

*Коблянська І.І., к.е.н., доцент кафедри економіки
Сумський національний аграрний університет*

БЕНЧМАРКІНГ У СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Нестабільність кон'юнктури на ринках сільськогосподарської продукції, а також інституційні трансформації у вітчизняному аграрному секторі обумовлюють зростання ролі стратегічного управління у забезпеченні стабільної та ефективної роботи сільськогосподарського підприємства в довгостроковій перспективі. Стратегічне планування є сутнісною основою стратегічного менеджменту та реалізується шляхом використання певного набору науково обґрунтованих методів, правил та процедур щодо: стратегічного аналізу зовнішнього середовища; визначення планових показників та розроблення стратегічного плану; контролю та оцінки його виконання; аналізу досягнутих результатів тощо.

У процесі стратегічного аналізу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища та оцінки конкурентної позиції фірми на ринку використовуються методи: SWOT- аналізу; PEST – аналізу (та його модифікації) [1]; методи портфельного аналізу та ін. Водночас, недостатньо дослідженими залишаються питання розроблення стратегічного плану: методичної основи визначення та аналізу планових показників, змісту стратегії сільськогосподарського підприємства тощо. У цьому контексті на особливу увагу заслуговує бенчмаркінг як метод вивчення «найкращої практики».

Бенчмаркінг як процес систематичної та безперервної оцінки бізнес-процесів підприємства, їх порівняння з аналогічними показниками підприємств-лідерів з метою отримання інформації, яка може бути використана для поліпшення власних параметрів, є дієвим інструментом у процесі розроблення стратегічного плану підприємства. Найкращих результатів вдається досягти з використанням стратегічного та процесного бенчмаркінгу (вивчення механізмів функціонування кращих процесів, а не лише зіставлення його результатів із власними) [2]. Напрями досліджень можуть охоплювати: технологічні аспекти виробничої діяльності (за галузями сільськогосподарського виробництва); показники, що характеризують ефективність використання ресурсів сільськогосподарського виробництва; оцінки впливу економічних, соціальних, екологічних, техніко-технологічних факторів зовнішнього середовища на обсяги та ефективність виробництва; підходи в організації збуту; напрями інвестиційної та соціальної діяльності та ін.

Результати досліджень є підставою для вироблення напрямів удосконалення системи управління: зміни цілей, завдань та стратегічних рішень; реінжинірингу бізнес- процесів; зміни методів та інструментів управління бізнес-процесами; заміни ресурсів та постачальників; удосконалення кадрової політики та інвестиційної діяльності тощо. Необхідно підкреслити, що зміст бенчмаркінгу дозволяє розглядати його як інструмент забезпечення інноваційних змін у виробничій аграрній системі.

Підсумовуючи вищевикладене необхідно відзначити, що, зважаючи на неформалізований та «творчий» характер процесу розроблення стратегії та відповідного плану заходів з її реалізації, а також витратність створення спеціальної служби на підприємстві чи використання послуг консалтингових агенцій, бенчмаркінг можна розглядати як достатньо ефективний інструмент стратегічного планування особливо в умовах малих сільськогосподарських підприємств та фермерських господарств.

Список літератури:

1. Андрійчук В.Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу : підруч. / В.Г. Андрійчук. – К.: КНЕУ, 2013. – 780 с.
2. Ткачук Г.Ю. Бенчмаркінг як потенційний інструмент досягнення конкурентоспроможності малими підприємствами агробізнесу / Г.Ю. Ткачук // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Економічні науки. – 2010. – № 2 (52). – С. 292-294