

О.В. ЯРЕМЕНКО, преподаватель
кафедры маркетинга и логистики,
e-mail: oksanochka1808@yandex.ru

ГОУ ВПО «Донецкая академия
управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной
Республики», г. Донецк, ДНР

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНА НА ОСНОВЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФУНКЦИОНАЛЬНОСТИ МЕХАНИЗМА БЕНЧМАРКЕТИНГА

Предложена комплексная система профессионально-практической подготовки кадров в ДНР, призванная обеспечить приток лиц, заинтересованных в получении качественных образовательных услуг по приемлемой стоимости. Описан механизм активизации производственной деятельности промышленных предприятий за счет рециклинга. В результате представлена четырехфакторная модель объема доходов от рециклинга ресурсов. В контексте бенчмаркетинга рассмотрен вопрос полезной эксплуатации объектов жилищного фонда ДНР, временно оставленных владельцами без внесения платы за их коммунальное обслуживание.

Ключевые слова: бенчмаркетинг, устойчивое развитие региона, профессионально-практическая подготовка, рециклинг, четырехфакторная модель, объект жилищного фонда, жилищно-коммунальное хозяйство (ЖКХ).

Yaremenko O.V. Sustainable development of the region based on providing the functionality of the benchmarking mechanism.

The article suggests a comprehensive system of professional and practical training of personnel in the DPR, which is designed to ensure the influx of people interested in receiving quality educational services at an affordable cost. The mechanism of activat-

ing the production activities of industrial enterprises through recycling is described. As a result, a four-factor model of the volume of revenues from resource recycling is presented. In the context of benchmarking, the issue of the useful operation of the DPR housing stock objects temporarily left by the owners without paying a fee for their public services was considered.

Keywords: benchmarking, sustainable development of the region, professional and practical training, recycling, four-factor model, housing stock object, housing and communal services.

Бенчмаркетинг является инструментом, способствующим достижению целей, изложенных в стратегии развития, и привлечению инвестиций в городскую и сельскую местность путем выявления конкурентных преимуществ данной территории и определения задач ее стратегического развития. Так, отправной точкой могут служить территории как в стране, так и за рубежом, которые достигли успеха в различных областях деятельности и сопоставимы по экономическим, природным, демографическим, географическим условиям с территорией, для которой разрабатывается стратегия по повышению инвестиционной привлекательности. Руководство территорией приобретает опыт из практики

© О.В. Яременко, 2020

успешных административно-территориальных единиц в управлении развитием и повышением показателей производительности. Поставленная цель в процессе бенчмаркетинга на уровне городских и сельских населенных пунктов должна благоприятно влиять на жителей этих территорий и не использоваться ими в ущерб. Это необходимо для выявления лучших достижений других территорий, совершенствования и применения методов деятельности с целью эффективной мобилизации имеющихся ресурсов и достижения лучшей производительности в развитии и росте инвестиционной привлекательности собственных территорий [1]. Поэтому исследования в направлении применения бенчмаркетинга для маркетинга территории в современных условиях становятся особенно актуальными.

Изучением бенчмаркетинга занимались ведущие экономисты–маркетологи. Среди зарубежных ученых, внесших значительный вклад в развитие теории и практики этой проблематики, следует отметить таких исследователей, как G. Anand, R. Kodali [2], Р. Кэмп [3], Т. Richman [4], Т. Stapenhurst [5].

Также существует интересный подход к определению понятия «бенчмаркетинг» одного из основоположников бенчмаркетинга, а именно Бйорна Андерсена [6, с. 272], который утверждал, что указанное понятие заимствовано из таких наук, как география и геометрия, где бенчмаркетинг обозначает условную плоскость, изучается и определяется как состояние заданного множества через сумму точек по отношению к некоторой точки отсчета.

Известный ученый в области бенчмаркетинга Р.С. Кемп утверждает, что бенчмаркетинг – это постоянный процесс изучения и оценки товаров, услуг и опыта производства предприятий – конкурентов или тех, которые яв-

ляются признанными лидерами в своих отраслях. Бенчмаркетинг становится своеобразным поиском лучших практических решений в различных областях, которые приводят к высокой производительности предприятия [3, с. 199].

