

7.7. РЕГИОНАЛЬНЫЙ БЕНЧМАРКИНГ: МЕТОДОЛОГИЯ И ЗАРУБЕЖНЫЕ ПРАКТИКИ

Сергиенко Н.С., к.н.э., доцент,
кафедра «Финансы и кредит»

*Калужский филиал Финансового университета
при Правительстве РФ, г. Калуга*

Перейти на ГЛАВНОЕ МЕНЮ

Статья посвящена рассмотрению бенчмаркинга как инструмента для оценки конкурентоспособности территорий. В работе раскрыты основные положения концепции бенчмаркинга. Автором уточнено содержание понятия «региональный бенчмаркинг». Рассмотрены особенности применения регионального бенчмаркинга для оценки конкурентоспособности территорий.

Конкурентоспособность – понятие и реальность, которые быстро распространяются по миру. Инструменты финансового менеджмента коммерческих организаций постепенно внедряются в управление публичными финансами, а логика, характерная для корпораций и компаний, постепенно переносится на территории вне зависимости от того, являются ли они городами, регионами или целыми странами. Растущая актуальность конкурентоспособности приводит к повышению заинтересованности в получении более подробной информации о ведущих конкурентах и извлечению уроков из их действий. Поиск ответов на вопросы: как и почему та или иная территория занимает лидирующие позиции? – требует формирования научного подхода для обеспечения структурированности и систематизации показателей территориальной конкурентоспособности для обеспечения их сравнимости и сопоставимости. Такой анализ в мире получил название «бенчмаркинг», который изначально был применяемым в бизнес-среде, а затем вошел уже и в практику региональных исследований.

В бизнесе бенчмаркинг обозначает непрерывное изучение компаниями лучшей практики, в том числе и у конкурентов, в различных отраслях деятельности, с целью разработки мер по устранению собственных ошибок и использованию лучшего опыта [10]. Бенчмаркинг территорий лежит в основе анализа адекватного сопоставления различных объектов региональной экономики с целью выявления уникальных возможностей своей территории [5].

Вопросу применения и развития методологии бенчмаркинга территорий уделяется значительное внимание в странах Европейского союза (ЕС), возрастает внимание к бенчмаркингу и в Российской Федерации [9]. Однако единой методологии применения бенчмаркинга не существует.

В сложившейся экономической ситуации в РФ, когда присутствует санкционное давление, наблюдается слабый экономический рост, дефицитность бюджетов всех уровней бюджетной системы и высокая долговая нагрузка регионов, актуализируются проблемы сбалансированного развития регионов, обеспечения их экономической безопасности [6, 7, 11].

Рейтингование тех или иных сфер, экономических субъектов и территорий проводится по различным направлениям [2-4]. Наибольшую актуальность и значимость приобретают вопросы пространственного развития и, соответственно, поиска инструментария обоснования стратегий развития территорий, а также методов взаимодействия и координации регионов и федеральных округов [12, 14-16]. Выбор приоритетных направлений развития территорий предполагает улучшение как отдельных структурных параметров экономики региона, так и системы региональных процессов в целом [17, 18].

Бенчмаркинг является одним из методов маркетинга, который практикуется с 1950-х гг. различными компаниями. Впервые данный метод стали применять в США, а затем он обрел уже глобальный характер. На практике бенчмаркинг начали применять в 1980-е гг., и первой компанией, использующей данный метод, стал Хегох. Зарубежный конкурент, превосходивший по всем показателям Хегох и показывающий более высокую производительность, сподвигли руководителей Хегох выяснить источники такого конкурентного преимущества, чтобы скопировать или даже превзойти компанию-конкурента.

Сам термин «бенчмаркинг» охватывает довольно простую идею: найти в мире или на определенной территории компанию, которая работает на рынке наиболее эффективным способом, с отлаженными процессом или задачами, после чего изучить их, а впоследствии адаптировать на собственный бизнес. Другими словами, это сравнение с чемпионами в своей области и построение своих бизнес-процессов таким образом, чтобы достичь таких же результатов.

Термин «бенчмаркинг» не имеет дословного перевода с английского языка. «Бенчмаркинг» является производным от англ. слов bench («уровень», «высота») и mark («отметка») и имеет разное толкование: «эталонное сравнение», «опорная отметка». Бенчмарк – это термин, который использовался землемерами, они пользовались «бенчмарками» как исходными метками для начала отсчета расстояний для определения границ участков.

В то же время профессор Норвежского университета науки и технологии Б. Андерсен пишет, что перевод английского термина benchmarking дословно означает «каменная скамейка» и приводит следующий пример. Представьте себе, что на вершине горы, хорошо всем видной, две каменные плиты установлены на ребро и слегка отодвинуты друг от друга. Сверху на них положена третья плита. Получилась каменная скамейка. Данная идея – сравнение с неким эталоном – нашла широкое применение в экономике [1].

