

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА МЕЖДУ СТРАНАМИ ЮГО-ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ В РАМКАХ ЧЕРНОМОРСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

- приблизно 3,4 млн осіб отримали доступ до поліпшеного міського транспорту;
- отримали підтримку понад 19 000 проектів із розвитку освітньої інфраструктури, користь від яких отримали 3,4 млн студентів, здебільшого в Італії, але з істотними результатами також у Болгарії, Іспанії і Греції.

У 2009-2010 рр. сталося істотне зростання кількості учасників і проектів, що фінансуються по програмах Європейського соціального фонду (від 10 до більше, ніж 15 млн учасників щорічно). Профіль учасників відбиває відмінності в національних умовах і пріоритетах підтримки Європейського соціального фонду.

Поки неможливо оцінити загальні результати для всіх країн-учасниць від отриманої підтримки із загальноєвропейських фондів і програм. Проте вивчення досвіду й результатів програм регіонального розвитку свідчить, що в багатьох випадках проведені інтервенції формували критичну масу, яка дозволяла зробити ривок вперед у національній або регіональній політиці НДДКР.

Рисунок 3 демонструє географію розподілу проектів за програми європейських фондів у 2007-2011 рр. Будівництво доріг, підтримка ділової активності, розвиток соціальної інфраструктури, культурна спадщина і туризм стали пріоритетними сферами реалізації проектів. Вищий за середній рівень пріоритетності отримали проекти у сфері інновацій і НДДКР.

Кумулятивні показники діяльності Європейського фонду регіонального розвитку і Фонду згуртування демонструють позитивні ефекти у сфері економічної модернізації та конкурентоспроможності. Вбудована гнучкість політики єдності спрямована на вирішення регіональних і національних проблем у контексті поточної кризи. Політичні дебати все більше торкаються пріоритетів майбутніх програм. У деяких країнах-членах має місце істотне відставання у сфері нововведень і НДДКР, будівництві доріг, ІТ послугах, виробництві електроенергії та держуправлінні.

Одним з прикладів реалізації в Україні політики селективної підтримки секторів-точок росту національної економіки є програма «Національні проекти», мультиплікативні ефекти від реалізації якої досягаються за рахунок впровадження принципу компліментарності і софінансування в рамках моделі державно-приватного партнерства.

До пріоритетних напрямів впровадження програми «Національні проекти» відносяться: нова енергія, нова якість життя, нова інфраструктура, олімпійська надія – 2022, агроперспектива.

В рамках даних пріоритетів державної підтримки Комітетом з економічних реформ було схвалено концепції таких «Національних проектів» [6]:

- «LNG Україна» - створення інфраструктури постачання скрапленого газу в Україну;
- «Енергія природи» - будівництво комплексу вітрових, сонячних та малих гідроелектростанцій, виробництво твердого альтернативного палива;
- «Доступне житло» - система проектів комплексного будівництва доступного житла;
- «Нове життя - нова якість охорони материнства та дитинства»;
- «Чисте місто» - система комплексів з переробки твердих побутових відходів;
- «Якісна вода» - забезпечення населення України якісною питною водою;
- «Відкритий світ» - створення інформаційно-комунікаційної освітньої мережі національного рівня на базі технологій радіов'язку четвертого покоління (4G);
- «Місто майбутнього» - формування стратегічного плану та системи проектів розвитку міста;
- «Вчасна допомога» - утворення єдиних регіональних оперативного-диспетчерських служб з використанням сучасних GPS-технологій для зменшення часу прибуття бригади медичної допомоги до пацієнта;
- «Повітряний експрес» - залізничне пасажирське сполучення м. Київ - міжнародний аеропорт «Бориспіль» і будівництво інших інфраструктурних об'єктів Київського регіону;
- «Дунайський регіон» - розвиток транспортного сполучення та судноплавства в дунайському регіоні;
- «Індустріальні парки» - створення промислово-виробничої інфраструктури;
- «Технополіс» - створення інфраструктури інноваційного розвитку та високих технологій;
- Створення спортивно-туристичної інфраструктури;
- «Зерно України» - програма розвитку зерновиробництва з високими виробничими та економічними показниками;
- «Відроджене скотарство» - розроблення зерновиробництва з високими виробничими та економічними показниками;
- «Зелені ринки» - створення мережі регіональних оптових продовольчих ринків.