Теоретические основы «концепции взаимодействия» в маркетинге и методы разработки научно-прикладных рекомендаций по использованию бенчмаркетинга рассмотрены в работах Е.В. Арефьевой, О.А. Арефьева [7], Р. Кемпа [3], Л.В. Кирияк, Е.Ф. Райлян [1].

Первым этапом исследования является определение теоретической сущности понятия «бенчмаркетинг».

Бенчмаркетинг – это процесс тщательного измерения производительности предприятия посредством сопоставления с предприятиями – лидерами, приближенность или опережение лучших в своей области [5, с. 81–85].

Бенчмаркетинг – это стандарт преимущества или достижения, против которого аналогичные должны быть измерены или оценены [4, с. 26–28].

Бенчмаркетинг – это деятельность, направленная на поиск и определение лучших практик, которые приведут к высокой производительности предприятия [3, с. 198].

Бенчмаркетинг может быть объяснен как систематический процесс поиска лучшей практики, инновационных идей и эффективного использования ресурсов, направленных на повышение производительности предприятия [4, с. 257–260].

Бенчмаркетинг – процесс определения, разделения и использования знаний и лучших практических примеров, направленных на улучшение любой задачи бизнес – процесса, с помощью исследования новых подходов измерения имеющейся производительности, нахождения, изучения и выполнения практических решений, которые обеспечивают новые возможности для достижения

стратегических, операционных и финансовых преимуществ предприятия в конкурентной среде. В современных условиях на территории ДНР бенчмаркетинг остается недостаточно изученным и развитым в сравнении с развитыми странами мира.

Цель статьи – раскрыть сущность бенчмаркетинга, предложить эффективные механизмы его реализации в контексте современных реалий устойчивого развития территории.

Дефицит кадров в реальном секторе экономики ДНР, обусловленный несоответствием результатов деятельности образовательных институций потребностям сложившегося рынка труда, предлагается ликвидировать за счет повышения качества образования на основе усиления его профессиональной ориентированности.

Опыт функционирования системы среднего образования в бывшем СССР включал такой инструмент формирования первичных профессиональных навыков работы, как учебно-производственные комбинаты, профессиональное обучение в которых осуществлялось параллельно с утвержденной школьной программой на протяжении последних двух лет обучения – в период обучения в 9–10 (позднее 10–11) классах.

В результате выпускники средней школы, кроме аттестата зрелости, получали также документы о наличии профессии, что давало возможность самостоятельного заработка, временного или постоянного трудоустройства, повышения профессиональной квалификации путем последующего обучения в ВУЗе. В современных условиях система обучения студентов не имеет тесной связи с практической подготовкой, что затрудняет их последующее трудоустройство и, как следствие, не способствует росту кадрового потенциала всего региона. Для обеспечения потребностей региональной экономики в квалифицированных кадрах,

а также для усиления привлекательности региона как территории, на которой действуют образовательные учреждения, оказывающие качественные образовательные услуги, предлагается создание комплексной системы профессионального образования. Данная система охватывает процесс получения среднего профессионального и высшего образования согласно следующей последовательности.

1. Обязательное обучение выпускника школы в профессиональном учебном заведении в течение года для получения профессии. Выбор учебного заведения осуществляется с учетом возможности последующего трудоустройства или последующего обучения в ВУЗе. На данном этапе происходит овладение профессией на основе доминирования в учебном процессе практической составляющей. Вместе с тем сохраняется возможность и время для подготовки к поступлению в ВУЗ. Причем на базе ВУЗов предлагается открытие годовых подготовительных курсов, одной из задач работы которых является сбережение полученных в школе теоретических знаний, которые не применяются в процессе практического обучения.

2. По окончании учреждения профессионального образования и получения профессии часть выпускников трудоустраивается, другая часть принимает решение о совмещении работы с заочным или дистанционным обучением в колледже или ВУЗе, третья часть продолжает обучение в колледже или в ВУЗе.

3. Повышение профессиональной квалификации по итогам обучения в колледже или (возможно) в ВУЗе. Достижение профессионального совершенства позволит обеспечить достойное трудоустройство, а также при желании продолжить обучение в аспирантуре для повышения научно-педагогической квалификации.

