

складу стратегічної концепції розвитку національної економіки. Інтенсивний інформаційний обмін між рибною індустрією і державною політикою здатні забезпечити Україну сучасною господарською системою світового рівня. Тому для подальшого розвитку рибної галузі Уряд України має перейти від пасивного спостереження до конкретних дій і здійснити наступне:

- оновити основні засоби виробництва, знос яких вже досяг 80%;
- відрегулювати на законодавчому рівні діяльність імпортерів в інтересах власного виробника;
- на законодавчому рівні відрегулювати питання податкового законодавства з метою стимулювання розвитку галузі;
- нарощувати платоспроможність населення країни з метою підвищення обсягів споживання рибної продукції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Романов А.К. Узагальнені наукові підходи до регулювання економіки // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. - 2009. - №4. - С. 114.
2. Литовченко А.В. Сучасний стан тарифного регулювання імпорту рибної продукції в Україні // Матеріали міжнародного Форуму молодих вчених "Ринкова трансформація економіки: стан, проблеми, перспективи". - Х.: ХНСТГУСГ, 2007. - С. 287.
3. Буряк І.В. Ринок риби та рибопродуктів України / І.В. Буряк // Аграрна наука. - 2008. - Вип. 63. - С. 98.
4. Дакас К. Ловись, рибка, рибка велика і прибуткова / К. Дакас // Київський телеграф. - 2009. - № 34. С. 102.

УДК: 338.4

ЗНАЧЕННЯ БЕНЧМАРКІНГУ В ЕКОНОМІЧНІЙ БЕЗПЕЦІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Танклевська Н.С. – д.е.н., професор,
Голович Н.М. – аспірант, Херсонський ДАУ*

Постановка проблеми. Розвиток ринкового механізму господарювання сільськогосподарських підприємств викликав необхідність пошуку новітніх методів, механізмів та напрямів забезпечення економічної безпеки функціонування підприємств. Для досягнення найкращих результатів необхідно врахувати провідний досвід інших господарюючих суб'єктів, що дозволить оцінити можливі ризики, сценарії розвитку і, як наслідок, знизити вплив негативних факторів на власне підприємство. У питанні забезпечення економічної безпеки сільськогосподарських підприємств бенчмаркінг дає змогу провести практичний аналіз ефективності тієї чи іншої технології, можливий рівень рентабельності нового виду діяльності або прибутковості альтернативних напрямів діяльності та сегментів ринку, а також оцінити типові помилки конкурентів.

Стан вивчення проблеми. Проблеми бенчмаркінгу присвячені праці зарубіжних та вітчизняних вчених, серед яких Р. Кемп, Л. Каханер, Н. Кирич, Н. Шведа, О.М. Соляник, А.В. Дубодєлова, О.В. Юринець та інші. Разом з тим, проблема взаємозв'язку бенчмаркінгу та економічної безпеки у сільськогосподарських підприємствах залишається не вирішеною.

Завдання і методика досліджень. Головним завданням є визначення ролі бенчмаркінгу в забезпеченні економічної безпеки сільськогосподарських підприємств. Для досягнення поставлених завдань були використані сучасні наукові методи, зокрема монографічний, історичний, аналізу і синтезу, індукції, дедукції та конкретизації.

Результати досліджень. Зародившись у 1970-80 рр. у США завдяки компаніям PIMS та Хегох, бенчмаркінг поступово розширився на інші сфери економіки, тим самим пройшовши декілька етапів, а саме:

- 1) ототожнення бенчмаркінгу із реінжинірингом чи ретроспективним аналізом продукції;
- 2) бенчмаркінг конкурентоспроможності (кінець 1970-х — середина 1980-х років);
- 3) співставлення продукції власного підприємства з продукцією конкурента, а також вивчення діяльності процвітаючих компаній в інших галузях економіки (з другої половини 1980-х років);
- 4) інтенсивний розвиток стратегічного бенчмаркінгу як систематичного процесу аналізу лідируючих стратегій підприємств партнерів (не лише конкуруючих) з метою формування вдосконаленої стратегії компанії;
- 5) глобальний бенчмаркінг, який у перспективі може стати інструментом обміну міжнародним досвідом з урахуванням національної культури процесів компаній [1, с. 21-25].

