

ВЛИЯНИЕ БЕНЧМАРКИНГА НА ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Курбацкая Л.Н., Донских А.С.

Днепропетровский государственный аграрно-экономический университет

В статье рассматривается суть и значение бенчмаркинга как одного из маркетинговых инструментов, который способствует улучшению бизнес-процессов. Выявлены основные преимущества его использования. Рассмотрены этапы процесса бенчмаркинга, которые целесообразно применять для предприятий аграрной сферы. Определены особенности и возможности применения бенчмаркинга в качестве эффективного инструмента повышения конкурентоспособности аграрных предприятий. Приведены основные факторы и барьеры, которые препятствуют применению бенчмаркинга в аграрной сфере.

Ключевые слова: бенчмаркинг, конкурентоспособность, аграрные предприятия, повышение конкурентоспособности, этапы бенчмаркинга.

Постановка проблемы. В процессе социально-политических и экономических преобразований в Украине возникает вопрос о необходимости научного решения проблем, связанных с повышением эффективности функционирования аграрно-промышленного комплекса. Глобализация мировой экономики и вступление Украины во Всемирную организацию торговли предоставило аграрному сектору дополнительные возможности доступа к внешним рынкам, что привело к усилению конкурентной борьбы и повышению требований к качеству сельскохозяйственной продукции как на внутреннем, так и мировом продовольственном рынках. Рост конкуренции заставляет отечественные предприятия искать новые средства и методы повышения эффективности управления, обеспечения стабильного уровня конкурентоспособности, которые бы основывались на выявлении и внедрении инноваций. Одним из таких эффективных инструментов, который позволяет предприятию постоянно наращивать производительность, улучшать качество своей работы, быть впереди своих конкурентов, является бенчмаркинг.

Анализ последних исследований и публикаций. Теоретические аспекты управления конкурентоспособностью сельскохозяйственных предприятий в условиях развития экономики нашли свое отражение в научных работах многих исследователей: И. Ансоффа, Г. Азоева, В. Андрийчука, В. Амбросова, Р. Близкого, И. Житной, Ф. Котлера, А. Кириенка, М. Малика, М. Портера, Р. Фатхудинова и др. Весомый вклад в развитие концепции и методологии бенчмаркинга внесли зарубежные и отечественные ученые, в частности: Р. Кемп, М. Спендолини, Р. Райтер, Р. Рейдер, Р. Венетуччи, С. Кук, Г. Багиев, А. Михайлова, Н. Козак, Л. Савицкая, В. Слипенький, Л. Мисюра, А. Ашуев, Н. Хананова, А. Арефьева и другие.

Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы. В то же время, работы украинских авторов, посвященные проблемам внедрения бенчмаркинга на предприятиях, недостаточно полно раскрывают сущность проблематики и опираются преимущественно на опыт зарубежных стран. Рассмотрение особенностей бенчмаркинга и определение возможностей его применения в качестве эффективного инструмента повышения конкурентоспособности аграрных предприятий на сегодняшний день является малоисследованным. В связи с этим, существует необходимость научного обоснования эффективности влияния бенчмаркинга на повышение конкурентоспособности аграрных предприятий.

Цель статьи. Определение сути и значения бенчмаркинга как одного из маркетинговых инструментов, способствующих улучшению бизнес-процессов; выявление особенностей и возможностей применения бенчмаркинга с целью повышения конкурентоспособности аграрных предприятий.