По определению Д.Т. Кернса, генерального директора Хегох Corporation, бенчмаркинг – это систематическое и непрерывное оценивание продуктов, услуг и рабочих процессов организации, признанных в качестве «лучшей практики» у сильных конкурентов.

Исполнительный директор компании Allied-Signal Л. Боссида под бенчмаркингом понимает анализ конкретных приемов, заимствование выгод, полученных на основе анализа опыта других компаний, и

использование в собственной компании лучших приемов, привнесенных в нее извне [32].

Б. Андерсен определил бенчмаркинг как «...постоянное измерение и сравнение отдельно взятого бизнес-процесса с эталонным процессом ведущей организации для сбора информации, которая поможет рассматриваемому предприятию определить цель своего совершенствования и провести мероприятия по улучшению работы» [1].

Согласно Asrofaht Tutie, бенчмаркинг представляет собой процесс выявления «наилучшей практики» в отношении обоих продуктов и процессов, с помощью которых эти продукты создаются и поставляются» [23]. Следовательно, цель бенчмаркинга – проанализировать, понять и оценить текущую позицию организации в отношении «наилучшей практики» и выявить области и средства повышения производительности.

С. Guangbiao, китайский предприниматель, утверждает, что бенчмаркинг стал конкурентоспособной техникой, принятой многими компаниями, такими как IBM, 3M, DuPont и многими другими, которые надеются минимизировать затраты на 1 ед. продукции и снизить дефекты продукции, с тем чтобы повысить производительность и привлечь большее количество клиентов, удовлетворив их ожидания [32].

Таким образом, бенчмаркинг с точки зрения процесса представляет собой изучение и последующее внедрение методов управления успешно работающих структур и организаций путем сравнения с ними и выявления слабых сторон своей организации.

Различные определения бенчмаркинга имеют следующие общие элементы:

- развитие конкурентных преимуществ;
- изучение наилучшей практики в предпринимательстве из любой отрасли или страны;
- сравнение производительности организации с другими организациями, с тем чтобы получить информацию, которую можно было бы творчески адаптировать, что вследствие может привести к повышению производительности.

Это означает, что бенчмаркинг является инструментом для создания и поддержания конкурентного преимущества компании на основе творческой и инновационной адаптации существующей наилучшей практики.

Процесс эволюции бенчмаркинга происходит в пять стадий.

Первое поколение, или товарный бенчмаркинг, – это ретроспективный анализ продукта, где происходит покупка товаров и услуг конкурирующих предприятий с целью создания их аналогов. Второе поколение – это бенчмаркинг конкурентоспособности, получивший развитие в 1976-1986 гг. благодаря деятельности фирмы Хегох. Третье поколение развивается в конце 1980-х - начале 1990-х гг., когда эталонные бизнес-процессы стали выделять не только у конкурентов, но и у предприятий других отраслей. Четвертое поколение, стратегический бенчмаркинг, рассматривается как часть общего процесса принятия решений с четкой нацеленностью на совершенствование организации. Пятое поколение – это глобальный бенчмаркинг, который видится будущим инструментом организации международных обменов с учетом культуры и национальных процессов

организации производства [33]. Бенчмаркинг выступает в форме способа оценки целей работы и стратегий в сравнении с предпринятиями-лидерами для гарантированного долгосрочного устойчивого положения на рынке в качестве лидера. Ряд авторов выделяет следующие виды бенчмаркинга по определенным признакам сравнения (табл. 1).

Таблица 1

КЛАССИФИКАЦИЯ БЕНЧМАРКИНГА

Признаки	Характеристика
Внутренние признаки	Измерение и сравнение деятельности, функций и процессов в рамках организации
Внешние признаки	Сравнение аналогичных операций, систем и процессов с другими организациями
Конкурентоспособные признаки	Сравнение между аналогичными функциями деятельности организации с ее прямыми конкурентами
Отрасль	Сравнение с группой большей, чем прямые конкуренты
Рынок	Там, где сравнение не ограничивается какой-либо одной отраслью рынка
Технологические процессы	Сравнение между дискретными рабочими процессами и системами
Особые (специфические) показатели	Сравнение и изучение эксплуатационных свойств, таких как ценность времени на рынке, прочность и т.д.
Долгосрочные (стратегические) показатели	Сравнительный анализ на более высоком уровне, чем в рабочем состоянии. Направлен на решение стратегических или технологических проблем

Большинство зарубежных авторов выделяет следующие виды бенчмаркинга.