Использование приемов бенчмаркетинга связано с применением лучших способов оказания образовательных услуг с точки зрения обеспечения повышения их качества. Следующим элементом бенчмаркетинга на рынке образовательных услуг выступает их стоимость. В ДНР плата за обучение в ВУЗах намного меньше, чем, например, в РФ. Таким образом, при высоком качестве оказания образовательных услуг и их низкой стоимости образовательные учреждения ДНР имеют конкурентные преимущества, так как являются привлекательными для целевых сегментов потребителей. В контексте устойчивого развития региона на основе действия механизма бенчмаркетинга (рис. 1) предлагается активизировать производственную деятельность промышленных предприятий за счет рециклинга.

Рециклинг отходов (англ. recycling), рециклирование и утилизация отходов) – повторное использование или возвращение в оборот отходов производства или мусора.

Сбор отходов является наиболее дорогостоящим компонентом всего процесса утилизации. Поэтому правильная организация сбора отходов может сэкономить значительные средства. Для повышения уровня рециклинга в Донецком регионе целесообразно внедрить программу раздельного сбора коммунальных отходов. Коммунальные отходы подлежат сортировке жителями и на предприятиях по трем позициям, раскладываются в контейнеры, имеющие цветовое кодирование.

В синий контейнер складываются все виды пригодных для вторичной переработки материалов (изделия из пластмасс, стекла, бумаги, металлов). В зеленый – все виды органических отходов, пригодных для компостирования, в т.ч. садовые, пищевые отходы, бумажная упаковка с пищевыми загрязнителя-

ми и др.). В черный – все остальные отходы.

Цветовая кодировка контейнеров одинакова для частных, многоквартирных домов и предприятий – образователей отходов.

Отходы из синего контейнера подлежат направлению на мусоросортировочный комплекс (МСК), являющийся государственным (коммунальным) предприятием, откуда рассортированное вторичное сырье направляется потребителям.

Органические отходы направляются на площадку для полевого компостирования.

Отходы из «черного» контейнера направляются без сортировки на полигон для захоронения.

Финансовым условием устойчивого развития региона выступает создание ликвидационных фондов для предприятий и организаций, эксплуатирующих полигоны по хранению твердых коммунальных отходов и твердых промышленных отходов для предприятий – недопользователей. Предлагается направлять в эти фонды средства на специальные банковские счета, которые будут расходоваться только для ликвидации последствий закрытия угольных предприятий, рекультивации земель, восстановления окружающей среды после вывода свалок из эксплуатации. Более того, рециклинг также выступает способом привлечения финансовых ресурсов, когда перспективы реализации эффективных проектов на основе использования вторсырья выступают условием привлечения инвестиционных ресурсов.

Основной проблемой в переработке вторсырья является не отсутствие технологий переработки, а отделение вторсырья от остального мусора, а также разделение различных компонентов вторсырья. Вариантом решения данной ситуации выступает внедрение мероприятия



Рис. 1. Механизм регионального бенчмаркетинга

по рециклингу отходов производства. В производственной практике машиностроительных предприятий региона в качестве конструкционных материалов для корпусных деталей стиральных бытовых машин широко использовались пластики типа АБС 2020, которые в основном поставлялись из РФ и других стран. В связи с объективными сложностями поставок и дороговизны этих материалов, делающей конечную продукцию неконкурентоспособной, производство стиральных машин в ряде машиностроительных предприятий остановлено. Для возобновления этого производства необходимо создание новых полимерных конструкционных материалов, которые обеспечат улучшение потребительских свойств стиральных машин при существенном снижении стоимости товаров. Это, в свою очередь, возможно путем введения в полимерные связующие в качестве наполнителей отходов производства – шамотной пыли

для термопластичных полимерных матриц.

Как показали результаты проведенных экспериментальных исследований опытных и промышленных образцов корпусных деталей малогабаритных стиральных машин, изготовленных из наполненных полистирольных композиций, введение 15% шамотной пыли в связующие ударопрочного полистирола УМП – 0508 позволяет сохранить необходимый комплекс физико-механических и технологических свойств наполненного материала при его существенном удешевлении. Испытания в условиях машиностроительных предприятий баков стиральных машин, изготовленных из наполненных шамотной пылью полистирольных композиций, подтвердили высокую устойчивость к вибрационным нагрузкам и действию температуры моющего раствора – 75°C.

