

## **Використання технологій конкурентного бенчмаркінгу в експортно-орієнтованій моделі ведення бізнесу**

*Вікторія Маринович*

*кандидат економічних наук, доцент,  
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», Київ, Україна,  
ORCID: 0000-0001-8938-0756*

Використання ефективних технологій ведення бізнесу задля розвитку експортного потенціалу країни може стати підґрунтям її економічного відродження. Результатом цього процесу є зміцнення міжнародних конкурентних позицій країни на глобальному рівні. Крім того, стабільний розвиток експортного потенціалу країни є стимулом для формування економіки знань, створення попиту на висококваліфікований персонал. Така константність розвитку сприяє удосконаленню зовнішньоторговельної діяльності та економіки країни в цілому.

Для того, щоб провести якісний аналіз експортної діяльності для надання достовірної інформації для прийняття управлінських рішень, економічним агентам, які займаються експортно-орієнтованим бізнесом, потрібно мати в своєму арсеналі необхідні менеджмент-технології. Технологія конкурентного бенчмаркінгу забезпечує конкурентоспроможність суб'єкта господарської діяльності в довгостроковій перспективі, бо вона спрямована на пошук найбільш перспективних управлінських рішень у сфері експортного бізнесу, що безпосередньо впливають на інноваційну діяльність підприємств і мають довгострокові наслідки.

Зіставлення економічних агентів (конкурентний бенчмаркінг) дозволяє стимулювати розвиток останніх, випуск ними нових видів продукції і надання нових послуг, використовуючи наукові дослідження, передові технології, які забезпечують ефективне використання ресурсів. Важливу роль при цьому відіграє співвідношення стратегії нововведень і загальної стратегії суб'єктів господарювання, оскільки, якщо нововведення виникають ізольовано, то їх впровадження опиняється під загрозою.

Особливість сьогоденного моменту у сфері експортно-орієнтованого бізнесу полягає у все більшому усвідомленні підприємствами необхідності всебічного та детального вивчення найкращих досягнень конкурентів з метою власного виживання. У розвинених країнах експортно-орієнтовані економічні агенти в цілому демонструють кращі результати роботи, порівняно із тими суб'єктами господарської діяльності, які функціонують лише на внутрішньому ринку. Орієнтування економічних агентів на експорт продукції та послуг шляхом використання технологій конкурентного бенчмаркінгу набуває всесвітнього руху. Багаторічний досвід використання бенчмаркінгу в США інтенсивно впроваджують європейські країни та країни Азійсько-Тихоокеанського регіону, країни Південної та Центральної Америки, Канада. Останні емпіричні дослідження консалтингової компанії Bain and Co щодо використання топ-10 інструментів ведення бізнесу, показали, що бенчмаркінг увійшов у четвірку

незмінних з 1993 року інструментів ведення бізнесу [1]. Підприємства (46% із 100 %) активно використовують технологію конкурентного бенчмаркінгу. Це значно перевищує середньостатистичну позначку в 30 %. Рівень задоволення підприємств технологією конкурентного бенчмаркінгу становить 3.94 за 5-бальною шкалою, що відображає, принаймні частково, можливості, які відкриває ця технологія в управлінні експортно-орієнтованим бізнесом. Бажання підприємств, які займаються експортом, бути обізнаними з підходами до управління експортними операціями на світовому ринку, мають стати нормою їх діяльності. Це потрібно для розуміння коливань у веденні бізнесу та успішного конкурування на рівних умовах із зарубіжними економічними агентами.

З огляду на циклічність спадів і підйомів у загальному використанні управлінських інструментів, що часто відображають макроекономічне середовище та динаміку конкуренції, можна зробити низку висновків, а саме: (а) середня кількість інструментів, які використовувалися підприємствами з 2014 року збільшилася, хоча все ще залишається доволі низькою; (б) використання інструментів досягло своєї пікової позначки в 16.1 (2002 р.) у той час, коли управлінці боролися з економічним спадом, прагнучи прискорити зростання потенціалів підприємств [1].