1. Внутренний: обычно встречается в крупных компаниях, образованных многочисленными отделами и / или подразделениями, является очень распространенным явлением и сравнивает уровни, достигнутые в рамках одной организации.
2. Конкурентный: используется при агрессивной конкуренции, сравнивая аспекты прямых конкурентов или лидеров рынка на определенный продукт. Как правило, это более сложный вид бенчмаркинга для проведения ввиду ограниченного объема информации о процессах компаний-конкурентов.
3. Функциональный: состоит в сравнении с компаниями, которые не принадлежат к вашей же отрасли; при этом возникает возможность получить преимущества от этой компании, но не быть ее конкурентом, и при этом гораздо проще получать информацию об этой компании [7].

Кроме того, встречается и общий бенчмаркинг, означающий сравнение с самым лучшим вообще, вне зависимости от отрасли и вида рынка. Такое сравнение называют бенчмаркинг с совершенно новой школой.

Отечественные авторы выделяют виды бенчмаркинга, подразделяя их на виды из внешней и внутренней среды. Бенчмаркинг внешней среды подразделяется таким образом.

1. Стратегический бенчмаркинг – это совокупность различных мероприятий, направленных на выявление сильных сторон и возможностей предприятия, и стратегическое изменение существующих позиций, с целью развития их в конкурентные преимущества на рынке на долгосрочный период.

2. Глобальный бенчмаркинг представляет собой переход стратегического бенчмаркинга в более расширенные рамки, обусловленные глобализацией экономики.
3. Ассоциативный бенчмаркинг представляет собой объединение независимых заинтересованных лиц с целью улучшения качества выпускаемого продукта, усиления конкурентных позиций, расширения сегмента рынка без потери самостоятельности.
4. Общий бенчмаркинг представляет сопоставление информации о деятельности предприятий, действующих в разных отраслях. Основная его цель – сбор широкой информации, проведение в последующем емкой аналогии, исключающей большие погрешности с сопоставлением при оценке похожих процессов.
5. Функциональный бенчмаркинг представляет собой сопоставление информации о деятельности предприятий, действующих в собственной отрасли.

Бенчмаркинг внутренней среды разделяется таким образом.

1. Внутренний бенчмаркинг представляет собой сравнительный анализ деятельности подразделений собственного предприятия. Цель внутреннего бенчмаркинга – научиться использовать творческую инициативу сотрудников предприятия.
2. Бенчмаркинг конкурентоспособности представляет собой измерение характеристики фирмы и ее сравнение с характеристикой конкурентов-лидеров; исследования специфических продуктов, различных возможностей административных методов и возможностей процесса предприятий-конкурентов.
3. Операционный бенчмаркинг – это исследование определенных производственных процессов с целью систематического поиска направлений их совершенствования.
4. Бенчмаркинг характеристик, к которым стремится организация, или тех ошибок, которые она не хотела бы совершать.
5. Бенчмаркинг клиента – сравнительный анализ самого потребителя, только проанализировав его потребность, организация решает, что и в каком количестве производить.
6. Бенчмаркинг издержек, связанных с производством различных видов продукции, выпускаемых организацией [8, 13].

Бенчмаркинг представляет собой направленный, проработанный, поэтапный, обеспеченный ресурсами, изученный и систематический процесс. Сравнительный анализ процесса должен быть систематическим, формальным и организованным для того, чтобы содействовать серии действий в определенном порядке. По своей сути бенчмаркинг является сильнейшим инструментом для совершенствования организаций, однако при условии грамотного проведения не может являться самоцелью, а должен стать рекомендацией по совершенствованию различных процессов.

Чаще всего исследование возможностей бенчмаркинга рассматривается применительно к организациям бизнеса, но возможное его применение на территориальном уровне рассматривается в работах по оценке возможностей для развития региона.

Сравнительный анализ, который лежит в основе бенчмаркинга, облегчает формулирование конкурентных преимуществ и инновационной стратегии, контролирует и оценивает предложенные инициативы территории. В зарубежной практике региональных исследований, а именно в Европейском союзе, достаточно успешно реализуются задачи

пространственного развития регионов за счет формирования общего видения и стратегии развития регионов. При этом в качестве ключевого инструмента совершенствования региональной политики стран – участниц ЕС выступает региональный бенчмаркинг [20].

Д. Клэри, Г. Грутендорст и К. Николс считают, что региональный бенчмаркинг представляет собой «оценку развития региона, проведенную с использованием обширного перечня показателей» [26, с. 51]. Поэтому целевым предназначением данного подхода для территориальных образований выступает информирование органов публичной региональной власти о региональном развитии для разработки стратегических направлений и создания условий.

К. Коэлрутером было рассмотрено применение инструментария регионального бенчмаркинга в рамках исследования Европейской комиссией, проведенного с целью оценки регионального развития стран – участниц Евросоюза.

