

акцій (часток) належать державі: Постанова КМУ від 10.03.2017 р. № 142 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/142-2017-%D0%BF#Text>

3. Деякі питання управління об'єктами державної власності: Постанова КМУ від 10.03.2017 р. № 143 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/143-2017-%D0%BF#Text>

ВИКОРИСТАННЯ БЕНЧМАРКІНГУ ТА АНАЛІЗУ КОНКУРЕНТНОЇ ПЕРЕВАГИ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

СЕРЬОГІНА Дар'я Олександрівна,

канд. екон. наук, доцент,

ОХРИМЕНКО Аліна Сергіївна,

здобувач вищої освіти

Харківський національний університет

міського господарства імені О. М. Бекетова

В сучасному світі бізнесу, де конкуренція зростає щодня, підприємствам доводиться бути більшими, сильнішими і ефективнішими, ніж коли-небудь. Існує безліч інструментів та методів, які допомагають досягнути цих цілей, і одними з найбільш важливих з них є бенчмаркінг та аналіз конкурентної переваги. В цьому дослідженні обговоримо, як використання цих інструментів може допомогти підприємствам покращити свій ресурсний потенціал.

Бенчмаркінг – це процес порівняння діяльності свого підприємства з іншими успішними організаціями з метою ідентифікації найкращих практик і можливостей для покращення. Аналіз конкурентної переваги допомагає визначити, чим саме підприємство відрізняється від конкурентів та як це може бути використано для створення значущих переваг.

Вибір типу бенчмаркінгу (внутрішній або зовнішній) залежить від мети та обсягу дослідження. Зовнішній бенчмаркінг передбачає порівняння з конкурентами або лідерами галузі, тоді як внутрішній бенчмаркінг орієнтований на порівняння внутрішніх процесів та структур.

Внутрішній бенчмаркінг дозволяє використовувати власний досвід та знання для оптимізації ресурсів. Порівнюючи внутрішні процеси, підприємство може знайти можливості для покращення та оптимізації внутрішніх структур.

Зовнішній бенчмаркінг допомагає відстежувати дії конкурентів та визначати їхні сильні та слабкі сторони. Ця інформація може бути використана для підвищення власної конкурентоспроможності та адаптації стратегії.

Аналіз конкурентної переваги допомагає визначити, чим саме підприємство є унікальним та як це може бути використано для залучення клієнтів та ринкового успіху. Порівнюючи свої переваги з конкурентами, підприємство може сформулювати свою унікальну позицію на ринку.

Інтеграція отриманих результатів з бенчмаркінгу у стратегію розвитку є критичною. Це дозволяє визначити пріоритети та розробити план дій для покращення ресурсного потенціалу підприємства.

Приклади успішного використання бенчмаркінгу показують, як підприємства досягають значущих покращень в результативності, яким чином вони використовують інформацію, отриману з бенчмаркінгу, для свого успіху.

Впровадження бенчмаркінгу та аналізу конкурентної переваги не завжди є легким завданням. Підприємства можуть стикатися з рядом викликів та перешкод:

- Брак доступу до даних: Один із найбільших викликів - це збір та аналіз необхідних даних. Багато підприємств можуть мати обмежений доступ до інформації про конкурентів або інші організації, що роблять процес бенчмаркінгу складним.

- Неспільні цілі: Інколи підприємства можуть мати різні цілі та підходи до бенчмаркінгу, що може призвести до плутанини та невідповідностей в даних.

- Недостатні ресурси: Впровадження бенчмаркінгу може вимагати значних фінансових і людських ресурсів, і не всі підприємства можуть собі це дозволити.

- Суперечливість та недосконалість даних: Дані, зібрані для бенчмаркінгу, можуть бути суперечливими або неповними, що робить аналіз менш точним.

Використання бенчмаркінгу та аналізу конкурентної переваги є важливими інструментами для покращення ресурсного потенціалу підприємства. Вони дозволяють ідентифікувати найкращі практики, залучити клієнтів, підвищити конкурентоспроможність та створити стратегічний план розвитку.

Для успішного впровадження цих інструментів важливо мати чітку стратегію, доступ до необхідних даних та витрати ресурсів на процес бенчмаркінгу. Результати такого дослідження можуть значно поліпшити ресурсний потенціал підприємства та забезпечити його конкурентну перевагу на ринку.

Використання бенчмаркінгу та аналізу конкурентної переваги - це не просто інструменти, а справжні стратегічні методи, які можуть суттєво покращити позицію підприємства на ринку. Це вимагає детальної роботи, але результати можуть бути вражаючими. Якщо підприємство готове вкладати зусилля та ресурси в бенчмаркінг та аналіз конкурентної переваги, то воно може досягти нових вершин та забезпечити стале покращення свого ресурсного потенціалу.