

### **Список літератури:**

1. Яковлев А.И. Усовершенствование методов определения эффективности внешне-экономической деятельности / А.И. Яковлев // Финансы Украины. – 1998. – № 9.
2. Багрова І.В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Підручник / І.В. Багрова. - К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 580 с.

## **ВИКОРИСТАННЯ БЕНЧМАРКІНГУ АГРОПРОДОВОЛЬЧИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ УКРАЇНИ**

*Крамаренко І.С., к.е.н., доцент кафедри фінансів та кредиту,  
Миколаївський міжрегіональний інститут розвитку людини  
ВНЗ Університету «Україна», м. Миколаїв, Україна*

Бенчмаркінг (англ. Benchmarking) — це процес пошуку стандартного чи еталонного економічно ефективнішого підприємства-конкурента з метою порівняння з власним та переймання його найкращих методів роботи. Так, справді, процес порівняння результатів основних конкурентів здійснюється за допомогою збору інформації про них та порівняння, але бенчмаркінг - більш ефективний метод, чим просто збір інформації. Цей інструмент дозволяє виявляти можливості самовдосконалення, визначати об'єкти вдосконалення і стимулювати безперервність даного процесу задля підвищення конкурентоспроможності підприємства [1, С.269].

Першим етапом процесу використання бенчмаркінгу підприємством є планування, яке має на меті визначення критичних факторів успіху, вибір процесу бенчмаркінгу, документування процесу, розробку показників.

На другому етапі - пошуку - здійснюється вибір партнерів для бенчмаркінгу. Розуміння та документування процесу партнера по показникам і на практиці здійснюється на третьому етапі бенчмаркінгу - спостереження. Ідентифікація “зазорів” в показниках та пошук їх докорінних причин проходить на четвертому етапі бенчмаркінгу - аналіз. Вибір найкращої практики процесу, пристосування його до умов роботи своєї компанії, запровадження змін, все це заключний етап - адаптація. Для того, щоб обрана стратегія почала функціонувати, необхідно постійно самовдосконалюватись: вести безперервний пошук нових ідей, адаптувати їх та застосовувати на практиці, досконало вивчати досягнення та помилки інших підприємств, тобто використовувати бенчмаркінг. Адже, завдяки йому підприємство зможе: 1) підвищити ефективність роботи, що призведе до скорочення відходів виробництва та переробок готової продукції, до усунення багатьох проблем з якістю; 2) зрозуміти як працюють передові підприємства, і досягти таких, або більш високих результатів.

Отже, ми пропонуємо використовувати для ПАТ «Баштанський сирзавод» партнерський бенчмаркінг, тому що дослідне підприємство входить в об'єднання підприємств по виробництву сирів. «Молочний Альянс» — це група компаній, що поєднує в собі потужні підприємства з переробки молока і популярні молочні та сирні бренди. До цієї компанії входить: Пирятинський, Баштанський, Городенківський, Золотоніський сирзаводи та Яготинський маслозавод. Тому доцільно використовувати даний вид бенчмаркінгу.

Для «Молочного Альянсу» пропонуємо відкрити Аудиторську Комісію з партнерського бенчмаркінгу (див. рис.).

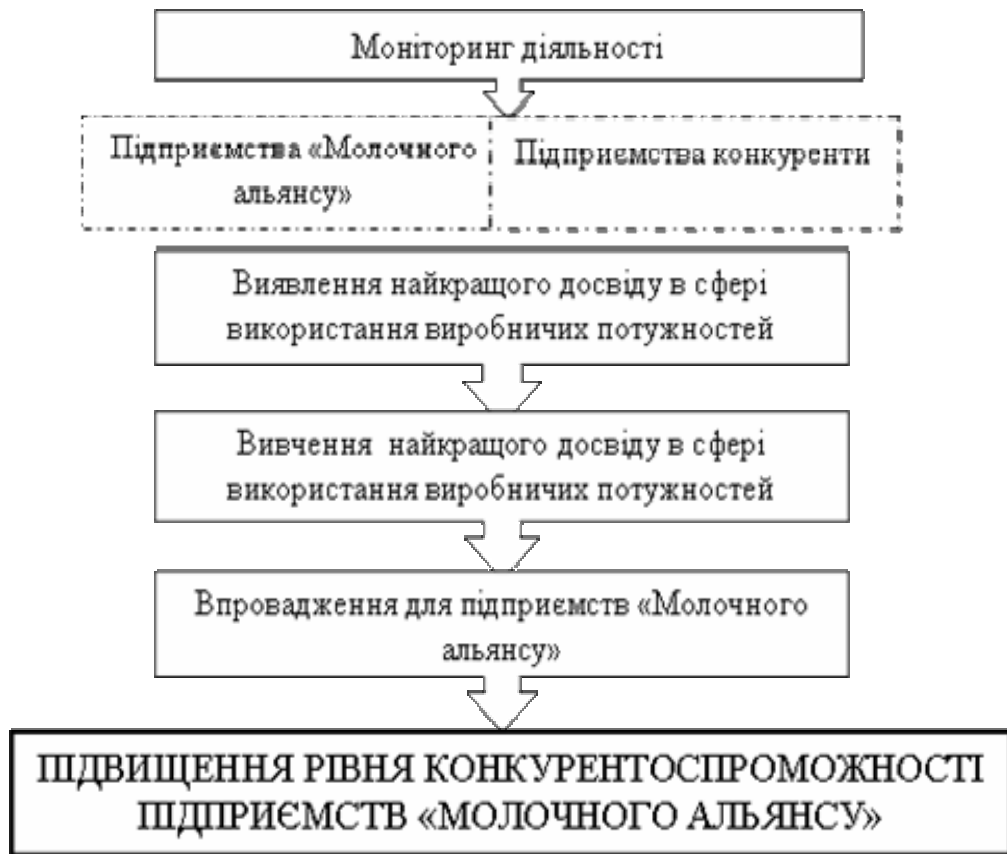


Рис. Механізм роботи Аудиторської комісії з бенчмаркінгу для «Молочного Альянсу»

*Джерело: розроблено автором*

Вона буде здійснює постійний моніторинг якості менеджменту маслозаводів, які входять в альянс, а також організацій - конкурентів. При цьому моніторинг опирається на систему показників, які містять у собі багато детальних показників діяльності підприємств по переробці молока. Даний моніторинг спрямований на виявлення розбіжності в ефективності використання наявних ресурсів, витрачених на ті або інші потреби. На основі даного моніторингу Аудиторська Комісія з бенчмаркінгу виявляє передовий досвід кращого з погляду показників соціально-економічної ефективності використання потужностей підприємства (ним може виявитися один із сирзаводів або маслозаводів). Потім кращий досвід вивчається, виявляються ті практичні кроки, які дозволили одержати кращі результати, потім цей досвід описується й тиражується при особистій участі співробітників Аудиторської комісії з бенчмаркінгу та компаній альянсу. Таким чином, контроль, що здійснює Аудиторська комісія, своєю кінцевою метою має підвищення ефективності роботи багатьох підприємств з переробки молока та підвищення ефективності кожної гривні вкладеної в дані підприємства.

### **Список літератури:**

1. Желіховська М.В. Бенчмаркінг – інструмент удосконалення стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства / М.В. Желіховська // Вісник Хмельницького національного університету.– 2010.–№ 4. Т. 3.– С.269-272