Его позиция состоит в определении регионального бенчмаркинга как межрегионального сравнения «видов деятельности, процессов, практики, политики и использование этой информации для совершенствования регионального развития» [31, с. 3]. Региональный бенчмаркинг рассматривается им как инструмент оценки и прогнозирования регионального развития.

Исследование основных причин применения бенчмаркинга указывает на ускорение процессов глобализации мировых рынков, которые вынуждают национальные правительства стран принимать решения и действовать в жестких условиях конкурентной среды.

Так, Коэлрутер выделил следующие особенности использования бенчмаркинга на региональном уровне:

- промышленные кластеры – основные источники инноваций, которые развиваются в большей степени на региональном уровне, чем на государственном. Причина – территориальная специализация, которая в зависимости от доминирующих видов экономической деятельности региона выступает либо как стимулятор регионального развития (при преобладании современных инновационно-продвинутых производств), либо как его «компенсатор»;
- концентрация основных полномочий на национальном уровне (в отдельных европейских государствах) при недостаточном их делегировании на уровень территорий. По мнению Коэлрутера, информация, полученная посредством использования инструментария регионального бенчмаркинга, становится важным инструментом не только экономического развития, но и перераспределения политических сил, который побуждает к принятию необходимых решений не только центральные правительства, но и органы власти и управления регионов;
- региональный бенчмаркинг рассматривается в качестве инструмента формирования стратегического видения и прогноза развития региона, характеризующихся партнерским взаимодействием и совместными методами работы всех участников пространственных бенчмаркинг-процедур, а также предполагающих создание сетей и союзов для продвижения метода [31, с. 6-12].

Международное консалтинговое агентство ВАК Basel Economics указывает на то, что региональный бенчмаркинг представляет собой «процесс, заключающийся в установлении перечня различных показателей и сравнении показателей региона с данными показателями» [29, с. 13]. При этом ключевыми целями бенчмаркинга являются:

- выбор эталона для сравнения;
- выявление различий между эталоном и остальными территориями;
- анализ ключевых факторов успеха эталона.

Метод регионального бенчмаркинга, по мнению ВАК Basel Economics, базируется на поиске наилучших регионов для сравнения и выборе лучших образцов на основании таких критериев, как размер, плотность населения, экономическая структура, уровень инноваций, географическое положение и другие специфические особенности территорий (портовые города, столицы, финансовые центры) [29, с. 14-84].

В большинстве стран Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), бенчмаркинг является важным элементом при разработке и реализации территориальной политики конкурентоспособности. Он является важным инструментом управления, позволяющим измерить и сравнить производительность на разных уровнях управления и распространения передового опыта. Поэтому здесь важно найти для применения показатели для измерения производительности и установить ориентиры [22].

Так, в Австралии, где бенчмаркинг не является вопросом в рамках политики федерального правительства, среди показателей оценки регионов важную роль выполняет система показателей благополучия. При разработке набора показателей был выявлен набор элементов благополучия. Выбор элементов прошел всестороннее рассмотрение и обсуждение. В свою очередь эти элементы были сгруппированы по двум основным направлениям:

- социально-демографическая тема, включающая в себя элементы, которые ориентированы на размеры человеческого капитала (население, образование, здравоохранение, преступность);
- социально-экономическая тема, включающая элементы благополучия, которые ориентированы на финансовый и рынок труда аспекты благополучия (рынок труда, экономическое разнообразие, зависимость от ресурсов, доходов, жилья, социально-экономическое положение и доступность / удаленность и др.).

Третье направление было включено для обеспечения более широкого экологического контекста регионального благополучия – вклад природного капитала на благосостояние.

Италия активно использует бенчмаркинг для территориальной политики, главным образом, посредством разработки Национального плана развития (НПР). В дополнение к территориальным показателям Италия ввела бенчмаркинг по набору институциональных показателей и индикаторам создания потенциала с целью измерения совершенствования и модернизации государственного управления. Для этих показателей контрольные показатели были определены на региональном уровне. Они должны применяться для того чтобы предвидеть и описать условия, при которых

другие территориальные ориентиры могут быть достигнуты. Индикаторы и контрольные показатели – это инструменты для реализации региональной политики и оценки влияния инвестиций на территориальном уровне; по этой причине набор контекстных показателей и прорыв переменных при их очередном обновлении становятся доступными через размещение их на общественном веб-сайте Национального статистического управления.

Региональному бенчмаркингу присущи следующие специфические особенности, позволяющие усовершенствовать процесс прогнозирования:

- информация о параметрах деятельности других конкурирующих регионов является полезной для рассматриваемого региона при ее использовании в качестве основы для формирования стратегии, целей и задач региональной политики;
- взаимодействие и участие в процессе регионального прогнозирования агентов, находящихся за административными границами региона, например, представителей бизнеса, государственных органов власти, научных кругов из конкурирующих регионов;
- создание бенчмаркинговых сетей и союзов с конкурирующими регионами [17].