У перекладі з англійської "benchmark" означає "початок відліку", "контрольна точка" [6, с.65], хоча його трактування на практиці має різні підходи. Вітчизняні науковці, серед яких Кирич Н., Шведа Н. зауважують, що на сьогодні бенчмаркінг є однією із найпрогресивніших технологій підвищення конкурентоспроможності в світі, тому для сільськогосподарських підприємств виступає можливістю забезпечення високого рівня економічної безпеки [4, с.287]. Крім того А.Г. Гончарук стверджує, що бенчмаркінг — це метод управління ефективністю різних сфер діяльності (виробництва, збуту, логістики, фінансів, кадрової політики й ін.), заснований на порівняльному аналізі роботи компанії з кращими представниками галузі (або інших галузей), який полягає в оцінці власної і галузевої ефективності, ідентифікації та вивченні роботи галузевих лідерів і впровадженні найкращих галузевих досягнень у свою діяльність [2, с. 253]. Тоді як Соляник О.М., Легуша О.А. вважають, що бенчмаркінг є не що інше як дієвий інструмент для визначення становища компанії порівняно з іншими, подібними за розмірами та/або сферою діяльності, організаціями [7]. На думку Р. Кемпа, бенчмаркінг є пошуком кращих методів, які ведуть до поліпшення діяльності [8].

Необхідність використання сучасних технологій порівняння всіх аспектів функціонування підприємства для стратегічної орієнтації на кращі досягнення, на думку Жилінської О.І. та Волошиної В.Є., активізує необхідність комплексного викладу аналізу діяльності підприємств на засадах бенчмаркінгу

[3, с. 97]. Тому виокремлюють такі головні види бенчмаркінгу сільськогосподарських підприємств як бенчмаркінг конкурентоспроможності, внутрішній бенчмаркінг, функціональний бенчмаркінг, бенчмаркінг процесу, стратегічний бенчмаркінг [7], які здійснюються на основі принципів взаємності, аналогії, виміру та вірогідності.

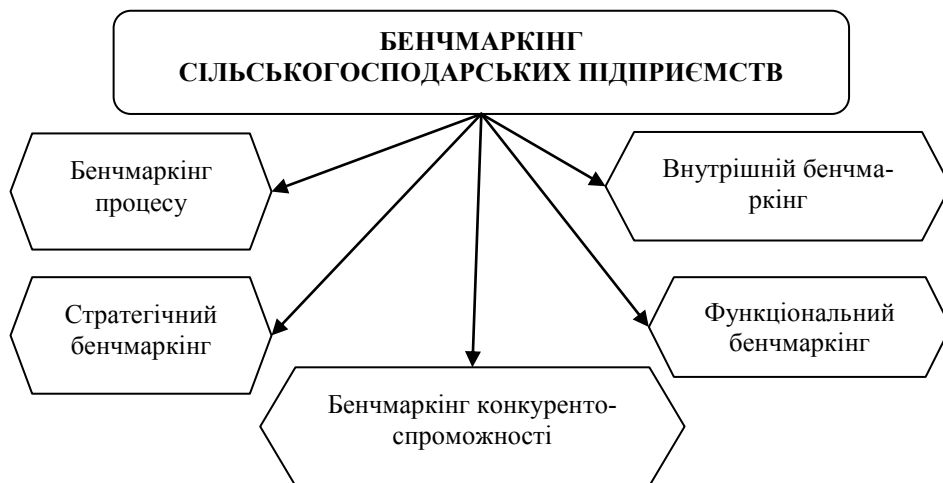


Рисунок 1. Види бенчмаркінгу сільськогосподарських підприємств *

* Згруповано автором за даними [4; 5; 6]

Зауважимо, що проводячи бенчмаркінг міжнародних аграрних підприємств варто враховувати, що функціонування економічних систем у країнах мають свої особливості. Також для сільськогосподарських підприємств важливе значення мають природно-кліматичні умови, тому не можливо повністю впроваджувати закордонний досвід, а необхідно провести його виважену адаптацію, що дозволить підвищити конкурентоспроможність господарюючого суб'єкта та рівень його економічної безпеки. Такими чином, бенчмаркінг спрямований на пошук, оцінку і апробацію на кращих прикладах, не залежно від їхнього розміру, сфери бізнесу і географічного положення, а також збирання інформації та її узагальнення з наступним застосуванням у компанії-реципієнті [5].

Враховуючи, що бенчмаркінг впливає на конкурентоспроможність, Ларі Каханер звертає увагу, що для економічної безпеки він має велике значення, що притаманне і сільськогосподарським підприємствам, а саме:

- прогнозування змін на ринку (сільськогосподарське підприємство проводить моніторинг середовища, в якому функціонує з метою мінімізації ризиків);

- прогнозування дій постачальників та конкурентів (сільськогосподарське підприємство проводить моніторинг дій конкурентів для відслідковування змін у їх поведінці);

- виявлення нових та потенційних конкурентів (моніторинг питань, якими цікавляться співробітники компанії, для раннього виявлення потенційного конкурента);

