

Podle výsledků z indexu Ekonomické svobody se úroveň této svobody v České republice zlepšuje, což potvrzují obě ročenky – Heritage foundation a Fraser institute. V letošním roce jsou tyto výsledky za Českou republiku nejlepší za celou historii.

Podle indexu ekonomické svobody Fraser institute, se Česká republika zlepšila o celých deset příček. Je potřeba však upozornit, že toto hodnocení je vždy publikováno s dvouletým zpožděním, tedy v tomto případě mluvíme o hodnocení ještě. Výdaje na veřejnou správu se snížily, stejně tak podíl na celkové produkci státních podniků klesl. Naopak svoboda mezinárodního obchodu se zvýšila, a také oblast regulace trhu práce dosahuje lepšího hodnocení.

### Literatury

1. Hančlová, Jana. Makroekonomické modelování české ekonomiky a vybraných ekonomik EU. 1. vyd. Ostrava: VNB-TU Ostrava, 2010, xvii, 287 s. ISBN 978-80-248-2353-9.
2. Моцєрныj, Stepan Vasilevič. Ekonomická encyklopedie. Academie, 2000, 814 s.
3. OECD. Staying competitive in the global economy: compendium of studies on global value chains. Paris: OECD, June 2008, 248 s. ISBN 978-926-4046-306. Dostupné z : <http://www.oecd.org/industry/ind/stayingcompetitiveintheglobaleconomycompendiumofstudiesonglobalvaluechains.html>
4. Slaný, Antonín. Konkurenceschopnost, růstová výkonnost a stabilita české ekonomiky. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2011, 181 s. ISBN 978-802-1056-565.
5. Yazlyuk B., Guley A., Brukhanskyi R. Basic principles of financial markets regulation and legal aspects of the legislative requirements. Investment Management and Financial Innovations. 2018. 15(1). 337-349.

**Уляна Андрусів**

к.е.н., доцент кафедри теорії економіки та управління  
Івано-Франківський національний  
технічний університет нафти і газу,  
м. Івано-Франківськ

## БЕНЧМАРКІНГ В СИСТЕМІ КОНТРОЛІНГУ ЯК ДІЄВИЙ ІНСТРУМЕНТ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

Розвиток підприємництва в Україні супроводжується поглибленням економічних перетворень, що визначає підвищений інтерес до нових теорій і напрямків розвитку менеджменту. Раніше керівники підприємств навіть не задумувалися про конкуренцію, про підвищення ефективності, про збільшення прибутку, тому що підприємства не були власністю начальника чи директора. Нині ж політика підприємства цілком змінилася. У числі інших до них відноситься бенчмаркінг, який є новим напрямком розвитку бізнесу. Він пов'язаний з пошуком і вивченням найкращих методів і способів підприємництва, щоб здійснювати власний бізнес ще краще і продуктивніше.

Існує величезна кількість трактувань поняття бенчмаркінга. Одні вважають його продуктом еволюційного розвитку концепції конкурентоздатності, інші – програмою по поліпшенню якості, інші ж зараховують його до екзотичних продуктів японської бізнес-практики. Однак існує загальний знаменник, до якого можна привести різні визначення бенчмаркінга. Бенчмаркінг – це процес перебування і вивчення найкращих з відомих методів ведення бізнесу.

Водночас, чимало питань, пов'язаних з дослідженням бенчмаркінгу в системі контролінгу, залишаються недостатньо розглянутими. Спеціальних досліджень потребує виокреслення стратегічних пріоритетів розвитку галузі.

Метою роботи є дослідження бенчмаркінгу в системі контролінгу як дієвого інструменту розвитку регіону.

Фактично бенчмаркінг – це альтернативний метод стратегічного планування, у якому завдання визначаються не від досягнутого, а на основі аналізу показників конкурентів [1].

Основну увагу бенчмаркінг приділяє проблемам дослідження причини того, як інші підприємства працюють вдаліше. Об'єктами бенчмаркінгу можуть бути: методи, процеси, технології, якісні параметри продукції, показники фінансово-господарської діяльності підприємств (структурних підрозділів).

За допомогою цього інструменту контролінгу можна визначити цільові параметри діяльності підприємства, яких потрібно дотримуватися, щоб забезпечити його стабільну конкурентоспроможність.

Бенчмаркінг (від англ. benchmarking – встановлення контрольної точки) – це перманентний, безперервний процес порівняння товарів (робіт, послуг), виробничих процесів, методів та інших параметрів досліджуваного підприємства (структурного підрозділу) з аналогічними об'єктами інших підприємств чи структурних підрозділів. Бенчмаркінг пов'язаний з постановкою цілей та є одним з компонентів процесу планування. Деякі дослідники поєднують його з циклом Демінга, що включає в себе чотири елементи: плануй, здійсни, перевіряй, дій. Окремі моделі бенчмаркінгу включають в себе до 30 кроків, які необхідно пройти для досягнення кінцевого результату. У центрі уваги бенчмаркінгу – запитання: чому інші працюють успішніше, ніж ми? Основний зміст та мета бенчмаркінгу полягає в ідентифікації відмінностей з порівнюваним аналогом (еталоном), визначення причин цих відмінностей та виявлення можливостей щодо вдосконалення об'єктів бенчмаркінгу.

Зарубіжний дослідник Р.К. Донован вважає, що бенчмаркінг є чітко структурованим, динамічним, стратегічним/тактичним процесом прийняття рішення, метою якого є поліпшення роботи підприємства з урахуванням результатів конкурентів і наявних результатів [1].

У найбільш загальному сенсі benchmark – це щось, що володіє певною кількістю, якістю і здатністю бути використаним як еталон при порівнянні з іншими предметами. Бенчмаркінг є систематичною діяльністю, направленою на пошук, оцінку і навчання на кращих прикладах ведення бізнесу [2].

