г.

Завдяки активному інтересу до проблем підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, що виник внаслідок розвитку ринкових відносин, з'явилась велика кількість розробок, спрямованих на вирішення цієї проблеми. Одним з найефективніших інструментів, що дає можливість підприємству бути попереду конкурентів, є бенчмаркінг. Основний принцип бенчмаркінгу складається в тому, що для пошуку ефективного рішення в сфері конкуренції, необхідно знати кращий досвід інших підприємств, які досягли успіху у подібних умовах. Задача цього дослідження – доказати, що процес сертифікації системи якості кожного українського підприємства відповідно до стандартів ISO, є бенчмаркінговим процесом.

Щоб бути сертифікованою за системою ISO, компанія повинна привести свої бізнес-процеси і внутрішні процедури у відповідність до вимог ISO. Українські компанії не практикують сертифікацію всієї організації бізнесу, тобто система ISO використовується для ідентифікації «критичних місць», в яких і впроваджуються часткові вдосконалення. Це свідчить про те, що система ISO може бути використана не тільки підприємствами, що поставили перед собою мету сертифікації за цим стандартом, але і будь-яким підприємством, що здійснює програму вдосконалення бізнесу, як «база порівняння» для виявлення «критичних місць».

Висновок. Опора на відпрацьований і перевірений практикою досвід сприяє зниженню ризику, дозволяє підприємцям уникнути багатьох помилок, скоротити тимчасові і фінансові витрати, пов'язані з набуттям власного досвіду шляхом проведення експериментів.