При этом активизация межрегионального сотрудничества выступает необходимым условием комплексного и системного подхода к процессу регионального бенчмаркинга, в котором алгоритм и содержание процедуры определяется, с одной стороны, качеством, и релевантностью информации о регионах-участниках, с другой – эффективностью механизма их координации и согласованности.

Конкретные цели бенчмаркинга территорий включают следующее.

1. Внутренний анализ конкурентной ситуации каждого региона служит для уточнения и совершенствования стратегии экономического развития для территории.
2. Сравнение с другими территориями облегчает понимание нынешней ситуации развития каждой участвующей территории и предлагает направления для возможных улучшений.
3. Сравнительный анализ облегчает выявление передового опыта других и его распространение по всему региону или стране.

Сравнительный анализ повышает прозрачность в отношении результатов экономического развития в территориях для населения, и таким образом служит стимулом руководства для достижения хороших результатов. Сравнение развивает межнациональное и международное сотрудничество, поскольку дает четкие показатели о том, где найти наибольшее влияние политики поощрения территориальной конкурентоспособности [25].

Когда речь заходит о реализации инициативы бенчмаркинга, исполнители могут выбрать несколько методологических вариантов.

1. Выявление надлежащей практики. Здесь важно проводить различие между показателями результатов и показателями процессов [24]. Сравнение результатов помогает территориям определить передовой опыт в процессах. Передача знаний о наилучшей практике приводит к инновации и реальному прогрессу.
2. Извлечение уроков из опыта других путем обмена опытом. Часто это средства поиска истории успеха соседних регионов или стран, когда соответствующие территории не являются прямыми конкурентами, и обмен опытом очень часто представляет интерес для

обеих сторон. В то же время интерес представляет посещение мировых лидеров с целью непосредственного изучения опыта [35].

Для учреждений на национальном или международном уровне возможна организация конкурсов между конкурирующими городами или регионами. Такие конкурсы могли бы объединить понятия «конкуренция» и «кооперация», поощрять территории и заставлять прилагать больше усилий в области экономического развития. Существует также возможность объединения таких конкурсов с распределением бюджетных средств.

Кроме того, рейтинги могут поощрять конкуренцию между территориями и способствовать раскрытию передового опыта. Высокая позиция в рейтинге может помочь городу или региону стать привлекательным для инвесторов, предпринимателей или квалифицированного персонала, а также для туристов [21]. Выбор конкретного инструмента будет всегда зависеть от инициативы местного органа власти, отвечающего за экономическое развитие и от ресурсов, имеющихся для реализации плана развития.

Бенчмаркинг территорий является инструментом для создания и поддержания конкурентного преимущества территории при условии адекватного сопоставления и анализа различных объектов региональной экономики. Однако конкуренция между территориями не всегда приносит положительные результаты. Можно выделить два вида конкуренции между территориями.

1. Одной из известных форм является статическая ценовая конкуренция, при которой правительства различных территорий пытаются привлечь инвесторов путем снижения налогов и заработной платы или же увеличивают субсидии. В данной форме есть как проигравшие, так и победители, и часто это приводит к гонке, вызывающей экологические и трудовые проблемы.
2. Альтернативной формой является динамическое видение конкуренции, основанной на концепции win-win. На основе конкретных факторов и их необходимости каждая территория стремится развивать свое уникальное конкурентное преимущество. Эта концепция конкурентоспособности направлена на достижение местной специализации, которая позволяет различным территориям сотрудничать в контексте общего развития.

Существует модель потенциальной конкурентоспособности регионов Шумпетера, в которой государственная власть для привлечения «наилучшей практики» копирует именно политическую составляющую, направленную на регулирование экономических субъектов региона, с целью предоставления им возможности имитации инноваций успешных предпринимателей другого региона. Данная модель применяется в случае региональной политики и означает следующее: благоприятный климат, созданный по подобию региона конкурента «наилучшей практики», и увеличение доходов бюджета, усиление экономического развития. Однако на практике возможен и негативный исход. С точки зрения Шумпетера, регион, полагаясь на опыт инновационных регионов с лучшими практиками, в конечном счете может получить не успех, а войти в кризис. Принятие «наилучшей практики» сложно из-за межрегиональных различий, экономической структуры и институциональных особенностей и пе-

ренивать опыт региона лидера необходимо, учитывая уникальную структуру и культуру собственного региона.

Бенчмаркинг территорий проводится в три этапа. Первый этап – определение однородных областей для выполнения территориального сравнения. Вторым этапом является определение территорий или регионов с лучшими характеристиками, которые необходимо установить на основе эмпирических сравнений. И, наконец, третий этап – сравнительный анализ показателей, оказавших наибольшее влияние на итоговый выходной показатель в сравнении с выбранными конкурентными территориями.