Як свідчить світовий досвід, в умовах сучасної динамізації інноваційного розвитку країн, загострення значущості даної складової у формуванні національної конкурентоспроможності в глобалізованому світі, в той же час обмеженості інвестиційних ресурсів, як з державних, так і приватних джерел фінансування, досягнення якісних змін у структурі національної економіки у бік реалізації інноваційної моделі розвитку можливо лише за умови, з одного боку об'єднаного вибору секторів економіки, які можуть надати максимальні мультиплікативні ефекти для інноваційного прориву держави, з іншого – за рахунок об'єднання джерел фінансування для реалізації таких проектів на основі державно-приватного партнерства та принципів компліментарності.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ:

1. Report from the Commission to the European Parliament, the Council, the Euroean Economic and Social Committee and Committee of the Regions «Cohesion policy: Strategic report 2013 on programme implementation 2007-2013» \ \ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ec.europa.eu/regional_policy/how/policy/strategic_report_en.cfm.
2. Swaine T. Edward. Subsidiary and Sovereignty: European Regionalism and Globalized Legal Relations\ \ European Community Studies Association, 2001.
3. Barnett R.R., Borooh V. Assessing the Impact of European Community Structural Funds. – University of Ulster, Center for Policy Research, 1992, 23 p.
4. Edverveen S., Groot H. L., Nahuis R. Fertile Soil for Structural Funds? A Panel Data Analysis of the Conditional Effectiveness of European Cohesion Policy. – Kykla, Wiley Blackwell, vol. 59 (1), p. 17-42
5. http://ec.europa.eu/regional_policy/thefunds/regional/index_en.ctm
6. <http://www.ukrproject.gov.ua/page/pro-natsionalni-proekti>

ОСОБЕННОСТИ ВИДОВ И НАПРАВЛЕНИЙ БЕНЧМАРКИНГА ТРАНСПОРТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Шуклина В.В., к.е.н., доцент Херсонского национального технического университета

Баирова А.Д., Херсонский национальный технический университет

Шуклина В.В., Баирова А.Д. Особенности видов и направлений бенчмаркинга транспортного предприятия.

В статье рассмотрены виды и направления, а также само понятие бенчмаркинга как маркетингового инструмента, его цель и основные этапы проведения. Выявлены и систематизированы особенности бенчмаркинга транспортного предприятия. Описаны правила проведения анализа превосходства, соблюдение которых может вывести фирму на новый уровень, наряду с лучшими предприятиями по оказанию транспортных услуг. Рассмотрена история развития бенчмаркинга, как науки. Были определены факторы, влияющие на положительные результаты от нововведений в процессе проведения бенчмаркинга на транспортном предприятии. Охарактеризованы принципы

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА МЕЖДУ СТРАНАМИ ЮГО-ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ В РАМКАХ ЧЕРНОМОРСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

бенчмаркинга транспортного предприятия. Также были выявлены проблемы, возникающие при сборе информации для сравнительного анализа превосходства по характеристикам самого предприятия и предприятий-лидеров в данной отрасли. Обоснована целесообразность проведения бенчмаркинга в транспортной отрасли, как инструмента маркетингового исследования в условиях жесткой конкуренции на рынке транспортных услуг.

Ключевые слова: бенчмаркинг, конкурентоспособность, транспортное предприятие, услуга.

Шукліна В.В., Баїрова А.Д. Особливості видів і напрямів бенчмаркінгу транспортного підприємства

У статті розглянуті види і напрямки, а також саме поняття бенчмаркінгу як маркетингового інструменту, його мету та основні етапи проведення. Виявлено та систематизовано особливості бенчмаркінгу транспортного підприємства. Описані правила проведення аналізу переваги, дотримання яких може вивести фірму на новий рівень, поряд з найкращими підприємствами з надання транспортних послуг. Розглянута історія розвитку бенчмаркінгу, як науки. Були визначені фактори, що впливають на позитивні результати від нововведень у процесі проведення бенчмаркінгу на транспортному підприємстві. Охарактеризовані принципи бенчмаркінгу транспортного підприємства. Також були виявлені проблеми, що виникають при зборі інформації для порівняльного аналізу переваги за характеристиками самого підприємства та підприємств-лідерів у даній галузі. Обґрунтована доцільність проведення бенчмаркінгу у транспортній галузі, як інструменту маркетингового дослідження в умовах жорсткої конкуренції на ринку транспортних послуг.