Изложение основного материала. Специфика функционирования аграрных предприятий на продовольственном рынке обусловлена определенными условиями его существования и развития. К ним следует отнести: биоклиматические, которые дают возможность увеличивать объемы производства и обеспечивать население высококачественной продукцией; изменение институциональной и организационной структуры рынка в крупнейших странах-производителях продовольствия; инфраструктуру рынка; процесс изменений и постоянного усовершенствования механизма внешнеэкономической деятельности; размер и отраслевую специализацию предприятий; соотношение спроса и предложения на рынке; развитие международной торговли; сокращение финансирования сельскохозяйственного производства; общую политическую ситуацию в мире и политико-правовую стабильность каждой страны. На протяжении последних лет среда, в которой функционирует АПК, существенно меняется: постоянно растет степень ее неопределенности, появляются неучтенные факторы риска. Усиление конкурентной борьбы аграрных предприятий на рынке требует поиска новых эффективных способов ведения бизнеса, поэтому возрастает необходимость внедрения технологий управления, которые позволят получить конкурентные преимущества на основе использования лучшего опыта предприятий-лидеров. Маркетинговым инструментом, который способствует улучшению бизнес-процессов путем ориентации на достижение предприятий партнеров и конкурентов является бенчмаркинг.

Понятие «бенчмаркинг» (от англ. Benchmarking – установление контрольной точки) появилось в 1972 году в Институте стратегического планирования Кембриджа во время исследовательской деятельности консалтинговой группы PIMS [2]. Тогда, был сформулирован основной принцип бенчмаркинга: «для того чтобы найти эффективное решение в области конкуренции, необходимо знать лучший опыт других предприятий, которые достигли успеха в подобных условиях» [4].

Классическим определением бенчмаркинга являются слова основателя этого метода, руководителя Глобальной сети бенчмаркинга Роберта Кемпа: «Бенчмаркинг – это поиск лучших методов, которые ведут к улучшению деятельности» [3]. В более

широкой трактовке, бенчмаркинг – это не только передовая технология конкурентного анализа, это: концепция естественного развития, стремление фирм к непрерывному совершенствованию; сам процесс усовершенствования, то есть непрерывный поиск новых идей, их адаптация и использование на практике [5]. Основная задача бенчмаркинга – постоянное совершенствование маркетинга, финансовой структуры доходов предприятия, технического обеспечения продукта, развития менеджмента предприятия. Сущность бенчмаркинга заключается: во-первых, в сравнении своих показателей с показателями конкурентов и лучших предприятий; во-вторых, в изучении и применении успешного опыта других у себя на предприятии.

Сегодня в Украине бенчмаркинг становится все более популярным. Среди причин, способствующих использованию бенчмаркинга производителями сельскохозяйственной продукции можно выделить следующие:

- прогнозирование изменений конкурентной среды;
- своевременное определение достоверности отставания от конкурентов;
- необходимость существенных улучшений для сохранения конкурентоспособности;
- пересмотр существующих и формирование новых целей предприятия;
- поиск лучших путей достижения поставленных целей;
- определение приоритетов при проведении реструктуризации, оценка потенциальных возможностей новых направлений деятельности.

Объектами бенчмаркинга могут быть: методы, процессы, технологии, качественные параметры продукции, показатели финансово-хозяйственной деятельности предприятий (структурных подразделений) из соответствующей отраслевой структуры. Исследуя производственные процессы, методы или технологии производства и сбыта продукции, основное внимание уделяют поиску резервов снижения издержек производства и повышению конкурентоспособности продукции.

Следует отметить, что бенчмаркинг – это последовательный и четко структурированный процесс. Такая структурированность и последовательность достигается путем разработки поэтапной модели, в основе которой лежит цикл Деминга, состоящий из 4 составляющие: планирование (plan), реализация плана (do), проверка или корректировка плана (check) и разработка дальнейших действий (act). То есть, бенчмаркинг – это не отдельный одноразовый проект, а стратегия последовательного улучшения и непрерывный процесс управления изменениями. Начав однажды бенчмаркинг-деятельность, предприятие должно продолжать сравнивать себя с «лучшей практикой», если оно стремится к постоянному совершенствованию и развитию. Бенчмаркинг применяется во всех сферах деятельности предприятия – логистике, маркетинге, управлении персоналом и т.д. Это, в свою очередь, позволяет аграрному предприятию определить основные проблемы в этих видах деятельности и найти новые подходы к их решению. В целом, бенчмаркинг связан с постановкой целей и является одним из компонентов процесса планирования – неременного условия успешного управления адаптацией деятельности аграрного предприятия на мировом продовольственном рынке.