Регионы могут быть выбраны согласно:

- расположению (при сравнении региона с другими регионами в одной стране);
- производительности (например, при сравнении с наиболее инновационными регионами);
- экономической структуре (например, при сравнении промышленного региона с другим промышленным регионом);
- сотрудничеству и изучению соглашений (например, при сравнении с регионами, которые хотели бы расширить сотрудничество и перенять опыт друг у друга) [30, 34].

После идентификации регионов с аналогичными структурными условиями приоритет имеют регионы с лучшими показателями. Тем не менее, имеет смысл рассмотреть и другие показатели тех регионов, которые не достигают наилучших результатов, они могут также предоставить информацию и быть источником для обучения. Не могут быть выбраны только положительные и отрицательные показатели, это не может быть определено в соответствии с теоретическими правилами, это должно быть установлено только эмпирически [19].

Второй шаг заключается в выявлении среди всех территорий только территорий с аналогичными структурными условиями, а также тех, которые демонстрируют лучшую производительность.

На третьем шаге такого анализа следует определить причины опережения или отставания по ряду показателей. Как отметил Edquist, «правильный диагноз включает выявление проблем производительности и анализ их причин» [28, 29]. Регионы должны проследить, чем именно они отличаются от успешных регионов: рамочными условиями деятельности или выходными анализируемыми показателями.

В российской практике не существует унифицированных показателей для проведения бенчмаркинга территории. Рассмотрим показатели, которые выделяют иностранные ученые. Они подчеркивают необходимость сравнения однородных образований по ряду следующих характеристик:

- промышленная структура;
- экономическая структура и институциональные рамки;
- относительные модели инноваций;
- географические, культурные и экономические факторы;
- размер людских ресурсов;
- политический контекст и культурные аспекты;
- социальные ценности;
- география (включая широту, долготу, высоту над уровнем моря, доступ к морю и климат), демографические данные (в том числе плотность населения, этнические группы), природные ресурсы и история;
- структура кластера;

- уровень развития;
- экономическая специализация, история, степень открытости экономики, размер фирм;
- институциональные факторы, специализация и размер;
- промышленная и экономическая структура;
- природные ресурсы, размер;
- валовой внутренний продукт (ВВП) на душу населения.

Когда регион, с которым сравнивают, имеет лучшие результаты, чем собственные, то полезно определение причин различия между территориями, поскольку у региона, используемого в качестве сравнения (benchmark), имеются более эффективные процессы и условия, чем наши собственные. После выбора наилучшей практики возникает вопрос: каким образом эта практика может быть использована в собственном регионе? Поэтому сравнение результатов и выходов приводит к бенчмаркингу процессов. Однако следует помнить, что не всегда возможна передача надлежащей практики от одной территории к другой.

Таким образом, анализ конкурентоспособности на местном уровне можно использовать для определения ключевых факторов и показателей конкурентоспособности региона, которые сопоставимы в рамках системы межрегионального бенчмаркинга. Для того чтобы добиться большего числа сопоставимых показателей, необходимо провести тщательный анализ территории лидера и своей, так как различные регионы могут адаптировать новые практики в соответствии с их собственной реальностью и обстановкой на территории. Данный метод позволяет перенять наилучшие практики других городов, регионов, стран, а также учесть и их негативный опыт. При проведении бенчмаркинга территорий рекомендуется начать с более простых и стабильных решений, с того, что может быть устойчивым в течение нескольких лет, поскольку эффективность бенчмаркинга зависит от непрерывности процесса.

В Российской Федерации существует множество регионов, чьи преимущества используются не в полной мере. Именно для развития таких регионов целесообразно применять метод бенчмаркинга. Однако в РФ трудно найти регионы с похожими характеристиками. Поэтому существует необходимость разработки унифицированной модели показателей для оценки регионов.

Литература

1. Андерсен Б. Бизнес-процессы. Инструменты совершенствования [Текст] : пер. с англ. / Б. Андерсен ; науч. ред. Ю.П. Адлер. – М. : Стандарты и качество, 2003. – 272 с.
2. Балынин И.В. Финансовое обеспечение образования в Российской Федерации в 2008-2020 гг. [Текст] / И.В. Балынин // Аудит и финансовый анализ. – 2014. – №6. – С. 271-276.
3. Балынин И.В. Финансовое обеспечение здравоохранения в Российской Федерации в 2008-2020 гг. [Текст] / И.В. Балынин // Аудит и финансовый анализ. – 2015. – №1. – С. 355-359.
4. Балынин И.В. Финансовое обеспечение культуры и кинематографии в Российской Федерации в 2008-2020 гг. [Текст] / И.В. Балынин // Аудит и финансовый анализ. – 2015. – №2. – С. 213-217.
5. Бахитова Р.Х. Кластерный анализ в основе бенчмаркинга субъектов Российской Федерации [Электронный ре-

сурс] / Р.Х. Бахитова, М.А. Исламов, Р.А. Киреева // Научное издание : электронный ж-л. – 2014. – №3. – С. 30.