Ключові слова: бенчмаркинг, конкурентоспроможність, транспортне підприємство, послуга.

Shuklina V., Bairova A. Traits and trends benchmarking transportation company.

In article types and the directions, and also concept of a benchmarking as marketing tool, its purpose and the main stages of carrying out are considered. Features of a benchmarking of transport enterprise are revealed and systematized. Rules of carrying out the analysis of the superiority which observance can raise the firm to new level are described, alongside with the best enterprises for the rendering transport services. The history of development of a benchmarking, as a science is considered. The factors influencing to positive results from innovations in the course of carrying out a benchmarking at transport enterprise were defined. The principles of a benchmarking of transport enterprise are characterized. Also the problems arising at collection of information for the comparative analysis of the superiority on characteristics of the enterprise and the leading enterprises in this branch were revealed. Expediency of carrying out a benchmarking in transport branch, as instrument of market research in the conditions of the rigid competition in the market of transport services is proved.

Keywords: benchmarking, competitiveness, transport enterprise, services.

Постановка проблемы. На сегодняшний день в любой сфере рыночных отношений возникает огромное количество фирм и предприятий. В таких условиях вопрос о выживании и закреплении на рынке становится важнейшим, современным инструментом решения которого для транспортного предприятия можно рассматривать бенчмаркинг. Его сущность, в обнаружении того, что другие делают на рынке транспортных услуг лучше, усовершенствование и применение их методов работы, недостаточно изучена и воспринимается достаточно формально.

Анализ последних исследований и публикаций: по данной проблематике помимо узкоспециализированных работ зарубежных авторов Р. Кэмп, Б. Андерсена, С. Миллера, Ф. Котлера, Д. Траута, проводились исследования бенчмаркинга такими специалистами как Е.А. Михайловой, Г.Л. Багиева, И.А. Аренкова, Г.Л. Азоева, А.П. Челенкова, А.К. Казанцева, А.В. Наумовой, Е.П. Голубкова.

Выделение нерешенной проблемы. Несмотря на повышенное внимание экономической науки к сфере услуг транспортных предприятий, до сих пор отсутствует единое мнение относительно бенчмаркинга в его деятельности. Особую актуальность в данных условиях приобретает вопрос видовых особенностей и направлений бенчмаркинга как инструмента закрепления на рынке.

Цель научной статьи заключается в исследовании понятия бенчмаркинга, его видов и особенностей с учётом факторов, обуславливающих успешное проведение бенчмаркинга транспортным предприятием.

Результаты исследования. Бенчмаркинг является относительно новым понятием в экономике, которое подразумевает изучение, оценку и анализ лучших показателей других организаций, и впоследствии, применение этих методик в своём транспортном предприятии. Это механизм сравнительного анализа (от англ. benchmark, «начало отсчета», «зарубка») эффективности собственной деятельности с показателями других, более успешных, фирм, выяснение причин эффективности бизнеса партнеров, организация соответствующих действий для улучшения собственных показателей и их реализация. Применяется для создания конкурентного преимущества при решении проблем, связанных с качеством, затратами и поставкой.

Бенчмаркинг - один из инструментов управления качеством услуг транспортного предприятия [1]. Целью является изучение состояния дел с качеством и эффективностью бизнеса партнеров и использование их передовых приемов и практических методов в конкурентной борьбе для достижения коммерческих успехов[2].

Бенчмаркинг в своем развитии прошел следующий процесс эволюции:

- первое поколение бенчмаркинга интерпретируется как реинжиниринг или ретроспективный анализ транспортного продукта;
- второе поколение - бенчмаркинг конкурентоспособности - получило развитие как наука в 1976-1986гг. благодаря деятельности фирмы «Хекох»;
- третье поколение - бенчмаркинг процесса - развивается в 1982-1986гг., когда транспортные предприятия-лидеры качества понимают, что учиться более просто у предприятий вне их отрасли, чем исследуя конкурентов;
- четвертое поколение - стратегический бенчмаркинг - рассматривается как систематический процесс, направленный на оценку альтернатив, реализацию стратегий и усовершенствование характеристик производительности на основе изучения успешных стратегий внешних транспортных предприятий-партнеров;
- пятое поколение - глобальный бенчмаркинг, рассматривается как будущий инструмент организации международных обменов с учетом культуры и национальных особенностей процессов организации предоставления услуг транспортным предприятием.

