

ВСТАНОВЛЕННЯ СУТНОСТІ БЕНЧМАРКІНГУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА

*Вітнов М.В., Носик А.О., здобувачі вищої освіти,
maxvit20031@gmail.com, e119nao@stud.khadi.kharkov.ua*

*Науковий керівник: Криворучко О.М., д.е.н., професор
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

В сучасній економіці активне розповсюдження набуває бенчмаркінг як безперервний систематичний шлях пошуку та впровадження найкращих практик виконання діяльності, певних робіт кращими підприємствами. Використання бенчмаркінгового підходу дає підприємству можливість розуміння аспектів, які воно виконує на достатньо високому рівні та, навпаки. Стосовно конкурентів також з'являється можливість певного контролю та вивчення особливостей досягнення кращих конкурентних позицій.

Окремо слід відмітити, що бенчмаркінг впливає на культуру підприємницької діяльності, яка спрямовується на розвиток таких цінностей, як здатність персоналу до навчання, підвищення трудового і інтелектуального потенціалу. Орієнтація на такий досвід сприяє зменшенню ризиків економічної діяльності, підвищити ефективність роботи та ін. Бенчмаркінг може здаватися схожим на конкурентний аналіз, але насправді він більш пристосований до ринкових відносин, допомагаючи більш детально розглядати важливі для споживача характеристики товару, ніж підхід конкурентного аналізу, а також він є більш впорядкованим.

На сьогоднішній день існує велика кількість трактувань поняття бенчмаркінг, яке походить від англійського Benchmarking – процедура пошуку, аналізу та впровадження в практику роботи фірми, технологій, стандартів та методів роботи кращих організацій – аналогів. При цьому у більшості випадків поняття бенчмаркінг розглядається у широкому (загальному) розумінні, та не акцентується увага на визначенні їх окремих видів, у тому числі не існує однозначної думки з приводу визначення бенчмаркінгу бізнес-процесів. Поняття «бенчмаркінг бізнес – процесів» пропонується визначати виходячи з базового визначення бенчмаркінгу, основні з яких представимо в таблиці 1.

Аналіз існуючих визначень показав, що основними ознаками поняття бенчмаркінг є: процес порівняння різних аспектів діяльності (функцій чи процесів) підприємства з підприємствами – лідерами,

процес забезпечення конкурентоспроможності; спосіб оцінки стратегій і цілей та ін.

Таблиця 1 – Сучасні визначення поняття «бенчмаркінг»

Автор	Визначення	Ознака
Х.Вазірі [1,81-85 с.]	Це процес постійного порівняння діяльності підприємства, згідно з вимогами клієнтів, щодо прямих конкурентів чи компаній, задля підвищення ділової ефективності власного підприємства.	1)Процес порівняння діяльності підприємства з конкурентами; 2)Основна мета – підвищення ділової ефективності власного підприємства; 3)Орієнтація на клієнта.
Р.Кемп [2, 62 с]	Пошук та використання найкращої практики в індустрії, що призводить до ефективнішої діяльності власної компанії.	1)Використання найкращої практики; 2)Основна мета – підвищення ефективної діяльності компанії.
W.Krokowski [3]	Процес для забезпечення конкурентоспроможності та створення передумов перевірки продуктивності фірми в умовах інтернаціоналізації процесу закупівлі сировини і матеріалів.	1)Процес забезпечення конкурентоспроможності
R.Venetucci [4]	Спосіб оцінки стратегій і цілей роботи в порівнянні з першокласними підприємствами, щоб гарантувати довгострокове положення на ринку.	1)Спосіб оцінки стратегій і цілей; 2)Порівняння підприємства з підприємствами-лідерами; 3)Конкурентоспроможності забезпечення.

Більшість науковців виділяють бенчмаркінг, як процес порівняння, процес забезпечення конкурентоспроможності. Процес, в свою чергу, це послідовна зміна станів або явищ, які відбувається закономірним порядком; хід розвитку чого-небудь, сукупність послідовних дій, засобів, спрямованих на досягнення певного наслідку. Також багато вчених розглядають поняття бенчмаркінг, як спосіб оцінки стратегій або спосіб оцінки цілей. Поняття спосіб можемо тлумачити як, певну дію, прийом або систему прийомів, яка дає можливість зробити, здійснити що-небудь, досягти чогось, або це те, що служить знаряддям, засобом і т. ін. у якій-небудь справі, дії.

Виходячи з того, що реалізація бенчмаркінгу призводить до підвищення основних показників діяльності, забезпечення конкурентоспроможності, тобто отримання конкурентних переваг, на основі порівняння з кращими практиками, то можна погодитися, що це процес. Аналіз сучасних тлумачень бенчмаркінгу також показав, що існування різних видів бенчмаркінгу обумовлює наявність різноманітних об'єктів порівняння. Так Х. Вазірі у якості об'єкту порівняння виділяє його як діяльність підприємства в цілому [3], і визначає бенчмаркінг як процес постійного порівняння діяльності

підприємства. Г.І. Кіндрацька стверджує, що бенчмаркінг – це спосіб постійної оцінки стратегій і цілей діяльності організацій з метою реалізації принципу від «кращого до кращого» [5], а Девід Аакер головним в бенчмаркінгу вбачає порівняння складових бізнесу підприємства [2]. Представимо основні об'єкти порівняння бенчмаркінгу на рисунку 1.