Бенчмаркінг (Benchmarking) давно завоював до себе симпатію й успішно використовується в практиці японських, американських, західноєвропейських і скандинавських бізнесменів і вчених.

Існує декілька видів бенчмаркінгової діяльності. Вони відрізняються за складністю завдань, що ставляться (прості і складні), за спрямованістю (внутрішня і зовнішня), за рівнем, на якому передбачається проводити бенчмаркінг (стратегічний і операційний). Яким чином компанія використовує бенчмаркінг, залежить від поставлених перед нею цілей, стадії її розвитку і стану галузі, тобто її основних конкурентів. Бенчмаркінг може здаватися схожим на конкурентний аналіз, але насправді він більш пристосований до ринкових відносин, допомагаючи більш детально розглядати важливі для споживача характеристики товару, ніж підхід конкурентного аналізу, а також він є більш впорядкованим).

Сутність сучасного розуміння бенчмаркінгу зводиться до безперервного систематичного аналізу пошуку і запровадження найперспективніших практик, що ведуть підприємство до більш довшої форми [3]. Якщо підприємство використовуватиме бенчмаркінговий підхід, тоді воно точно знатиме, що робить і наскільки добре це в нього виходить. Також підприємство зможе контролювати своїх конкурентів а, також лідерів галузі, орієнтуючись на кращому зовнішньому досвіді, здобутому внаслідок бенчмаркінгових заходів. Бенчмаркінг є чудовий багатобічний засіб для удосконалювання бізнесу в регіоні. Технологія бенчмаркінгу може бути віртуально застосована до будь-якої функції фірми. Для цього розробляються моделі опису конкурентів, структуруються знання, що накопичуються, про конкурентів. Технологія бенчмаркінгу дозволяє перевести окремі розрізнені факти про поведінку конкурентів у знання, що дозволяють приймати рішення і діяти краще, ніж конкуренти [4].

Вивчення своїх конкурентів по бізнесу за допомогою бенчмаркінгу дозволяє знайти ризики і можливості, які варто враховувати при побудові систем просування продуктів на ринок. Розуміючи поведження конкурента, можна оцінити своє місце на ринку і краще довідатися про своїх покупців. Загальна мета вивчення конкурентів складається в досягненні конкурентних переваг для захоплення нових ніш на ринку й одержання більшого доходу [5].

Бенчмаркінговий підхід надасть підприємству змогу перейняти найкращий досвід інших компаній, уникаючи «винаходу колеса». Культура підприємницької діяльності на підприємстві буде спрямована на такі цінності, як здатність робітників до навчання, підвищення власного потенціалу, що, своєю чергою, слугує основою для розвитку підприємства. Орієнтація на надійний і випробуваний практикою досвід сприяє зменшенню ризику, дає змогу підприємцям уникнути безлічі помилок, зменшити тимчасові і фінансові витрати, пов'язані зі здобуттям власного досвіду.

Особливо варто виділити, що застосування бенчмаркінгу дає можливість підприємству створити свою команду внутрішніх консультантів, які дадуть змогу оперативно реагувати на всі тенденції у галузі на певній території.

Отже, використання українськими підприємствами «передової практики», з погляду бенчмаркінгу виявляється надзвичайно корисним, оскільки, воно дає змогу визначити які способи, прийоми і методи працюють краще, якими можуть бути результати використання, і головне, чи буде це працювати у них так само ефективно.

#### *Список використаних джерел*

1. Bruckhardt W. Lemen durch Benchmarking : In Führung gehen durch Neugestalten / W. Bruckhardt // Office-Management. - 1994. - Heft 10. - P. 70.
2. Venetucci R. Benchmarking : A Reality Check for Strategy and Performance Objectives / R.Venetucci // Production and Inventory Management Journal. - 1992. - Vol. 33, № 4. - PP. 32-36.
3. Watson G. H. II Benchmarking / edizione italiana A / cura di Piercarlo Ceccarelli / G. H. Watson. - Milano : Franco Angeli, 2007. - 246 p.
4. Clausen H. Zeitschrift fur öffentliche und gemeinwirtschaftliche Unternehmen. Beiheft. 29. Benchmarking in der Wasserwirtschaft: Intern. Erfahrungen mit vergl. Wettbewerb in der Wasserwirtschaft Hartmut Clausen u. Ulrich Scheele / H. Clausen, U. Scheele. - Baden-Baden : Nomos, 2012. - 91 p.
5. Андрусів У. Я. Бенчмаркінг як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємств / У. Я. Андрусів // Ринкова природа інституційних трансформацій сучасних економічних систем: матеріали II міжнародної наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та молодих вчених (IC YESS 2013), 18 – 20 квітня 2013 р., Ч.2. - Чернівці: ЧНУ, 2013.- С. 17-19.

**Ірина Белова**

к.е.н., доцент

Тернопільський національний економічний університет

## **ПЕРСПЕКТИВИ ТА РИЗИКИ ВИКОРИСТАННЯ КРИПТОВАЛЮТ В УКРАЇНІ**

Криптовалюти знаходяться у полі досліджень економістів усього світу лише останні сім-вісім років. Вивченням сутності та корисності технологій блокчейну та криптовалют активно займаються П. Вінья, М. Кейсі [4], А.М. Антонопулос [11], А. Нараян [13], Н. Бікалова [2] та ін.

Криптовалюта – це підмножина цифрової валюти. Приклади численних цифрових валют: повітряні милі, випущені авіакомпаніями, ігрові жетони для комп'ютерних ігор та онлайн-казино, Brixton Pound, які можуть бути витрачені тільки в місцевій громаді Брікстон (районі Великого Лондона) та багато інших форм, які можна обміняти на віртуальні та