Бенчмаркинг-исследование предполагает выявление эталона ведения агробизнеса с помощью общепринятых, стандартных оценок де-

ятельности аграрных предприятий. В процессе эталонного сравнения выделяют: измерения своей деятельности и сравнения показателей с другими; изучение и использование положительного опыта других в своем предприятии [6]. Используя бенчмаркинг, аграрные предприятия могут получить: возможность объективно проанализировать свои сильные и слабые стороны, увидев себя со стороны; целенаправленное обучение – отраслевые лидеры позволяют определиться со стратегическими ориентирами для ликвидации отставания и выхода на лидирующие позиции на мировом продовольственном рынке; инновационные идеи как в производственной сфере, так и в области сбыта аграрной продукции; систематичность исследований, которая позволяет держать руку на пульсе конкурентов и действовать активно; стратегические альтернативы, которые помогут изменить себя, выйти из безнадежных ситуаций, сформированных снаружи и внутри предприятий, на основе анализа показателей эффективности хозяйственной деятельности конкурентов.

Стандартный процесс бенчмаркинга включает в себя несколько этапов. Для предприятий аграрной сферы целесообразно применять следующие этапы:

- этап планирования состоит из трех шагов: определение объекта бенчмаркинга, поиск лучших вариантов в данной сфере, определение метода сбора информации и сбор этой информации;
- этап анализа включает в себя: определение слабых сторон собственного предприятия, проектирование ожидаемого уровня;
- этап интегрирования состоит из следующих шагов: установление функциональных целей, налаживание коммуникационных связей;
- этап действия включает следующие шаги: разработка планов внедрения, внедрение и мониторинг;
- этап зрелости заключается в ответе на вопрос: интегрирована ли практика в процесс деятельности предприятия, достигнуты ли позиции в данной сфере [7]?

Сегодня представители аграрного бизнеса, к сожалению, не в полной мере владеют сбалансированными системами сбора, оценки, анализа и внедрения успешных бизнес-решений для измерения и эталонного сравнения показателей, которые не имеют четких методик определения. Как это ни парадоксально, но аграрный сектор имеет гораздо больший потенциал для конкурентного бенчмаркинга, чем принято думать. Теоретически, представители этого сектора всегда имеют перед глазами массу примеров (ориентиров), к которым следует стремиться. Но на практике – все методы, которые используют ведущие компании, либо недоступны, либо неизвестны. Кроме того, применению бенчмаркинга на предприятиях АПК препятствует еще много факторов и барьеров. Во-первых, в силу ограниченности ресурсов, не все предприятия пытаются привлечь специалистов со стороны и пользоваться услугами консультационных фирм. Во-вторых, членство в любом бенчмаркинг-«клубе» довольно дорогостоящее для отечественных субъектов хозяйствования. В-третьих, для достижения желаемого эффекта от эталонного сравнения показатели, которые измеряются, должны отражать различные особенности аграрного бизнеса. Отраслевой особенностью, в частности, является то что, в сельском хозяйстве действие экономических законов тесно переплетается с действием естественных законов, потому, что средствами производства здесь есть живые организмы растений и животных, которые развиваются согласно биологическим законам.

Следующей особенностью является несовпадение периода производства и рабочего периода, следовательно, возникает сезонность производства, которая проявляется неравномерным, прерывистым использованием рабочей силы и средств производства, неравномерным поступлением продукции и доходов в течение года [1]. Важной особенностью деятельности аграрных предприятий является их зависимость от природно-климатических условий, и как следствие, аграрные предприятия работают в условиях риска и неопределенности.

