

БЕНЧМАРКІНГ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

*Литовченко О. Ю., к. е. н., доцент,
Харківський національний університет міського господарства
імені О.М. Бекетова*

В останні роки бенчмаркінг входить у трійку найпоширеніших методів управління бізнесом у великих міжнародних корпораціях. Це пов'язано з тим, що він допомагає відносно швидко і з меншими витратами удосконалювати бізнес-процеси і фінансову діяльність. В цілому, ключові ідеї бенчмаркінгу полягають в наступному: виявлення кращих в своєму класі організацій, отримання необхідних відомостей за допомогою відповідних методів збору інформації для самооцінки, робота над самовдосконаленням за рахунок реалізації змін, спрямованих на досягнення і перевиконання встановлених норм [1].

Проведені в провідних компаніях світу опитування показують, що середній показник задоволеності менеджерів від використання бенчмаркінгу за п'ятибальною шкалою дорівнює чотирьом. Причинами такої популярності бенчмаркінгу є:

1) глобальна конкуренція. Сьогодні, в епоху глобалізації бізнесу, компанії усвідомлюють необхідність всебічного і детального вивчення і наступного використання кращих досягнень конкурентів з метою власного виживання.

2) винагорода за якість. В останні роки все більшого поширення одержують (на національному рівні) рекламні кампанії щодо визначення і винагороди фірм-лідерів якості. Умови участі в таких програмах припускають, крім демонстрації компаніями-учасниками конкурентних переваг продуктів, які випускаються ними, обов'язкове застосування концепції бенчмаркетингу в практиці управління компанією.

3) необхідність адаптації і використання світових досягнень у бізнес-технологіях та виробничих галузях. Щоб не відстати від своїх конкурентів, усім компаніям необхідно постійно вивчати і застосовувати передовий досвід у бізнес-технологіях, включаючи методи реалізації фінансової діяльності і забезпечення фінансової безпеки підприємств.

На практиці бенчмаркінг – це альтернативний метод стратегічного планування, в якому завдання визначаються не від досягнутого, а на основі аналізу показників конкурентів та кращих компаній інших галузей. Технологія бенчмаркінгу збирає у єдину систему розробку стратегії, галузевий аналіз і аналіз конкурентів.

Виділяють наступні види бенчмаркінгу: внутрішній – порівняння ефективності роботи підрозділів компанії; конкурентний – порівняння ефективності діяльності свого підприємства з конкурентами за різними параметрами; загальний – порівняння ефективності компанії з непрямими конкурентами за обраними параметрами; функціональний – порівняння за функціями (інновації, виробництво, продажі, закупівлі тощо) на підприємстві стосовно підприємств цієї ж галузі.

Бенчмаркінг тісно пов'язаний із стратегічно орієнтованим маркетинговим дослідженням, що містить у собі дослідження ринку збуту, дослідження внутрішнього середовища фірми, дослідження маркетингового інструментарію, його розробленість і ефективність використання, дослідження ринку продуктивних сил (робоча сила, сировина і матеріали, грошовий ринок і ринок капіталу), дослідження зовнішнього середовища, бенчмаркінг і маркетингову розвідку. Розробка механізму забезпечення фінансової безпеки підприємства повинна корелюватися з обраною (розробленою) фінансово-інвестиційною стратегією, тобто з сукупністю стратегічних рішень, які охоплюють також вибір місії і пріоритетів фінансової діяльності підприємства і забезпечення його фінансової безпеки [2].

Алгоритм і напрямки застосування бенчмаркінгу до забезпечення фінансової безпеки підприємства – це: пошук і вибір підприємств, де функціонують системи забезпечення фінансової

безпеки; вивчення (дослідження) систем забезпечення фінансової безпеки підприємства, де вони зарекомендували себе ефективно функціонуючими; проведення ретельного аналізу таких систем і відбір їхніх найкращих складових, а саме, методів залучення фінансових ресурсів, фінансових стратегій тощо, які забезпечують достатній рівень фінансової безпеки; пристосування відібраних форм і методів забезпечення фінансової безпеки підприємства до даного підприємства, де буде створюватися або вдосконалюватися система забезпечення фінансової безпеки; розробка (вибір) фінансової стратегії (з врахуванням відібраних форм і методів забезпечення фінансової безпеки підприємства), яка забезпечуватиме фінансову безпеку підприємства; здійснення контролю за функціонуванням системи забезпечення фінансової безпеки підприємства (з використанням зворотного зв'язку).

Характеристика основних типів і напрямків фінансово-інвестиційної стратегії базується на класифікації джерел фінансових ресурсів і напрямків фінансової активності. Кожне джерело фінансування має особливості, які обумовлюють його привабливість (або непривабливість) для підприємства: реальність використання джерела (його доступність); потенційна ємність джерела; економічна ефективність використання; рівень ризику користування джерелом (з погляду вимог повернення використовуваних засобів чи можливої втрати контролю над підприємством) [2].

Якщо бенчмаркінг проведено правильно, він може дати компанії багато переваг. Критеріями успішного проведення бенчмаркінгу є правильно підібрана команда, глибока деталізація процесів, зацікавленість керівництва в результатах, інтеграція результатів бенчмаркінгу зі стратегічними планами розвитку.

Отже, грамотне використання досвіду конкурентів і успішних компаній дозволяє скоротити витрати, підвищити прибуток і оптимізувати вибір стратегії діяльності. В цілому це сприяє фінансовій стабільності підприємства і фактично – його фінансовій безпеці.

Список використаних джерел

1. Маринович В.В. Конкурентний бенчмаркінг у забезпеченні економічної безпеки суб'єктів господарської діяльності [Електронний ресурс]/ В.В. Маринович. – Режим доступу:http://archive.nbuv.gov.ua/..._fkd/2012_2/part1/22.pdf.
2. Кузенко Т. Б. Фінансова безпека підприємства: Навч. Посіб. / Т. Б. Кузенко, Л. С. Мартюшева, О.В. Грачов, О. Ю. Литовченко. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2010. – 311 с.
3. Забарна, Е. М. Система організаційно-управлінських інновацій в розвитку сучасних регіонів України : монографія / Е. М. Забарна, Є. Ю. Щьокіна. – Херсон : Олді-плюс, 2019. – 244 с.
<http://dspace.opu.ua/jspui/handle/123456789/8447>

ІННОВАЦІЙНИЙ ВЕКТОР ТРАНСФОРМАЦІЇ ПРОСТОРОВОГО РОЗВИТКУ ЛІСОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

*Ярова І. Є., к. е. н, доцент
Сумський державний університет*

Розвиток нової парадигми природогосподарювання у лісовому комплексі України, яка характеризується інноваційністю, знанняємністю, зміною форм і проявів суспільних (економічних) відносин, поглибленням напрямів збалансованого екосистемного розвитку, формуванням нових механізмів забезпечення регулювання природно-ресурсних відносин, потребує осмислення і у форматі просторової організації сталого лісокористування та ведення лісового господарства.

Просторовий підхід як інноваційна методологія дослідження лісогосподарських систем з позиції їх розподілу, розвитку та трансформації у просторі недостатньо розроблений в теоретико-методологічному ракурсі.