- можливість вчитися на помилках інших компаній (збір та аналізування інформації щодо помилок в організації діяльності інших сільськогосподарських підприємств);
- інформаційний моніторинг щодо інновацій, розроблених конкурентами, але не захищених патентами;
- вивчення нових технологій та продуктів, що здатні вплинути на сільськогосподарське підприємство;
- оцінка доцільності придбання сільськогосподарського бізнесу шляхом визначення його реальної вартості;
- вивчення політичних, законодавчих та інших схожих змін, що здатні вплинути на сільськогосподарське підприємство, наприклад захист виробника за допомогою митних зборів тощо;
- створення нового сільськогосподарського підприємства завдяки моніторингу стану подібних компаній на ринку в цілому, а також аналізу "підводних каменів";
- погляд на свій бізнес зі сторони (оцінка відповідності методів ведення аграрного бізнесу ринковим реаліям);
- перетворення слабких сторін на конкурентні переваги (використання виявлених недоліків у роботі конкуруючого сільськогосподарського підприємства);
- визначення потенційних джерел витоку конфіденційної інформації наперед через співробітників компанії;
- виявлення слабких сторін конкурента та недомовок в його рекламі (аналіз скарг споживачів на продукцію конкурента);
- моніторинг змін та реагування на них, а саме визначення публікацій, що формують негативну суспільну думку про компанію [9].

Разом з тим, бенчмаркінг не можна асоціювати з аналізом конкурентного середовища фірми, оскільки його цілі, задачі, методологія є значно ширшими і передбачають глибинний аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування підприємств. Оскільки суб'єкти аграрного сектора економіки України залежні від природно-кліматичних умов, політико-економічної нестабільності та конкурентної боротьби, бенчмаркінг дозволяє знизити негативний вплив факторів, підвищити ефективність господарювання, мінімізувати ризикованість діяльності ґрунтуючись на досвіді конкурентів.

Зважаючи на те, що економічна безпека сільськогосподарських підприємств ставить за мету забезпечення сталого економічного розвитку, надійного захисту майна та персоналу фірми від внутрішніх та зовнішніх загроз, попередження небажаних подій, які можуть призвести до негативних наслідків [5], роль бенчмаркінгу є визначальною і дозволяє не лише знизити можливі ризики, підвищити ефективність функціонування, а і підвищити конкурентоспроможність господарюючого суб'єкта.

Висновки та пропозиції. Отже, використання бенчмаркінг дає змогу зміцнити економічну безпеку сільськогосподарських підприємств за рахунок підвищення конкурентоспроможності, визначення потенційних конкурентів, їх сильних та слабких сторін, доцільності освоєння нових сегментів ринку, оцінити ефективність інноваційної техніки, технологій, особливості вирощування новітніх сортів. Для сільськогосподарських підприємств, які функціонують у

жорстких ринкових умовах, високий рівень економічної безпеки досягається за допомогою бенчмаркінгу, а тому використання його на підприємствах аграрного сектора економіки України є важливим та економічно доцільним.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Голубева Т.Г. Бенчмаркинг как инструмент достижения успеха // Качество. Инновации. Образование. - 2002. - № 4. - с. 21-25.
 2. Гончарук А.Г. Бенчмаркінг як метод управління ефективністю підприємства. / Труды Одесского политехнического университета. – 2007. – Вып. 1(27). – с. 253-258.
 3. Жилінська О.І. Теоретичні аспекти оцінювання конкурентоспроможності підприємства на засадах бенчмаркінгу / О.І. Жилінська, В. Є. Волошина // Бізнес Інформ . - 2012. - № 10. - с. 96-101.
 4. Кирич Н. Дослідження моделей бенчмаркінгу [Електронний ресурс] / Н. Кирич, Н. Шведа // Соціально-економічні проблеми і держава. - 2013. - № 1. - С. 286–296. - Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua>
 5. Маринович В.В. Конкурентний бенчмаркінг у забезпеченні економічної безпеки суб'єктів господарської діяльності / В.В. Маринович // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць № 2(13)2012. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://archive.nbuv.gov.ua>
 6. Особливості та технологія внутрішнього бенчмаркінгу на підприємстві [Електронний ресурс] / А. В. Дубодєлова, О. В. Юринєць // Маркетинг і менеджмент інновацій . - 2013. - № 2. - С. 64-73. - Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua>
 7. Соляник, О.М. Управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств на засадах бенчмаркінгу [Текст] / О.М. Соляник, О.А. Легуша // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 20-річчю наукової діяльності ф-ту економіки та менеджменту СумДУ, м. Суми, 3-5 квітня 2012 р. / Відп. за вип. О.В. Прокопенко. — Суми : СумДУ, 2012. — Т.4. — С. 64-65.
 8. Camp R. C., Benchmarking / R. C. Camp // The Search for Industry Best Practices That Lead to Superior Performance – Wisconsin : ASQC Industry Press, Milwaukee, 1989.
 9. Kahaner Larry. Competitive Intelligence : From Black Ops to Boardrooms – How Businesses Gather, Analyze, and Use Information to Succeed in the Global Marketplace. N. Y. : Simon & Schuster. – 1996. – 300 p.
-