6. Гнездова Ю.В. и др. Экономика и управление: инновации, учет, человеческий капитал [Текст] / Ю.В. Гнездова, Е.Е. Матвеева, О.В. Жукова и др. ; под общ. науч. ред. В.А. Тупчиенко. – М., 2016. – 134 с.
7. Иванова Е.В. Зарубежный опыт управления расходами бюджета и возможность его применения в России в целях повышения эффективности использования бюджетных средств [Текст] / Е.В. Иванова // Вестн. Омского ун-та. – 2012. – №3. – С. 342-346.
8. Красносельская Д.Х. Бенчмаркинг как инструмент совершенствования экономического профиля территорий [Текст] / Д.Х. Красносельская // Вестн. МГТУ им. Г.И. Носова. – 2013. – №1. – С. 101-104.
9. Красносельская Д.Х. Зарубежный опыт использования инструментария бенчмаркинга и возможности его адаптации к российской практике управления пространственным развитием территорий [Текст] / Д.Х. Красносельская // Научный альманах. – 2016. – №1-1. – С. 156-159.
10. Лавренова Г.А. Бенчмаркинг как инструмент повышения конкурентоспособности малого предприятия [Текст] / Г.А. Лавренова, Ю.О. Монаина // Вестн. Воронежского гос. техн. ун-та. – 2012. – Т. 8 ; №1. – С. 125-128.
11. Майданевич Ю.П. Формирование системы регионального управления устойчивым развитием [Текст] / Ю.П. Майданевич // Научно-методологическое обеспечение управления устойчивым развитием региона: монография. – Симферополь: ДИАИПИ, 2017. – С. 214-254.
12. Майданевич Ю.П. Управление устойчивым региональным развитием [Текст] / Ю.П. Майданевич // Тенденции, направления и перспективы развития экономических отношений в современных условиях хозяйствования : сб. тр. I Междунар. науч.-практ. конф. – Симферополь : Антикава, 2016. – С. 302-304.
13. Пивень И.Г. Региональный маркетинг и региональный бенчмаркинг как составляющие части стратегии управления социально-экономическим развитием Краснодарского края [Текст] / И.Г. Пивень // Актуальные вопросы экономических наук. – 2014. – №12-1. – С. 187-202.
14. Прокофьев С.Е. Ключевые направления развития местного самоуправления в контексте устойчивого развития муниципальных образований [Текст] / С.Е. Прокофьев, Н.Н. Муסיнова // Управление устойчивым развитием. – СПб., 2015. – С. 111-120.
15. Прокофьев С.Е. Программный подход в государственном управлении: проблемы и пути их решения [Текст] / С.Е. Прокофьев // Муниципальная академия. – 2016. – №3. – С. 35-40.
16. Прокофьев С.Е. и др. Управление процессами формирования и реализации комплексных инвестиционных планов муниципальных образований [Текст] / С.Е. Прокофьев, Д.Е. Сорокин, Р.В. Фаттахов и др. – М., 2015. – 244 с.
17. Прокофьев С.Е. Устойчивое развитие муниципальных территорий с применением комплексных инвестиционных планов [Текст] / С.Е. Прокофьев // Вестн. Ун-та (Гос. ун-т управления). – 2013. – №20. – С. 103-109.
18. Сангинова Л.Д. Государственный инвестиционный менеджмент как система повышения эффективности бюджетных инвестиций в инфраструктурные проекты [Текст] / Л.Д. Сангинова, А.И. Арбузова // Экономика и предпринимательство. – 2016. – №11-1. – С. 811-816.
19. Чернопяттов А.М. Бенчмаркетинг [Текст] : учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений / А.М. Чернопяттов. – Сургут : Винчера, 2014. – 227 с.
20. Andersson T. Policy relevant nordic innovation indicators [Text] / T. Andersson, S. Mahroum // Objectives and rationales in nordic and European innovation policies. NIND project. – 2011.