Экономическая эффективность внедрения данного мероприятия по рециклингу отходов производства (шамотной пыли), рассчитанная в ходе проведенного эксперимента с помощью программы «TOWAR» в виде показателя относительного снижения себестоимости производства одной стиральной машины, составила 32,14%. Образовавшийся резерв роста налогооблагаемой прибыли обусловил также прирост суммы налога на прибыль и чистой прибыли на 25,71% [8].

Снижение количества отходов, подлежащих захоронению, требует вмешательства на всех этапах производства и использования товаров, чтобы, во-первых, продлить их жизненный цикл, а во-вторых – создать продукцию, пригодную для повторного использования или вторичной переработки. Этому во многом может способствовать внедрение механизмов ответственности товаропроизводителей с целью переноса на них затрат на обращение с изделиями после окончания срока их службы с республиканского или местного уровня на уровень предприятий.

Рециклинг ресурсов выступает фактором оптимизации доходов региона (доходов республиканского или местных бюджетов), что иллюстрирует предложенная четырех факторная модель рециклинга:

$$Dr = Ч \times Dr/Тч \times Тч/Тд \times Тд/Ч, \quad (1)$$

где Dr – объем доходов региона от деятельности хозяйствующих субъектов по рециклингу ресурсов, который определяется путем построения таких двухфакторных моделей:

$$Dr = Тч \times Dr/Тч \quad (2)$$

$$Dr = Тд \times Dr/Тд \quad (3)$$

$$Dr = Ч \times Dr/Ч, \quad (4)$$

где $Тч$ – количество отработанных за год человеко-часов всеми работниками

хозяйствующих субъектов региона, которые заняты рециклингом ресурсов;

$Тд$ – количество отработанных за год человеко-дней работниками хозяйствующих субъектов региона, которые заняты рециклингом ресурсов;

$Ч$ – среднегодовая численность работников хозяйствующих субъектов региона, которые заняты рециклингом ресурсов;

$Dr/Тч$ – среднечасовая производительность труда;

$Dr/Тд$ – среднедневная производительность труда;

$Dr/Ч$ – среднегодовая производительность труда.

Исходя из того, что среднедневная производительность состоит из среднечасовой, а годовая – из среднедневной, приведенные модели детализируются следующим образом:

$$\begin{aligned} Dr/Тд &= Dr/Тч \times Тч/Тд; \quad Dr/Ч = \\ &= Dr/Тд \times Тд/Ч = \\ &= Dr/Тч \times Тч/Тд \times Тд/Ч, \quad (5) \end{aligned}$$

где $Тч/Тд$ – длительность рабочего дня (в часах);

$Тд/Ч$ – длительность рабочего года (в днях).

Подставляя в формулу развернутое значение $Dr/Ч$, получим вышеприведенную четырехфакторную модель объема доходов от рециклинга ресурсов. Использование данной модели при прогнозировании бюджетных поступлений по итогам реализации мероприятий по рециклингу ресурсов показывают расчетные результаты, приведенные в табл. 1.

Согласно расчетам величина Dr является основой для определения финансового результата от реализации мероприятий по рециклингу ресурсов в условиях хозяйствующих субъектов (ФР). Для этого используется показатель среднего уровня рентабельности, вычисляемый в условиях хозяйствующих субъек-

Таблица 1

Расчет среднегодовых величин финансовых результатов хозяйствующих субъектов и доходов республиканского бюджета от реализации мероприятий по рециклингу ресурсов

Предприятия отраслей промышленности	Ч, чел.	Тч	Тд	Дг/Тч	Тч/Тд	Тд/Ч	Дг, млн руб.	R, %	ФР, млн руб.	НП, млн руб.
Предприятия угольной промышленности	98	784	2254	2,026	0,348	23	1588,4	1,26	20,014	4,00
Предприятия химической промышленности	64	448	1536	1,896	0,292	24	849,4	1,28	10,872	2,17
Предприятия машиностроения	79	593	1738	2,365	0,341	22	1401,3	1,3	18,216	3,64
Предприятия энергетической отрасли	75	600	1800	2,984	0,333	24	1790,4	1,6	28,646	5,73
Предприятия легкой промышленности	25	200	525	2,456	0,381	21	491,2	1,4	6,877	1,38
Предприятия пищевой промышленности	28	182	672	2,874	0,271	24	523,1	1,5	7,846	1,57
Предприятия металлургической промышленности	86	688	2064	2,780	0,333	24	1912,6	1,56	29,837	5,97

