

БЕНЧМАРКІНГ ЯК МЕТОД ПОСТІЙНОГО ПОЛІПШЕННЯ ТА УСПІШНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ

Стенгач А.С., Коваленко С.М.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Безперервне поліпшення дає споживачеві величезне задоволення при мінімальних витратах і ряд менш відчутних, але важливих переваг. Дії з поліпшення швидко стають основою для досягнення успіху для будь-якого підприємства. ДСТУ ISO 9000:2015 передбачає обов'язкове безперервне поліпшення діяльності організації на всіх рівнях.

У сучасному світі конкуренція набуває глобального характеру і основною метою більшості компаній стає досягнення світових стандартів. Одним з кращих методів для встановлення відповідності цілей організації вимогам світового ринку є бенчмаркінг. Бенчмаркінг – це метод отримання додаткових конкурентних переваг і підвищення конкурентоспроможності підприємства в цілому за рахунок пошуку, аналізу і впровадження до власних умов якнайкращих методів здійснення бізнес-процесів незалежно від місця, часу та сфери їх застосування, за допомогою чого підвищується якість послуг, що надаються, і вироблюваних товарів, що у свою чергу, веде до повнішого задоволення потреб ринку. Проте в Україні до нього відносяться поки що дуже обережно, побоюючись, що за поняттям бенчмаркінга прикривається промислова розвідка. Насправді різниця між очевидна: бенчмаркінг - метод вивчення чужого досвіду, який не є комерційною таємницею.

Для українських підприємств практика бенчмаркінгу на сьогоднішній день не зовсім розповсюджена, хоча потенціал цього інструмента керування необхідно й можливо реалізувати, поступово вводячи бенчмаркінг в арсенал менеджерів, навчаючи їхній методиці проведення еталонного зіставлення, створюючи інфраструктуру для бенчмаркінгу.

Мистецтво еталонного зіставлення дозволяє виявити те, що інші роблять краще нас й, вивчивши, удосконалювати й застосовувати запозичені ідеї. Розвиток бенчмаркінгу сприяє відкритості бізнесу, підвищенню його ефективності. Освоєння цього методу керування й удосконалювання бізнесу дозволить не тільки великим компаніям, але також малим і середнім, йти в ногу з часом і згодом зайняти гідне місце на світовому ринку в найближчому майбутньому.

Отже, поза сумнівом, що нові тенденції в бізнесі з часом поширяться по всьому світу, а відсутність українських підприємств в процесі бенчмаркінгу ще більше ослабить їх позиції на світових ринках. Тому він повинен стати нагальною стратегічною потребою. Його застосування надає конкурентні переваги, а зневага - здатна стати причиною фатальної слабкості. В Україні управління бенчмаркінгом і програми впровадження передового досвіду повинні стати імперативом для всіх підприємств. Повинно також існувати середовище, що буде забезпечувати розповсюдження і обмін знаннями про передові досягнення. Ймовірно, що найбільш поширеним механізмом для створення такого середовища можуть стати внутрішні корпоративні мережі і сайти. Набори програмних засобів для бенчмаркінга, включаючи навчання по його проведенню, електронні довідники, широка номенклатура програмного забезпечення індивідуального і колективного користування, допоміжні методи виконання окремих операцій, незабаром стануть загальноприйнятими засобами для електронного бенчмаркінга. Можна зазначити, що підприємства з метою вивчення і упровадження передового досвіду будуть кооперуватися з іншими організаціями (професійними об'єднаннями, консорціумами, центрами, бенчмаркінгу). Внутрішні корпоративні мережі сприятимуть спілкуванню і взаємодії співробітників усередині підприємств, а створення спеціальних, безпечних зовнішніх мереж колективного користування сприятиме координації зусиль окремих, віддалених один від одного організацій-партнерів при проведенні бенчмаркінгових досліджень.

Таким чином, організації, що ігнорують підходи, методи і способи поліпшення власної діяльності, піддають себе серйозній небезпеці. Організація повинна розглядати вимоги безперервного поліпшення як довготривалу мету.