Проведение бенчмаркинга на транспортном предприятии с использованием указанных принципов предполагает последовательную реализацию определённых этапов. В научной литературе чаще всего выделяют их семь, которые предполагают диагностику транспортного предприятия, определение ключевых показателей деятельности, проведение эталонного сопоставления с анализом информации и повышение эффективности нового процесса или метода через "обратную связь" [6].

При проведении анализа превосходства необходимо соблюдать следующие правила: руководители транспортных предприятий должны быть максимально заинтересованы идеей анализа превосходства; сотрудники должны быть проинформированы о целях и необходимости проекта; рабочая программа должна иметь простую, пошаговую и понятную структуру; ход проекта должен быть подробно задокументирован. Соблюдение данного порядка имеет большое значение потому, что анализ превосходства часто вызывает важные, реформаторские и даже революционные изменения на предприятии [3].

Использование бенчмаркинга на транспортном предприятии имеет множество направлений, а именно:

- в логистике позволяет быстро и с малыми затратами выявить проблемы ситуации в логистических транспортных системах, в сферах близких к покупателю, по выполнению заказов и доставке;
- как способ оценки стратегий и целей работы в сравнении с предприятиями-лидерами в транспортной сфере, чтобы гарантировать долгосрочное пребывание на рынке;
- при разработке стратегий, операций и управленческих функций;
- товарный бенчмаркинг.

Исследование содержания бенчмаркинга показывает, что его можно рассматривать как направление маркетинговых исследований транспортного предприятия. Польза бенчмаркинга состоит в том, что производственные и маркетинговые функции становятся наиболее

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА МЕЖДУ СТРАНАМИ ЮГО-ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ В РАМКАХ ЧЕРНОМОРСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

управляемыми, когда на своем предприятии исследуются и внедряются лучшие методы и технологии других предприятий или даже отраслей.

Существуют следующие виды бенчмаркинга транспортного предприятия:

- внутренний (общий) - бенчмаркинг процесса, осуществляемый внутри транспортного предприятия или между ними, сопоставляя характеристики производственных единиц, схожих с аналогичными процессами;
- конкурентоспособности - измерение характеристики транспортного предприятия и его сопоставление с характеристикой конкурентов, исследование специфических услуг или продуктов, возможностей процесса или административных методов конкурентов;
- функциональный - сравнение определенной функции двух или более транспортных предприятий;
- процесса - деятельность по изменению определенных показателей и функциональности для их сопоставления с предприятиями, характеристика которых является совершенной в аналогичных процессах;
- глобальный - расширение стратегического бенчмаркинга, которое включает также ассоциативный;
- ассоциативный - бенчмаркинг, проводимый транспортными предприятиями, состоящими в узком бенчмаркинговом альянсе.
- Успешное проведение бенчмаркинга транспортным предприятием, определяется факторами, влияющими на процесс бенчмаркинга:
 - объективными (жесткие) в т.ч.
 - определение четких границ проекта;
 - точное планирование времени;
 - соблюдение стандартов качества;
 - принятие во внимание бюджетных ограничений;
 - субъективными (мягкие):
 - благоприятный климат для сотрудничества;
 - ориентацию на достижение результата (положительный настрой);
 - осознание важности качества;
 - заинтересованность;
 - творческий подход;
 - этику предпринимательства [3].

Проведение бенчмаркинга на транспортном предприятии сопряжено с определёнными трудностями, одним из которых чаще всего является получение информации (особенно для конкурентного бенчмаркинга). Обычно приходится пользоваться скупой официальной информацией, содержащейся в открытых отчетах конкурента, и пытаться самостоятельно «расшифровать» ее по косвенным данным, получаемым от клиентов, дилеров, экспертов. Прямое сопоставление — зачастую является очень сомнительным, т.к. у разных транспортных предприятий существуют различия в процессах, масштабах, уровне межфирменной кооперации и аутсорсинга, в формах бухгалтерского учета и т.д. В то время как слепое копирование — простое повторение успешных шагов лидера рынка может принести успех, но никогда не делает победителем.