тов и приведенный к среднему значению. Рассчитанная по действующей ставке сумма налога на прибыль (НП) составляет среднюю величину бюджетных доходов от реализации мероприятий по рециклингу ресурсов в условиях хозяйствующих субъектов, которая в общей сумме составляет 24,46 млн руб.

Устойчивое развитие территории достигается эффективным использованием всех имеющихся ресурсов и возможностей для оптимизации доходов хозяйствующих субъектов и региона в целом. Поэтому в контексте бенчмаркетинга актуальным выступает вопрос о полезной эксплуатации объектов жилищного фонда ДНР, временно оставленных владельцами без внесения платы за их коммунальное обслуживание. Речь идет об услугах, оказываемых независимо от

фактического их использования. Например, обслуживание многоквартирных домов и преддомовой территории, услуги по отоплению и т.п. Такие услуги подлежат оплате независимо от фактического пользования ими.

Объекты жилищного фонда, принадлежащие временно отсутствующим лицам, в случае длительных неплатежей за коммунальные услуги и накопления долгов по ним, не могут быть автоматически изъяты у владельцев-должников, но могут выступать объектами временно-го распоряжения со стороны местных органов власти. Целесообразно применить в качестве способа предупреждения и ликвидации задолженности по таким объектам сдачу их в аренду лицам, живущим и работающим в ДНР и имеющим потребность в автономном жилье. При

этом данную меру предлагается применять исключительно в случае не идентификации владельца – должника (когда контакт с ним не возможен, его местопребывание не известно, нет возможности связаться с ним).

Технология данного процесса включает процедуру поиска владельца-должника и если он не идентифицируется, то создается комиссия из представителя местного органа власти, обслуживающего жилищно-коммунального предприятия, полиции, представителя владельца – должника (родственник, сосед и т.п.), которая вскрывает объект, производит опись имущества и остального содержимого объекта, определяет техническое состояние объекта, при необходимости печатывает мебель и части помещений (например, комнаты, балконы, лоджии) и оформляет заключение о возможности использования объекта арендатором.

Правом арендодателя целесообразно наделить местные органы власти, которые и будут обеспечивать оптимизацию доходов местных бюджетов от аренды объектов жилищного фонда. Величину арендной платы предлагается устанавливать в зависимости от размера арендуемой площади, района расположения объекта аренды (удаленность от центра города и от объектов транспортной инфраструктуры), технического состояния объекта аренды и здания, в котором он расположен, и прочих условий.

Кроме арендной платы финансовые обязательства арендатора увеличиваются на сумму коммунальных платежей (без учета долговых обязательств владельца – должника). В результате активизируются денежные поступления на счета предприятий жилищно-коммунального хозяйства (что исключит необходимость повышения тарифов на услуги предприятий ЖКХ).

Отношения между арендодателем и арендатором предложено оформлять договором аренды с подробным описанием финансовых обязательств и ответствен-

ности за ненадлежащее использование объекта аренды (кража, порча и т.п.), а также за использование опечатанных помещений, мебели и прочего имущества.

В случае идентификации владельца – должника вопрос сдачи аренды, принадлежащего ему объекта, согласовываются с ним. Если он согласен, то также подписывает договор аренды как владелец объекта, наделяющий местный орган власти правами арендодателя. При этом арендная плата, уплачиваемая арендатором, делится между арендодателем и владельцем в согласованных пропорциях, причем средства, причитающиеся владельцу, используются на покрытие накопившейся задолженности за услуги предприятий ЖКХ. В случае несогласия владельца сдавать принадлежащий ему объект в аренду, он обязан покрыть накопившуюся задолженность по коммунальным платежам и внести авансом плату за коммунальные услуги на год вперед. Сроки покрытия долгов и внесения авансового платежа согласовываются между владельцем и местным органом власти и оформляются путем подписания соглашения. Неисполнение владельцем условий соглашения позволяет местному органу власти распоряжаться объектом в качестве арендодателя.

