

ЛІТЕРАТУРА

1. Сайт Тернопільської обласної державної адміністрації // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.oda.te.gov.ua/>.
2. Сайт Державного комітету статистики України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

АЛЛА УНІЯТ

БЕНЧМАРКІНГ РЕГІОНУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВИЗНАЧЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Одним із найновіших та найсучасніших підходів до визначення конкурентоспроможності підприємств є метод бенчмаркінгу.

Вперше термін «бенчмаркінг» з'явився в 1972 році в Інституті стратегічного планування Кембриджу в США і на рубежі 70-х рр. почала розвиватися теорія, в основу якої було покладено порівняння з діяльністю не тільки підприємств конкурентів, але і передових фірм.

Існує багато різних визначень бенчмаркінгу. Найбільш раннє і найбільш відоме визначення: «бенчмаркінг – це постійний процес вивчення і оцінки товарів, послуг і досвіду виробництва найсерйозніших конкурентів або тих компаній, які є визнаними лідерами у своїх областях» – подано в праці Р. Кемпа [1].

Бенчмаркінг, що прийшов з досвіду приватних компаній, стає все більш популярним інструментом підвищення ефективності процесів, пов'язаних з проведенням певної політики і в державному секторі.

Метою бенчмаркінгу є генерування ідей, які можна використовувати для поліпшення своєї діяльності. Він може сприяти підвищенню ефективності і поліпшенню показників. Ця мета досягається шляхом порівняння свого досвіду з досвідом інших суб'єктів, як правило, передовими в області, де необхідне вдосконалення.

Бенчмаркінг впливає на рівень відкритості та на підвищення ефективності управління територією: надає органам влади інформацію про відставання, з'ясовує рівень розвитку території в порівнянні з тими юрисдикціями, які досягли кращих показників, сприяє швидкому впровадженню нових підходів за менших ризиків. При цьому зменшуються витрати на процеси вдосконалення, вивчається і оцінюється кращий досвід управління іншими територіями з метою використання здобутих знань у діяльності органів влади.

В даний час ефективність технології бенчмаркінгу є загально визнаною у світовій практиці. У Європі бенчмаркінг використовується як інструмент вдосконалення економічних показників не тільки в державному, а й приватному секторі і є засобом підвищення конкурентоспроможності Європейської економіки в цілому. Європейська комісія очолила програму бенчмаркінгових ініціатив, в якій країни беруть участь у проектах, що дозволяють їм вивчити найкращий світовий досвід.

Сьогодні бенчмаркінг застосовується більш широко, ніж рівень компанії, включаючи систематичне порівняння характеристик регіонів. У багатьох країнах бенчмаркінг був визнаний потужним інструментом для поліпшення і проведення заходів щодо вдосконалення сфери державних послуг. Так, у Німеччині був організований конкурс для німецьких міст для оцінки якості їх адміністративних реформ, що робилося шляхом порівняння їх із трьома містами-еталонами. Щоб отримати стандарт для порівняння експерти визначили критерії, які дозволили оцінити якість адміністративних реформ. Виходячи з цих критеріїв, стало можливим вибрати міста, що мають найкращий світовий досвід у цих областях. В даному випадку технологія бенчмаркінгу дозволила не тільки визначити чіткий набір критеріїв для оцінки рівня конкуренції, а й дала можливість розглянути рівень прогресу в проведенні адміністративної реформи в містах Німеччини.

Для вирішення проблеми підвищення конкурентоспроможності регіону, насамперед, необхідно визначити систему критеріїв, які дозволять оцінити її на даному етапі, виявити проблемні місця, а також існуючі та потенційні точки росту. В даний час у світовій практиці для

оцінки конкурентоспроможності регіонів та розробки стратегії її підвищення широко застосовуються нові інструменти управління. Тому актуальним є вирішення даної проблеми з використанням бенчмаркінгу, як інструменту підвищення конкурентоспроможності регіону.

Конкурентоспроможність регіону полягає в його здатності захистити свою частку ринку і залежить від його основних складових, які визначають привабливість як місця розміщення «дійових осіб» даної території, а також від сильних і слабких сторін економічних агентів.

Для підвищення конкурентоспроможності регіону необхідно створити умови, що сприяють зростанню конкурентоспроможності підприємств, котрі діють на даній території. Тому привабливість території як місця розміщення різних видів діяльності є синонімом конкурентоспроможності. Причому регіон повинен бути привабливим як для підприємств, так і для населення, яке в умовах глобалізації та підвищення ролі кваліфікованих кадрів та інновації є одним з найбільш важливих ресурсів.

На думку комітету з інновацій та ефективності територіальної політики розвитку ОЕСР конкурентоспроможність регіону є результатом взаємодії п'яти основних факторів: секторної спеціалізації, середньої продуктивності, рівня зайнятості, віку населення та рівня участі. Кожен з цих факторів у тій чи іншій мірі впливає на валовий продукт регіону.

Так як різні регіони володіють різними ресурсами, в завдання територіальної політики входить визначити конкурентні переваги і оцінити ефективність використання цих ресурсів. Інструментом для отримання такої інформації може стати територіальний бенчмаркінг, який полягає в порівнянні економічних показників між регіонами та оцінці можливостей найкращого використання їх ресурсів.

Що ж передбачає собою концепція бенчмаркінгу стосовно до регіону? Це, насамперед, порівняння одного міста або регіону з іншими з метою отримання інформації про порівняльні переваги і недоліки. Критерії порівняльного аналізу залежить від розв'язуваної задачі, але, в будь-якому випадку, він залежить від умов конкуренції та необхідності поліпшити або свої показники, або своє відносне становище.

При проведенні бенчмаркінгу певної території необхідно відповісти на наступні важливі питання:

- Які завдання, що стоять перед, містом або регіоном і чи беруть вони до уваги такі види конкуренції як: економічна, соціальна, навколишнього середовища, витрат і оподаткування?

- Які міста і регіони є основними конкурентами?

Відповіді на ці питання дозволять визначити фактори, які сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності. Розвиток тих чи інших напрямків діяльності вимагає чітких оцінок конкурентоспроможності кожного сектора і зваженого визначення спеціалізації промисловості міста в перспективі. Тому при проведенні бенчмаркінгового дослідження необхідно провести порівняння сильних і слабких сторін порівнянних регіонів.

Для підвищення інвестиційної привабливості будь-якого регіону бенчмаркінг може виявитися дуже корисним і цінним інструментом у стратегії розвитку регіону. Він дозволяє з'ясувати, що іншим регіонам вдається робити щось краще, а потім впровадити передову практику у себе. Отже, бенчмаркінг конкурентоспроможності території доцільно проводити в кілька етапів: 1) вибір успішних регіонів, конкуруючих в процесі залучення іноземних інвестицій, за принципом регіональної близькості; 2) визначення факторів регіональної інвестиційної привабливості за обраними регіонах; 3) пошук, збір та опрацювання інформації; 4) аналіз даних та побудова радару конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості регіону на основі відібраних факторів 5) використання отриманої інформації для вироблення рекомендацій та покращення власних показників.

ЛІТЕРАТУРА

1. Camp. R. *Benchmarking: The Search for Industry Best Practices that Lead to Superior Performance*. NY: Quality Resources. 1998.

2. Немцов В. Д., Довгань Л. Є. *Стратегічний менеджмент*. – Київ. – 2002.