Успешный бенчмаркинг, проведённый на определённых принципах, в результате приносит значительную и ощутимую выгоду транспортному предприятию: пошаговые изменения в работе и инновациях; улучшение качества, производительности и процесса индикативного измерения деятельности. Может также производить положительный эффект на те аспекты, которые необходимы для поддержки постоянного улучшения работы предприятия: повышается внимание к работе, внутри компании открыто обсуждаются ее сильные и слабые стороны; изучение опыта других дает больше уверенности в развитии и применении новых методов и подходов; больше вовлекается и мотивируется персонал в рамках программ внутренних изменений на предприятии, повышается желание обмениваться с другими компаниями решениями общих проблем и достигать консенсуса в проведении изменений. Лучше просматривается общее состояние деятельности и разворачивается более широкая перспектива взаимодействия факторов, которые способствуют внедрению наилучшего опыта. Повышается качество сотрудничества и приходит понимание взаимодействия между и внутри транспортного предприятия.

Основными принципами при проведении бенчмаркинга являются такие, как подготовки, контакта, взаимобмена, конфиденциальности, использования, легальности, завершенности, понимания и согласия, взаимоотношений с конкурентами [4].

Принцип подготовки предполагает тщательную подготовку транспортного предприятия к процессу бенчмаркинга на основе разработки анкет и графика визитов на предприятие партнёра по бенчмаркингу, обеспечения юридического сопровождения процесса бенчмаркинга. Принцип контакта предполагает уважение корпоративной культуры партнёра по бенчмаркингу, согласование способа передачи информации и получения разрешения физических лиц на упоминание их фамилий и координат как в контактных запросах, так и в открытых дискуссиях. Взаимобмен предусматривает возможность обмена информацией с партнёром по бенчмаркингу при соблюдении условий законности и честности. Полученные сведения, являющиеся конфиденциальными, которые не могут быть переданы третьим лицам без предварительного согласия партнёра по бенчмаркингу. Кроме того, участие самого транспортного предприятия в процессе бенчмаркинга является конфиденциальным. Предполагается использование только законных методов получения информации при одновременном выполнении каждого обязательства, заявленного по бенчмаркингу. Понимание и согласие взаимоотношений конкурентов транспортной сферы предполагает согласование с партнёром по бенчмаркингу направления использования предоставленной информации и установление дополнительных принципов в отношениях с реальными и потенциальными конкурентами. Среди этих принципов: необходимость соблюдения законодательства о конкуренции, сохранения коммерческой тайны, чёткое согласование объёма, методов сбора данных.

Выводы и предложения. Бенчмаркинг мало распространенный в широком использовании инструмент маркетинговых исследований и маркетинговой деятельности транспортного предприятия. Однако именно бенчмаркинг может вывести его на высокий уровень, улучшить показатели деятельности фирмы и утвердить свои позиции на рынке транспортных услуг, так как могут применяться лучшие методы работы других компаний, подстроив чужие тактики под собственные потребности и характеристики. Освоение бенчмаркинга позволит транспортному предприятию совершенствовать свою деятельность и занять достойную нишу не только на внутреннем, но и на мировом рынке.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Бенчмаркинг: все лучшее — себе // Журнал «Секрет фирмы» (№ 1, сентябрь, 2011)
2. Метод «Бенчмаркинг». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.inventech.ru/pub/methods/metod-0029>
3. Гурч Л.М., Ченчик А.М. Маркетингові дослідження ринку транспортних послуг / Л.М. Гурч, А.М. Ченчик // Національний транспортний університет. – 2011. – С.34-42.
4. Дрьомін М.С. Маркетинговий аналіз транспортного ринку // Економіка та підприємництво: 36. наук. пр. молодих учених та аспірантів. - Вип. 9 / Відп. ред. С.І. Дем'яненко. - К.: КНЕУ, 2012. – С. 99-106.
5. Бенчмаркинг — выгодно ли учиться у других? Маслов Д.В., Белокоровин Э.А. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/management/controlling/benchmarking.shtml#printversion>