Сьогодні доступ українських виробників до традиційних експортних ринків значно ускладнився, сировинна орієнтація експорту послабила обробну промисловість, у тому числі її найважливішу галузь-машинобудування та галузі з потенціалом до розвитку-цивільне літакобудування і виробництво автомобілів. Застосування конкурентного бенчмаркінгу у період такого економічного спаду має посилити експортний потенціал економічних агентів різних рівнів, що надасть можливість зробити аналіз ключових факторів успіху (конкурентних переваг) як найбільш значущих показників, які приносять Україні переваги перед країнами-конкурентами, та визначити шляхи вдосконалення цих показників.

Властивості бенчмаркінгу дозволяють ідентифікувати його місце в системі забезпечення експортного потенціалу країни:

- створення системи аналітичних досліджень зовнішньоекономічної діяльності для захисту власної сфери впливу;
- створення економічним агентом власного інтелектуального активу;
- встановлення ділових зв'язків з партнерами та експертами з метою мінімізації затрат на оцінювання власної діяльності та діяльності суб'єктів господарської діяльності-донорів;
- зміцнення позицій на національному та світовому ринках експорту продукції та послуг та упорядкування структури експортного кошика;
- забезпечення активного переходу до втілення експортно-орієнтованої стратегії, що має відбуватися паралельно з реалізацією Україною політики імпортозаміщення [2].

Виходячи з того, що реалізація експортного потенціалу країни залежить від потенціалу на лише підприємства, а й певної галузі та регіонів, державні проекти з конкурентного бенчмаркінгу в сфері підвищення експортного потенціалу

галузей та регіонів України, на думку авторки, також можуть використовувати технології конкурентного бенчмаркінгу. Їх особливістю є:

- виявлення та аналіз потреб країни, які можуть бути забезпечені за рахунок наявних або потенційних промислових потужностей України;
- виявлення можливостей для виходу на зовнішні ринки, у тому числі європейські ринки, шляхом витіснення виробників із інших країн, що не відносяться до Європейського Союзу, внаслідок преференцій, які надаються згідно Угоди про асоціацію [3].

Таким чином, конкурентний бенчмаркінг може зробити свій внесок в роботу установ з просування експорту щодо прогнозів стосовно зовнішніх ринків, експортного аналізу та експортного консалтингу [4]. Експортний потенціал забезпечується через використання технологій конкурентного бенчмаркінгу, тобто відбувається нарощування експортного потенціалу країни через ставку на конкретні регіони, конкретні сектори економіки, на такі структуроутворюючі елементи як підприємства, які стають драйверами розвитку експортного потенціалу країни.

**Ключові слова:** Бенчмаркінг, експортно-орієнтований бізнес, експортний потенціал.

### Список використаних джерел

1. *Benchmarking improves performance by identifying and applying best demonstrated practices to operations and sales. Management Tools. 2018. URL: <https://www.bain.com/insights/management-tools-benchmarking/>*
2. Снісарчук І. В. Переваги використання бенчмаркінгу при аналізі діяльності конкурентів. *Економіка та управління в XXI ст.: виклики та перспективи розвитку : мат. II міжн. наук.-практ. конф. (м. Умань, 30-31 травн. 2019 р.), Умань, 2019. С.216-218.*
3. *Зовнішньоекономічна діяльність. Державна служба статистики України. URL: [http://od.ukrstat.gov.ua/stat\\_info/zed/zed10.htm](http://od.ukrstat.gov.ua/stat_info/zed/zed10.htm)*
4. Жарська У. Конкурентний бенчмаркінг, як інструмент формування стратегії підприємства. *Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі : матер. VIII Регіон. наук.-практ. інтернет-конф. молодих вчених та студентів. Тернопіль, 2017. С. 63–64*