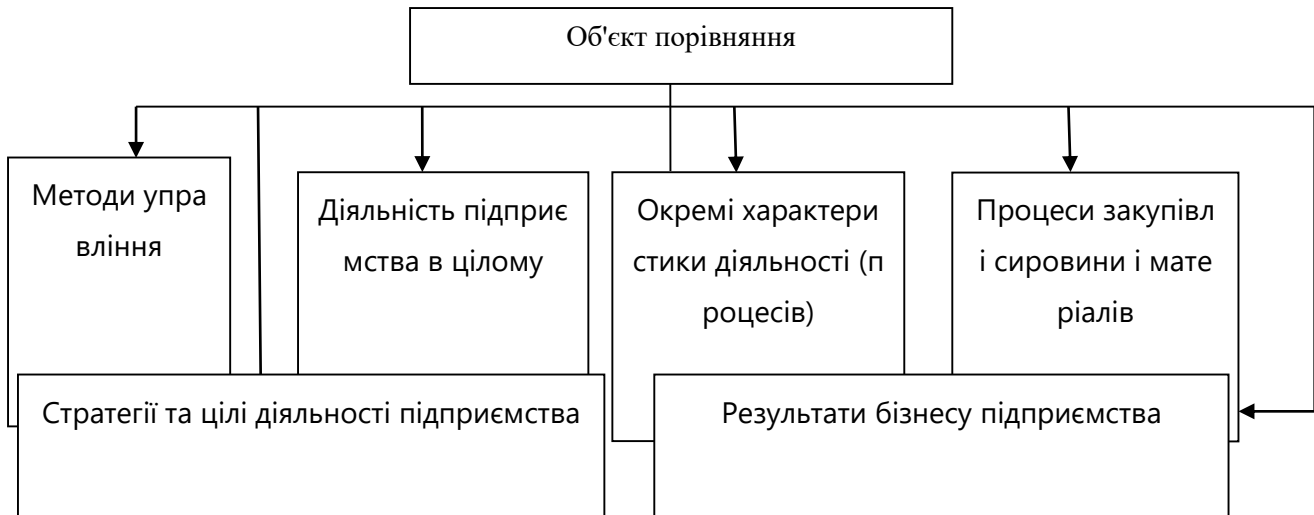


Рисунок 1 - Об'єкти порівняння при реалізації бенчмаркінгу (узагальненого авторами)

Отже, при визначенні поняття «бенчмаркінг бізнес – процесів» об'єктом порівняння є саме бізнес процес - це структурована послідовність дій з виконання певного виду діяльності на всіх етапах життєвого циклу предмета діяльності - від створення концептуальної ідеї через проектування до реалізації і результату (здача в експлуатацію об'єкта, постачання продукції, надання послуг, закінчення певної фази діяльності), тобто певний системно-замкнений процес. База порівняння бенчмаркінгу при реалізації за визначенням різних авторів також може бути різною, так Х. Вазірі основним вважає прямих конкурентів (фірми, що пропонують однакову продукцію однаковим категоріям споживачів) [3]. О. Щегельська головною базою порівняння виділяє еталонні моделі власної організації бізнесу і дає наступне визначення: бенчмаркінгу - це безупинний, систематичний пошук, виявлення кращої практики конкурентів і підприємств із суміжних галузей, а також постійне порівняння бажаних змін і результатів бізнесу зі створеною еталонною моделлю власної організації бізнесу [6].

Отже, при реалізації бенчмаркінгу бізнес – процесів базою порівняння можуть бути: прямі конкуренти, які є лідерами в галузі (з

найкращою практикою), еталонні моделі власної організації бізнесу.

При реалізації бенчмаркінгу бізнес – процесів основною метою є поліпшення їх основних характеристик (показників функціонування). Отже, після проведеного аналізу існуючих визначень поняття «бенчмаркінг» можна виділити: бенчмаркінг – це процес порівняння; об'єктом порівняння є бізнес-процес - це структурована послідовність дій з виконання певного виду діяльності на всіх етапах життєвого циклу предмета діяльності - від створення концептуальної ідеї через проектування до реалізації і результату (здача в експлуатацію об'єкта, постачання продукції, надання послуг, закінчення певної фази діяльності), тобто певний системно-замкнений процес; метою бенчмаркінгу є поліпшення основних характеристик (показників функціонування) бізнес – процесів; базою порівняння можуть виступати прямі конкуренти, які є лідерами в галузі (з найкращою практикою), а також еталонні моделі власної організації бізнесу; обов'язковість врахування вимог споживачів при реалізації бенчмаркінгу.

Таким чином, бенчмаркінг бізнес-процесів – це процес систематичного порівняння бізнес – процесів підприємства, з урахуванням вимог споживачів, з бізнес – процесами прямих конкурентів (які є лідерами в галузі або еталонними моделями бізнес – процесів аналізованого підприємства), для забезпечення поліпшення основних характеристик (показників) їх функціонування та підвищення ефективності діяльності підприємства в цілому.

Література.

1. Vaziri H.K. Using competitive benchmarking to set goals. October, 1992. С.81-85.
2. Camp R.C. Benchmarking: the search for best practices that lead to superior performance. January, С.62-82.
3. Krokowski W. Сравнение с лучшими в мире конкурентами. Бенчмаркинг в управлении снабжением . 1993. С.95-104.
4. Venetucci R. Бенчмаркинг: проверка реальностью стратегии и целей работы. 1993. С. 26-35.
5. Кіндрацька Г.І. Стратегічний менеджмент. К.: Знання, 2006. 366 с.
6. Щегельська О.Г. Реінжиніринг бізнес-процесів необхідний в умовах динамічного ринку. *Управління компанією* . 1999. №1-2. С. 289.
7. Продіус О.І., Прокоф'єва В.К. Бенчмаркінг як інструмент удосконалення бізнес-процесів підприємства. *«Економіка та суспільство»*. 2018. Випуск 19. С. 578-581.
8. Шкуренко О.В. Особливості використання інструментарію бенчмаркінгу на підприємстві. *Економіка і організація управління*. 2021. № 1 (41). С.143-1651.