

Дубина А.Д., студ. гр. ПУА-16,

Капітаненко Н.П., доц., к.ю.н. – науковий керівник

БЕНЧМАРКІНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У ПУБЛІЧНОМУ ВРЯДУВАННІ

Запорізька державна інженерна академія, кафедра МОУП

Вибір Європейського вектору розвитку для України означає рух у напрямку європейської цивілізаційної моделі, що забезпечує прогрес у всіх сферах життєдіяльності суспільства і держави. Такий вибір зумовлено пошуками місця України у Світовому співтоваристві, необхідністю радикального підвищення конкурентоспроможності країни, її відходу від статусу третьорозрядної держави.

Сьогодні в українському суспільстві очевидна стурбованість низькою якістю публічного управління, невідповідністю суспільних витрат на здійснення публічної влади й віддачею, що отримує суспільство [1, с.5].

В сучасному управлінні, коли передовий світ переходить до економіки знань, має бути місце для інновацій. Саме прикладна наука публічного управління повинна імплементувати суспільні цінності в конкретні цілі стратегій, політик, програм і проєктів. До конкретно-інструментальних засобів, яким переважно притаманні визнані технології, віднесені: стратегічні, проєктні, маркетингові, бенчмаркінгові технології; соціологічні методи; соціальні технології; електронне врядування та геоінформаційні технології.

Поняття «бенчмаркінгу» вперше з'явилося в 1972 р. в Інституті стратегічного планування Кембриджу. Бенчмаркінг складається з низки логічних пошукових операцій, вибору й обґрунтування дії, їх програмування та алгоритмізації. В управлінській діяльності методи є компонентами управлінських технологій і управлінських процесів. Під «методом» розуміють цілеспрямовану, взаємопов'язану, упорядковану й узгоджену сукупність прийомів і способів дій та організацій їх здійснення для досягнення результату.

Кожен метод бенчмаркінгу під час вирішення питання його використання необхідно розкласти за змістом, спрямованістю й організацією його застосування. Процес бенчмаркінгу можна уявити і як цілеорієнтовану, цілеспрямовану організацію діяльності, яка пояснюється специфічними відносинами власних елементів у внутрішньому середовищі й відносинами із зовнішнім середовищем. Бенчмаркінг являє собою сукупність дій з інформацією, що супроводжується низкою її потоків, систематизується у просторовому, часовому й змістовному аспектах, а його операції належать до інформаційно-аналітичних, логічних, організаційних, структурних і управлінських.

Технологія бенчмаркінгу в публічному врядуванні визначається послідовністю способів перетворення задуму у ціль. 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.

В економічних системах бенчмаркінг характеризується наскрізним вивченням їх функціональності в різні інтервали часу і базується на сукупності інформацій, яка застосовується до окремих операційних потоків, результати яких вимірюються кількісними і якісними показниками з абсолютним і відносним їх вимірюванням. У технології публічного врядування процес бенчмаркінгу можна розглянути у двох станах: статичному й динамічному. Статистичний стан характеризує сукупність однакової інформації одного сектору чи одного конкретного джерела, які утворюють елементарні процеси (потоки) інформації. Ця сама інформація, що аналізується в стані руху за низкою часових періодів, аналізується з позицій інтенсивності й тенденції змін, характеризує динаміку цього процесу.

Література:

1. Шаров Ю. П. Інноваційні інструменти публічного адміністрування: європейський контекст / Ю. П. Шаров // Публічне управління: теорія та практика. – 2010. – № 1. – С. 5-9.

