

УДК 339.138:339.92(477)

Формування концепції бенчмаркінгу в процесі трансформації євроінтеграційних пріоритетів в економіці України

**Білявський В.М., к.е.н., доц. кафедри менеджменту ЗЕДП
Національний авіаційний університет**

У зв'язку з євроінтеграційними процесами в Україні операційна діяльність підприємства розглядається, як комплекс заходів щодо узгодження його виробничо-збутової діяльності з вимогами світових ринків. Для вітчизняних підприємств існує нагальна необхідність у прогнозуванні розвитку економічних зв'язків, аналізі операційної діяльності, дослідженні зарубіжних ринків та прийнятті оперативних управлінських рішень для підвищення власної конкурентоспроможності. Операційна діяльність за цих умов є ефективним інструментом операційної політики підприємства. Належним чином спланована і обґрунтована операційна діяльність дозволяє максимально ефективно використати наявні у розпорядженні підприємства ресурси, а також визначити напрями подальшого розвитку підприємства.

Остання обставина зумовлює необхідність вивчати, обґрунтовувати та застосовувати концепцію бенчмаркінгу вітчизняними підприємствами і використовувати її результати для здобуття конкурентних переваг, підвищення ефективності функціонування, закріплення позицій на ринках збуту. Тому більшість підприємств починають дедалі частіше використовувати бенчмаркінг, як інструмент підвищення ефективної операційної діяльності підприємств.

Однією з найбільш дієвих технологій удосконалення господарської діяльності, які на даний час застосовуються провідними компаніями США, Японії та Західної Європи з метою підвищення ефективності операційної діяльності вітчизняних підприємств, є бенчмаркінг [1].

У своєму розвитку технологія бенчмаркінгу пройшла такі етапи розвитку, як: інтерпретування технології бенчмаркінгу, як реінжинірингу бізнес-процесів; бенчмаркінгу конкурентоспроможності і процесу; стратегічного та зрештою глобального (завершального етапу технології бенчмаркінгу).

Систематизація підходів різних авторів щодо визначення поняття бенчмаркінгу дозволили виявити, що, незважаючи на велику кількість трактувань цього терміну, в його основі, зазвичай, лежить: систематичний порівняльний аналіз різних аспектів операційної діяльності підприємства; визначення негативних тенденцій та причин відставання; пошук нових

Матеріали III науково-практичного круглого столу «Глобальні соціально-економічні трансформації в XXI столітті»

шляхів щодо поліпшення операційної діяльності; імплементація змін; моніторинг процесу удосконалення.

Ефективна операційна діяльність підприємства можлива за умови використання бенчмаркінгу, який може здатися схожим на конкурентний аналіз, хоча насправді він є більш деталізованим, формалізованим і упорядкованим, ніж підхід конкурентного аналізу. Сутність сучасного визначення поняття бенчмаркінгу зводиться до безупинного систематичного пошуку, що може впливати на різні галузі та аспекти діяльності, який проводиться як всередині підприємства, так і за його межами. До інструментів підвищення ефективності операційної діяльності вітчизняних підприємств можна віднести сертифікацію системи якості відповідно до стандартів ISO, що сприяють підвищенню конкурентоспроможності української продукції, яка виходить на міжнародний ринок. Процес сертифікації, по суті і є бенчмаркінговим процесом. Але, на сьогоднішній день, в Україні майже відсутні приклади сертифікації всієї організації бізнесу, тобто система ISO використовується для ідентифікації «критичних місць», в яких і впроваджуються часткові вдосконалення.

Як наслідок, топ-менеджмент підприємства може запроваджувати концепцію бенчмаркінгу самостійно або залучаючи консультантів чи користуватися послугами різних консалтингових підприємств. Для проведення самостійного бенчмаркінгового дослідження необхідно мати не лише інформаційну базу, досвід роботи, розроблене методичне та програмне забезпечення, але й сформувати професійну команду виконавців та визначити обов'язки кожного її члена (у разі потреби можна провести підвищення їх кваліфікації шляхом участі у тренінгах, семінарах тощо).

Наведена інформація свідчить, що концепція бенчмаркінгу є ефективним інструментом імплементації бізнес-процесів, за допомогою яких можна дослідити власні можливості підприємства, їх конкурентів, а також обмінятися передовим досвідом та побудувати бізнес-процеси за міжнародними стандартами ISO. Виходячи з наведеного, на складності у поширенні цієї концепції на вітчизняних підприємствах впливають такі фактори, як:

- імплементація концепції бенчмаркінгу це трудо- і ресурсомісткий бізнес-процес, що потребує додаткових джерел фінансування, тому не кожне підприємство може дозволити собі ці додаткові витрати;
- через відсутність бажання оприлюднювати інформацію про свою господарську діяльність (не публічність вітчизняних підприємств) важко створити необхідну інформаційну базу та знайти партнерів для бенчмаркінгу;
- методичне забезпечення концепції бенчмаркінгу ще недостатньо розроблене, а саме, є ряд питань, які залишаються об'єктом дискусій:

Матеріали III науково-практичного круглого столу «Глобальні соціально-економічні трансформації в XXI столітті»

потребує визначення понятійний інструментарій, немає достатньої кількості спеціалістів з інформаційного забезпечення, які б володіли методикою його проведення тощо.

У країнах Західної Європи впровадження концепції бенчмаркінгу здійснюється за державної підтримки, а саме функціонує розгалужена мережа установ, які створені спеціально для пошуку партнерів з бенчмаркінгу, що проводять бенчмаркінгові дослідження, створюють Інтернет-портали та обмінюються інформацією або купують звіти зацікавлених тем. В Україні така практика майже відсутня. Разом з тим, слід зазначити, що на даний час вже з'являються підприємства, які пропонують комплекс послуг з впровадження концепції бенчмаркінгу, які мають розроблені спеціальні методики і спеціалізоване інформаційне забезпечення, тому підвищення популярності концепції бенчмаркінгу в Україні є лише питанням часу.

У цьому контексті, враховуючи розвиток євроінтеграційних тенденцій у економіці країни, можна зазначити, що найближчим часом для вітчизняних підприємств концепція бенчмаркінгу повинна стати провідним інструментом ведення бізнесу. Проте, втілення цієї ініціативи неможливе без розуміння його сутності та переваг топ-менеджментом більшості підприємств, яким потрібно подолати недовіру та упередженість, в частині, недоцільності надання будь якої інформації стороннім організаціям.

Таким чином, слід зазначити, що процес трансформації євроінтеграційних пріоритетів в економіці України розвивається по висхідній «кривій», а конкуренція між підприємствами все частіше носить глобальний характер. Відповідно застосування досвіду провідних компаній США, Японії та Західної Європи підвищує конкурентоспроможність не лише самих підприємств, а й економіки України загалом. Тому одним із перспективних напрямів державної політики у сфері підприємництва повинно стати сприяння щодо розвитку концепції бенчмаркінгу в Україні шляхом надання державної підтримки у створенні бенчмаркінгових центрів, що (у перспективі) дасть можливість країні приєднатися до Глобальної мережі бенчмаркінгу.

Отже, відштовхуючись від зазначеного вище можна констатувати, що концепція бенчмаркінгу є послідовним і чітко структурованим процесом щодо пошуку та впровадження передового досвіду, який приведе підприємство до більш досконалої форми.

Література

1. Білявська Ю.В. Використання бенчмаркінгу в операційному процесі туристичного підприємства / Ю.В. Білявська // Вісник Полтав. ун-ту екон. і торг. – 2014. – № 2 (64). – С. 78-84.