21. Asheim B. et al. Constructing knowledgebased regional advantage: Implications for regional innovation policy [Text] / B. Asheim, L. Coenen, J. Moodysson, J. Vang // International j. of entrepreneurship & innovation management. – 2013. – Vol. 7(2-5). – Pp. 140-155.
22. Armitag J. Macrobutton numbering indicators and benchmarking [Electronic resource] / Joan Armitag. URL: <https://scholar.google.ru/citations?user=cMkVTvwAAAAJ&hl=ru>.
23. Asrofah T. et al. Best practices for the effectiveness of benchmarking in the Indonesian manufacturing companies [Text] / T. Asrofah, S. Zailani, Y. Fernando // Benchmarking: an international j. – 2013. – Vol. 17 ; iss. 1. – Pp.115-143.
24. Atkinson R. The 2012 state new economy index [Text] / R. Atkinson, S. Andes // Benchmarking economic transformation in the states / The Information technology and innovation foundation. – 2012.
25. Bertelsmann S. Verband für kommunales management KGSt (Hrsg.): benchmarking in der lokalen beschäftigungsförderung [Text] / Stiftung Bertelsmann, Hans-Böckler-Stiftung // Recherche und assessment bestehender benchmarking-ansätze. – Gütersloh, 2012.
26. Benchmarking pro správní obvod ORP Moravská Třebová projekt systémová podpora rozvoje meziobecní spolupráce v ČR v rámci území správních obvodů obcí rozšířenou působností [Text] / číslo projektu: CZ.1.04/4.1.00/B8.00001.
27. Clary J. et al. Hampton roads regional benchmarking study fiscal year 2009 [Text] / J. Clary, G. Grootendorst, K. Nichols. – Hampton roads planning district comission, 2009. – 113 p.
28. Edquist C. Design of innovation policy through diagnostic analysis: identification of systemic problems (or failures) [Text] / C. Edquist // CIRCLE, Lund University paper. – 2012. – No. 06.
29. Edquist C. Innovation policy – a systemic approach [Text] / C. Edquist // Archibugui D. The globalizing learning economy. – Oxford: Oxford university press, 2011. – Pp. 219-238.
30. Eichler M. Brussels metropolitan region benchmarking analysis 2007 / M. Eichler, U. Grob. – BAK Basel Economics., 2007. – 85 p.
31. Koellreuter C. Regional Benchmarking as a tool to improveregional foresight [Text] / C. Koellreuter ; European commission ; Research DG-Directorate K, 2002. – 14 p.
32. Organisation for economic co-operation and development: territorial indicators and benchmarking for territorial competitiveness policies [Text]. – Paris, 2013.
33. Territorial benchmarking methodology: the need to identify reference regions 3rd European conference on corporate R&D and Innovation CONCORD-2011 [Text] : oct. 6th. – 2011.
34. Benchmarking territorial competitiveness [Electronic resource]. URL: http://www.mesopartner.de/uploads/media/mp-wp9_Benchmarking.pdf.
35. Benchmarking ve veřejné správě (druhé, upravené a doplněné vydání) [Electronic resource]. URL: http://www.kvalitavs.cz/download/Benchmarking_VS.pdf.

Ключевые слова

Бенчмаркинг; региональный бенчмаркинг; конкуренция; региональная инновационная система; финансовая политика; агломерация.

Сергиенко Наталья Сергеевна

РЕЦЕНЗИЯ

Для решения региональных проблем, среди которых создание новых рабочих мест, снижение безработицы, повышение уровня жизни населения, органам исполнительной власти требуется проводить эффективную политику социально-экономического развития территории на краткосрочный и среднесрочный периоды. Любые преобразования диктуют необходимость осознания масштабов перемен, возможные риски и открывающиеся возможности. Поэтому среди современных инструментов сравнения и оценки потенциальных возможностей и рисков выступает бенчмаркинг.

В настоящее время регионам требуется изучение, с одной стороны, внутрирегиональных интересов и потребностей, а с другой стороны, оценка собственных возможностей их удовлетворения. За рубежом широкое распространение получил комплексный метод разработки и реализации целевых комплексных программ под названием «региональный бенчмаркинг». Поэтому, чтобы иметь возможность объективно оперировать им в дальнейших исследованиях, требуется раскрыть содержание и уточнить формулировки для данного подхода.

В работе раскрыты существующие теоретические подходы к определению и основному содержанию регионального бенчмаркинга, представлено авторское его определение.

В статье обосновывается целесообразность использования регионального бенчмаркинга в стратегии управления социально-экономическим развитием территории. Раскрывается сущность этих подходов и их преимущества. Материалы исследования могут быть использованы органами исполнительной власти при разработке стратегий развития публично-правовых образований.

Научная статья Н.С. Сергиенко «Региональный бенчмаркинг: методология и зарубежные практики» актуальна, заслуживает положительной оценки, отвечает предъявляемым требованиям к публикациям в научных изданиях и может быть рекомендована к опубликованию.

Майданевич Ю.П., д.э.н., доцент, заведующий кафедрой менеджмента устойчивого развития Института экономики и управления Крымского университета им. В.И. Вернадского, г. Симферополь.

Перейти на ГЛАВНОЕ МЕНЮ