

## БЕНЧМАРКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІСЛЯВОЄННОГО РОЗВИТКУ

*Добош В.Д., здобувач вищої освіти  
appgrade2302@icloud.com*

*Mykolo Romerio universitetas*

*Прищепя К.В., здобувач вищої освіти  
rectum0612@gmail.com*

*Universität Wien*

*Науковий керівник: Бочарова Н.А., к.е.н., доцент  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Сьогодні в Україні відбувається війна проти росії. Проте ми розуміємо, що війна - це явище тимчасове та таке, яке завдає території, на якій відбуваються бойові дії, значну шкоду. Тобто війна рано чи пізно закінчиться і наступить період відбудови, який часто характеризується перебудовою та значним розвитком. Ми також сподіваємось на післявоєнний розвиток, який дасть нам змогу вивести Україну в світові лідери. Для цього нам знадобляться інструменти управління та розвитку. Звичайно, інструментів є багато, проте ми хочем звернути увагу на бенчмаркінг.

Поняття бенчмаркінгу є відносно новим, проте кількість думок щодо його тлумачення вже перейшла за другий десяток. За економічним словником Й.С. Завадського бенчмаркінг - це методика аналізу слабких сторін фірми, заснована на порівнянні свого потенціалу з потенціалом головного конкурента [1, с. 23].

Тобто в даному визначенні ми можемо спостерігати схожість з конкурентною розвідкою або конкурентним аналізом. Хоча ці поняття схожі, але між ними існує різниця. По-перше, різне коло досліджуваних об'єктів, конкурентний аналіз зазвичай обмежений певним ринком або галуззю, бенчмаркінг таких обмежень немає, тому часто за допомогою бенчмаркінга досліджують підрозділи підприємства, конкурентів, лідерів інших галузей та інших об'єктів, досвід яких на думку дослідників буде актуальним. По-друге, бенчмаркінг навідріз від конкурентного аналізу не тільки вказує на відмінності, а й передбачає їх можливу адаптацію для підприємства. По-третє, бенчмаркінг - це неодноразове дослідження, а постійне та систематичне.

Виходячи з вищезгаданого тлумачення, можемо зрозуміти, що частина науковців розуміють та пропонують іншим розглядати

бенчмаркінг як метод, проте його також розглядають як пошук, процес, діяльність, інструмент та спосіб. Тобто в сучасній літературі не існує єдиної думки щодо розуміння терміну бенчмаркінг.

В нашій роботі ми будемо більш схильні до визначення бенчмаркінгу як інструменту, за допомогою якого здійснюється систематичний аналіз суб'єктів внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, а також інших учасників ринку, для подальшого використання та адаптації найкращих ідей з метою безперервного вдосконалення бізнесу та підвищення рівня його конкурентноспроможності.

Бенчмаркінг по своїй суті є певним процесом, який поділяється на стадії. В науковій літературі найчастіше виділяють шість етапів бенчмаркінгу, проте окремі моделі бенчмаркінгу складаються з 30 кроків, які необхідно здійснити для досягнення результату. Основні етапи бенчмаркінгу: визначення об'єкта бенчмаркінгу, вибір партнерів, визначення методів збирання інформації, аналіз, впровадження, оцінка результатів впровадження. Окрім визначених шести етапів ми б також запропонували внести ще один етап - це адаптація, який може бути як перед впровадженням так і після нього. Під адаптацією ми розуміємо пристосування або корегування методів, інструментів, які були отримані в результаті аналізу, для їх вдалого використання на підприємстві. Оскільки не завжди запозичені технології та методи будуть працювати на іншому підприємстві. Тож їх пристосування є вкрай необхідним для покращення економічних показників та рівня конкурентноспроможності підприємства.

Варто зазначити, щоб бенчмаркінг працював ефективно, то потрібно дотримуватись основних принципів бенчмаркінгу. Виділяють такі принципи як: взаємність, достовірність, вимірюваність, аналогія та науковість [2].

Також ми пропонуємо додати такі принципи як законність, систематичність та періодичність. Під законністю розуміється, що всі шляхи отримання інформації мають бути легальними та відповідати чинному законодавству. Під системністю мається на увазі використання системного підходу до збору та аналізу даних. Принцип періодичності означає виконання збору даних протягом конкретного періоду часу. Для досягнення кращих економічних результатів також пропонуємо розглянути принцип постійності, що означає використання бенчмаркінгу під час постійної діяльності підприємства.