Выводы и предложения. Учитывая вышесказанное, можно сделать вывод о том, что успех аграрных производителей в основном зависит от их способности определять основные факторы конкуренции и своевременно реагировать на изменения их параметров. Выявление и учет этих особенностей при использовании бенчмаркинга, в свою очередь, обе-

спечит укрепление финансового состояния аграрных производителей и будет способствовать увеличению объемов аграрной продукции, производимой ими для реализации как на внешнем, так и внутреннем рынках. При этом, результат внедрения бенчмаркинга в аграрной сфере во многом зависит от тщательности подготовки к процессу реализации технологии бенчмаркинга. Для получения максимальных результатов процесс должен быть четко спланирован, направлен, отслежен и проработан. Именно бенчмаркинг способен сломать закоренелую структуру организации, стиль ведения бизнеса, ориентируясь, в частности, на лучшие результаты других предприятий-конкурентов. Внедрение бенчмаркинга в деятельность аграрных предприятий будет способствовать повышению качества их работы, обеспечению стабильного уровня конкурентоспособности и повышению эффективности в целом.

Список литературы:

1. Андрійчук В. Г. Агропромислові формування нового типу в контексті стратегії розвитку вітчизняного сільського господарства / В. Г. Андрійчук // Економіка АПК. – 2013. – № 1. – С. 3-16.
2. Воронов Ю. П. Бенчмаркинг в конкурентной разведке / Ю. П. Воронов // Проблемы теории и практики управления. – 2007. – № 1 – С. 34-38.
3. Коваленко О. В. Сутність та особливості бенчмаркінгу в антикризовому управлінні підприємством / О. В. Коваленко // Механізм регулювання економіки. – 2009. – № 3. – С. 140-145.
4. Михайлова М. Р. Бенчмаркинг – универсальный инструмент управления конкурентоспособностью предприятия / М. Р. Михайлова // Менеджмент в России и за рубежом. – 2006. – № 10 – С. 39-43.
5. Міщенко А. П. Стратегічне управління: [навч. посіб] / А. П. Міщенко – [2-е вид.]. – Дн-ськ.: Вид-во ДУЕП, 2007. – 332 с.
6. Немічева О. В. Бенчмаркинг як метод управління підприємством [Електронний ресурс] / О. В. Немічева, А. В. Усова. – Режим доступу: <http://www.rusnauka.com>
7. Рыжмань Л. Д. Бенчмаркинг как эффективный инструмент повышения конкурентоспособности сельскохозяйственных предприятий [Электронный ресурс] / Л. Д. Рыжмань // Российский академический журнал. – 2013. – № 1. – Том 23. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>

Курбацька Л.М., Донських А.С.

Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет

ВПЛИВ БЕНЧМАРКІНГУ НА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація

У статті розглядається суть і значення бенчмаркінгу як одного з маркетингових інструментів, що сприяє поліпшенню бізнес-процесів. Виявлено основні переваги його використання. Розглянуто етапи процесу бенчмаркінгу, які доцільно застосовувати для підприємств аграрної сфери. Визначено особливості та можливості застосування бенчмаркінгу в якості ефективного інструменту підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств. Наведено основні чинники та бар'єри, що перешкоджають застосуванню бенчмаркінгу в аграрній сфері.

Ключові слова: бенчмаркинг, конкурентоспроможність, аграрні підприємства, підвищення конкурентоспроможності, етапи бенчмаркінгу.

Kurbatska L.M., Donskykh A.S.

Dnipropetrovsk State Agrarian and Economic University

THE IMPACT OF BENCHMARKING TO IMPROVE THE COMPETITIVENESS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

Summary

The article deals with the essence and value of benchmarking as one of the marketing tools that helps to improve business processes. The basic advantages of using it were defined. The stages of the benchmarking process, which are useful for the enterprises of the agrarian sector, were considered. The features and possible applications of benchmarking as an effective tool to enhance the competitiveness of agricultural enterprises were investigated. The main factors and barriers that prevent the use of benchmarking in the agricultural sector were listed.

Keywords: benchmarking, competitiveness, agricultural enterprises, improvement of competitiveness, stages of benchmarking.