

С.В. Генералова,

доктор экономических наук, профессор

*Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина –
филиал РАНХиГС*

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА НА ОСНОВЕ «УМНОГО» БЕНЧМАРКИНГА

Решение стратегической задачи социально-экономического развития региона связано с поиском перспектив развития. При разработке стратегий большая часть проблем сконцентрирована в области эффективного выбора и научного обоснования стратегических приоритетов развития региона. Идентификации приоритетов регионального развития во многом способствует применение инструментария «умного» бенчмаркинга.

Изначально метод бенчмаркинга был разработан с целью повышения конкурентоспособности коммерческих организаций и представлял собой систематический поиск наилучших систем, процессов и практик. Бенчмаркинг происходит от слова «benchmark», означающего эталон, позволяющий проанализировать или оценить уровень какой-либо подсистемы организации. Под бенчмаркингом понимается непрерывный процесс изучения и оценки лучших практик в других организациях с целью использования полученной информации для принятия эффективных управленческих решений для улучшения работы своей организации. Две главные причины использования бенчмаркинга – это совершенствование процесса целеполагания и выяснение того, как наилучшим образом достичь поставленных целей [1].

В дальнейшем инструментарий бенчмаркинга стал широко использоваться применительно к объектам мезоуровня. В результате комплексного исследования теоретических и практических разработок в области развития методологии бенчмаркинга на мезоуровне был сделан вывод, что особое место в понятийно-категориальном аппарате занимает понятие «региональный бенчмаркинг», под которым следует понимать процесс сравнения различных видов деятельности, практик и процессов в регионах и использование этой информации для совершенствования регионального развития [2].

Следует отличать «упрощенный» бенчмаркинг от «умного» бенчмаркинга – процесса сравнения анализируемых территорий с теми, которые имеют более высокие показатели социально-экономического развития, независимо от схожести их природно-ресурсного и производственно-экономического потенциала. Последние разработки зарубежных ученых-регионалистов подвергли такой подход критике. По их мнению, не все анализируемые регионы по объективным причинам способны достичь показателей развития регионов-лидеров в обозримой перспективе [3]. «Умный» бенчмаркинг, впервые описанный в 2001 г., основан на предварительной оценке объекта-эталона на предмет его схожести с анализируемым объектом [4]. Таким образом, «умный» бенчмаркинг предполагает разработку стратегии развития региона на основе сравнения его с регионами-лидерами, имеющими схожие институциональные условия и показатели развития [5]. Первоначальным этапом процесса «умного» бенчмаркинга является предварительная оценка аналогичных территорий – «идентичных регионов». Впоследствии осуществляется определение стратегических приоритетов развития анализируемого объекта на основе внедрения передового опыта регионов-лидеров, идентичных для него.

Бенчмаркинг позволяет определить, насколько анализируемый регион соответствует уровню идентичных регионов, достигших более высоких показателей, а также дает возможность руководству региона принять эффективные управленческие решения по устранению негативных разрывов. Применение «умного» бенчмаркинга при разработке стратегии социально-экономического развития региона способствует более эффективному управлению изменениями в регионе, выявлению сильных и слабых сторон деятельности, определению и внедрению лучших процессов и практик, постановке трудных, но достижимых целей, осуществлению крупномасштабных улучшений (типа «прорывов»), концентрации внимания на основных факторах успеха региона, прогнозированию тенденций развития, установке новых эталонов в регионе, созданию культуры непрерывного усовершенствования.

«Умный» бенчмаркинг как процесс можно представить как взаимосвязь нескольких последовательных этапов. Первый этап процесса бенчмаркинга – это поиск объекта бенчмаркинга, то есть поиск регионов-лидеров, которые должны иметь на фоне идентичного природ-

но-ресурсного и производственно-экономического потенциала более высокие показатели деятельности [6]. На втором этапе процесса бенчмаркинга осуществляется сбор репрезентативной информации согласно заранее сформированной научно обоснованной системе показателей. На данном этапе также необходимо определить источники информации и методы ее сбора. Третий этап имеет аналитический характер. На данном этапе производится сравнение фактических показателей развития анализируемого региона с показателями региона-лидера. Суть четвертого этапа заключается в определении стратегических приоритетов развития анализируемого региона [7]. Установление приоритетов развития социально-экономической системы региона должно содержать анализ влияния изменений на определенные процессы. Опыт показывает, что некоторые изменения положительно влияют на значение одного показателя, но одновременно оказывают отрицательное влияние на значение других показателей. Используя анализ изменений, можно установить их очередность, оценить влияние каждого из них и спрогнозировать результаты.

Таким образом, «умный» бенчмаркинг является эффективным инструментом поиска и выбора приоритетов развития в системе стратегического управления социально-экономическим развитием регионов.

Библиографический список

1. Харрингтон Х.Дж., Харрингтон Дж.С. Бенчмаркинг в лучшем виде! / пер. с англ. под ред. Б. Резниченко. СПб., 2004.
2. Koellreuter C. Regional Benchmarking as a tool to improve regional foresight. European Commission-Research DG -Directorate K, April 2002. P. 14.
3. Navarro J. Smart specialisation benchmarking and assessment: pilot study on wind energy. 2017. URL: <http://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC106035>
4. Tomlinson M., Lundvall B.-A. Policy learning through benchmarking national systems of competence building and innovation – learning by comparing. 2001. URL: http://www.academia.edu/24150494/Policy_learning_through_benchmarking_national_systems_of_competence_building_and_innovation-learning_by_comparing
5. Дубровская Ю.В., Кудрявцева М.Р., Козоногова Е.В. «Умный» бенчмаркинг как основа стратегического планирования регионального развития // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2018. Т. 11, № 3. С. 100–116.
6. Генералова С.В. Формирование конкурентного потенциала с помощью бенчмаркинга // Проблемы теории и практики управления. 2007. № 1. С. 16–21.

7. Генералова С.В., Щербаков В.А., Воронов А.С. Новое качество стратегического планирования развития национальной экономики в условиях геополитической нестабильности. Современная экономика и управление: подходы, концепции, модели: материалы II Международной научно-практической конференции. Саратов, 2016. С. 25–26.

О.Л. Гнускина,

студент

*Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина –
филиал РАНХиГС*

ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ СОТРУДНИКОВ ПРОТИВОПОЖАРНОЙ СЛУЖБЫ МЧС РОССИИ

Стремление и желание человека осуществлять свою профессиональную деятельность считается одним из основных условий преуспевания работы компании. Мотивация персонала является главным орудием обеспечения рационального использования ресурсов, мобилизации существующего кадрового потенциала. Мотивацию можно трактовать по-разному. С одной стороны, под этим понятием подразумевают стремление людей прилагать усилия для достижения целей компании, чтобы удовлетворить собственные потребности. Она воплощается в комплексе внутренних и внешних влияний, которые стимулируют человека к труду, задают вариативные формы работы, лимитируют ее режимы и дают этой деятельности нацеленность. В понятие «мотивация» укладываются проблемы активизации, управления и осуществления направленного действия человека. С другой стороны, мотивирование – это процедура осознанного предпочтения человеком того либо другого вида поведения, характеризующегося единым влиянием внешних и внутренних условий. В ходе производственной работы мотивация дает возможность сотрудникам удовлетворить ключевые потребности посредством исполнения своих трудовых обязательств [1, с. 51]. Комплекс внутренней и внешней мотивации формирует концепцию мотивации персонала, базирующуюся на коллективной культуре компании, ознакомление с которой считается одной из функций адаптации персонала.

Компетентная деятельность сотрудников Государственной про-