На сьогоднішній день бенчмаркінг застосовується в бізнесі та державному секторі. В обох сферах бенчмаркінг використовують як інструмент підвищення конкурентоспроможності та розвитку. Застосування бенчмаркінгу як інструмента управління ефективністю підприємства дозволяє виділити такі його переваги: можливість визначення сильних і слабких сторін діяльності підприємства; можливість запозичення кращого досвіду інших суб'єктів; стимулювання працівників до навчання і вдосконалення; покращення або започаткування співпраці між суб'єктами бенчмаркінгу; підвищення конкурентоспроможності підприємства.

В основному бенчмаркінг в публічному управлінні використовується для: визначення слабких та сильних сторін регіону; порівняльного аналізу досягнень між регіонами; оцінки соціально-економічного розвитку території; оцінки конкурентоспроможності міст.

В державному управлінні бенчмаркінг є важливим інструментом для подальшого розвитку, оскільки за допомогою нього можна буде проводити якісне стратегічне планування, покращити співпрацю між містами та регіонами, оцінювати ефективність управлінських рішень та оцінити соціально-економічний розвиток територій. Ми пропонуємо за допомогою бенчмаркінгу: створити бенчмаркінгову спільноту між містами України та їх світовими містами-побратимами; здійснювати аналіз процесів управління; виявляти найкращі світові практики; застосовувати результати, адаптуючи їх під потреби населення кожного з міст; здійснювати оцінку діяльності державних органів влади; висвітлення результатів порівняння населення для підвищення рівня обізнаності та демократії.

Сьогодні в Україні бенчмаркінг застосовується доволі рідко та переважно в підприємницькій діяльності. Проте варто зазначити в Україні компанія Business Solution запустила в життя проєкт «Бенчмаркінг-2000», і не залишає цієї задумки сьогодні. Ідея проєкту була така: компанія-учасник, надаючи інформацію про себе, отримує доступ до досвіду інших компаній, а також рекомендації щодо того, як можна застосувати цей досвід [6].

Тобто ми бачим, що спроби впровадження бенчмаркінгу українськими підприємцями були. Після війни для відновлення конкурентоспроможності підприємств, потрібно буде запроваджувати новітні технології та методи їх застосування. Для отримання такого досвіду підприємцям рекомендовано використати метод бенчмаркінгу

та створити бенчмаркiтiнгoвi спiльнoтi, щo сприятиме постійному розвитку та покращенню співпраці між її учасниками. Ми також розуміє, що в Україні існує перепона для бенчмаркінгу - „закритість підприємств”, не кожен підприємець готовий розкривати інформацію про своє підприємство. Проте є надія, що війна, яка зблизила тисячі українців, буде мати позитивний наслідок - зруйнування „бар’єру закритості”.

Отже, бенчмаркінг є важливим інструментом післявоєнного розвитку, за допомогою якого можна буде покращити співпрацю між містами та регіонами як всередині України так і поза її межами, виявляти стан соціально-економічного розвитку територій, оцінювати якість виконання державно-адміністративних обов’язків місцевою владою, впроваджувати новітній досвід для майбутнього процвітання громад. Створення міжнародної бенчмаркiтiнгoвoї спiльнoтi сприятиме пришвидшенню руху України в інтеграції в Європейський союз та світову спільноту. Важливим аспектом бенчмаркінгу в державному управлінні України буде звітування про аналіз та порівняння з іншими містами або регіонами населенню, що дозволить зменшити рівень корупції та покаже, що Україна прагне розвивати та розвиває демократичні європейські цінності.

Використання бенчмаркінгу в бізнесі сприятиме впровадженню нових технологій та покращенню кваліфікації працівників та управлінського персоналу. Набутий досвід та нововведення дозволять українським підприємствам бути конкурентоспроможними як на власному ринку так і на іноземних ринках, що виллється в збільшення кількості експорту та зменшенні імпорту. Проте не варто забувати, що кожен досвід та технології при їх впровадженні потребують адаптацій, що може призвести до появи зовсім інших інструментів та ідей, які при подальшому розвитку можуть стати інноваціями в своїх галузях.

#### **Література.**

1. Завадський Й.С., Осовська Т.В., Юшкевич О.О. Економічний словник. Київ: Кондор, 2006. 356 с.
2. Бенчмаркінг простими словами. URL: <https://edin.ua/benchmarking-prostimi-slovami/> (дата звернення 12.11.2022)
3. Шабатура Т. С. Формування інвестиційного потенціалу в контексті вирішення економічних конфліктів. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2016. No 1(5). С. 235–242.