Выводы и перспективы дальнейших исследований

В ходе исследования раскрыта сущность бенчмаркетинга, а также предложены эффективные механизмы его реализации в контексте современных реалий устойчивого развития территории. Полученные результаты свидетельствуют о том, что в контексте устойчивого развития региона / регионального маркетинга бенчмаркетинг представляет собой комплекс действий, включающий сравнительный анализ индикаторов развития территории, установления и оценки основных факторов, влияющих на эффективность управленческих решений, с целью выявления резервов повышения уровня экономического и социального развития территории.

Инструментарий бенчмаркетинга необходимо рассматривать как современную управленческую технологию, которая помогает улучшить экономические показатели развития региона / территории, повысить эффективность управления, поскольку информация, которая была собрана в процессе бенчмаркетинга, позволяет принимать обоснованные и оптимальные управленческие решения. Использование инструментария бенчмаркетинга позволяет определить стратегии и лучшие практики, которые помогли другим регионам / территориям достичь высоких показателей развития в конкретных сферах. Также, опираясь на результаты исследования, необходимо отметить, что важным преимуществом бенчмаркетинга является его содействие общественному контролю по динамике изменений в социально-экономическом развитии региона / территории и за достижением задекларированных органами власти целей и задач развития. Информация, собранная в процессе реализации комплекса бенчмаркетинга, может служить основой для дальнейших рекомендаций по разработке и внедрению стратегии, а также может использоваться для экономического планирования и прогнозирования развития территории.

Перспективой дальнейших исследований в представленном направлении является сравнительный анализ экономического развития регионов / территорий, который позволит выяснить влияние различных факторов на их специализацию, оценить положительный опыт хозяйствования, учесть негативные последствия, понять, насколько обобщенны или индивидуальны пути развития регионов / территорий, провести их типологию и определить перспективы развития. Полученные на основе сравнения типологические выводы являются вершиной обобщения и открывают новые пути в науке, указывают направления практического

решения вопросов социально – экономического развития регионов/территорий, в частности, предоставление финансовой поддержки слабо развитым регионам/территориям.

Список использованной литературы

1. Кирияк, Л.В. Бенчмаркетинг и маркетинг территорий / Л.В. Кирияк, Е.Ф. Райлян // Молодой ученый. – 2018. – № 49. – С. 350–353. – URL: <https://moluch.ru/archive/235/54485/>
2. Anand, G. Benchmarking the benchmarking models / G. Anand, R. Kodali // Benchmarking: An International Journal. – 2008. – № 3. – P. 257–260.
3. Camp, R.C. Benchmarking / R.C. Camp // Hanser. – 1994. – P. 198–201.
4. Richman, T. How benchmarking can improve business reengineering in Planning Review / T. Richman // Koontz. – 2003. – № 7. – P. 26–28.
5. Stapenhurst, T. The Benchmarking Book: Best Practice for Quality Managers and Practitioners / T. Stapenhurst // Butterworth – Heinemann. – 2009. – № 6. – P. 81–85.
6. Андерсен, Б. Бизнес – процессы. Инструменты совершенствования / Б. Андерсен; пер. с англ. С.В. Ариничева; науч. ред. Ю.П. Адлер. – М.: РИА «Стандарты и качество», 2003. – 272 с.
7. Арефьева, Е.В. Бенчмаркетинг / Е.В. Арефьева, О.А. Арефьев. – К.: ЕУФИМБ, 1996. – 25 с.
8. Астапова, Г.В. Налоговое стимулирование эколого-экономической деятельности предприятий / Г.В. Астапова, С.А. Маковецкий // Механизмы управления экономическими, экологическими и социальными процессами в условиях инновационного развития; V Междунар. науч.-практ. конф. (г. Алчевск, 28–29.11.2018 г.). – Алчевск: ГОУ ВПО ЛНР «ДонГТУ», 2019. – С. 361–369.

Статья поступила в редакцию 20.04.20