регион региону - друг, товарищ и... конкурент

*Региональная конкурентоспособность: предметы конкуренции и методы оценки**

Развитие региональной конкурентоспособности в России можно рассматривать как один из факторов экономического роста. Любой стране нужны конкурентоспособные регионы. Понимание сущности региональной конкуренции (межрегиональной, а также своеобразного соревнования между городами как местами концентрации экономического и интеллектуального потенциалов регионов) становится все более актуальной задачей в корпоративном взаимодействии регионов любой страны.

«Конкурентоспособность региона – это обусловленное экономическими, социальными, политическими и другими факторами положение региона и его отдельных товаропроизводителей на внутреннем и внешнем рынках, отражаемое через показатели (индикаторы), адекватно характеризующие такое состояние и его динамику»[1].

«Конкурентоспособность региона можно рассматривать как «продуктивность (производительность) использования региональных ресурсов, и, в первую очередь, рабочей силы и капитала, по сравнению с другими регионами»[2].

Вместе с тем конкурентоспособность региона – это система, состоящая из таких элементов как конкурентный потенциал региона, факторы и условия формирования конкурентной среды, эффективность использования ресурсов, конкурентные преимущества, конкурентные стратегии хозяйствующих субъектов, госу-

* *Под регионом здесь и дальше понимается не группа ближайших стран, а «часть страны, отличающаяся от других областей совокупностью естественных и исторически сложившихся, относительно устойчивых экономико-географических и иных особенностей, нередко сочетающихся с особенностями национального состава населения». Словарь иностранных слов.- 18-е изд., стер. - М.: Рус. яз., 1989. - С.431.*

Молочников Н.Р.
канд. экон. наук, профессор Кубанский государственный университет

дарственные и рыночные механизмы управления экономическим потенциалом региона для более полного удовлетворения потребностей человека.

Р.А. Фатхутдинов называет следующие группы факторов, определяющих конкурентные преимущества региона:

1) конкурентоспособность страны, в которую входит регион;

2) природно-климатические, географические, экологические и социально-экономические параметры региона;

3) предпринимательская и инновационная активность в регионе;

4) уровень соответствия (отставания или опережения) параметров инфраструктуры региона международным и федеральным нормативам;

5) уровень международной интеграции и кооперирования региона[3].

К основным факторам региональной конкурентоспособности и национальной экономики можно отнести *природные ресурсы, инвестиционный потенциал, уровень доходов населения.*

В качестве предметной среды в конкуренции могут выступать:

- население;
- предприятия (организации);
- малый бизнес;
- инвестиции в инфраструктуру;
- произведенный валовой региональный продукт (ВРП) на душу населения и т.д.

При этом каждый предмет конкуренции характеризуется соответствующими ключевыми факторами конкурентоспособности региона. Так, например, к таким факторам по предмету конкуренции, характеризующему население, следует отнести природно-климатические условия, уровень заработной платы и систему

каждый предмет конкуренции характеризуется соответствующими ключевыми факторами конкурентоспособности региона

социальной поддержки населения, культурную среду и систему высшего образования, экологическое благополучие и др.

Развитие конкурентоспособности региона (как и страны в целом) осуществляется по четырем стадиям: конкуренция на основе факторов *производства - инвестиций –нововведений – богатства.* Следует также отметить, что региональная и, в целом, «национальная конкурентоспособность во многом зависит от уровня развития кластеров отдельных отраслей»[4].

Эффективным методом привлечения инвестиций является *региональный маркетинг*, который следует рассматривать как разновидность территориального маркетинга в виде комплекса маркетинговых мероприятий, проводимых для нескольких объединивших свои усилия городов в рамках одного региона в форме сетевых национальных организаций – союзов, ассоциаций. При этом за счет стратегической региональной экономической политики интересы региона сочетаются с повышением его инвестиционной привлекательности и качества региональной среды, что и составляет сущность активного применения маркетингового подхода.

Успешному привлечению инвестиционных ресурсов способствуют такие ключевые факторы, как профильность региона; доля частного сектора; уровень развития малого бизнеса; государственные гарантии привлечения инвестиций; создание законодательно-правового механизма защиты инвестиций; поддержка перспективных корпоративных структур; развитие отраслей, играющих роль «связующего звена»; создание специализированного регионального органа для координации инвестиционной деятельности и т.д.

В свою очередь эффективность развития региональной конкурентоспособности зависит от проводимой региональной политики как системы «целей и действий, реализующих интересы государства в отношении регионов и собственные интересы последних методами и способами, учитывающими природу и вектор современной региональной динамики, в структуре внут-

рирегиональных связей и отношениях трансрегионального обмена»[5]. При этом задачи обеспечения воспроизводственной целостности страны невозможно решить «без создания подлинно рыночного единого и целостного, однородного экономического пространства»[6].

Оценка уровня конкурентоспособности регионов определяет их имидж в межрегиональном и международном пространстве и [7]может быть выполнена на основе следующих методологических подходов:

1) методом активного четырехуровневого позиционирования (определение места и роль региона в различных системах со следующими уровнями, укрепляющими его позиции: внутренний, межрегиональный (макрорегиональный), национальный и международный);

2) ранговым методом (определение места (ранга) региона в системе сопоставляемых регионов);

3) оценкой потенциалов региона – ресурсного, экспортного, качества жизни, финансового, экологического и организационного;

4) оценкой величины и динамики ВРП на душу населения.

Относительно *первого метода* следует отметить, что внутреннее позиционирование региона осуществляется посредством опросов и анкетирования, в ходе которых определяется значимость региона, его конкурентные преимущества для определенных целевых групп.

Межрегиональный уровень позиционирования предполагает сопоставимый анализ показателей развития, различные региональные рейтинги, экспертные оценки, конкурсы среди регионов и входящих в их состав территориальных образований.

При национальном уровне позиционирования выполняется сопоставимый анализ основных показателей развития в национальном масштабе, различного рода национальные рейтинги регионов. При этом уточняется позиция региона (или крупнейших городов) в национальном масштабе.

К методам международного позиционирования, как правило, относят интернациональные

рейтинги по различным характеристикам и сферам развития, международные конкурсы, конференции, выставки, ярмарки, фестивали, специальные международные научные исследования.

эффективность развития региональной конкурентоспособности зависит от проводимой региональной политики как системы

Ранговый, *второй метод* оценки региональной конкурентоспособности предполагает выбор группы нескольких показателей, наиболее ярко характеризующих конкурентоспособность территории в конкретном временном периоде и отражающих тенденции развития региона.

Основными характеристиками *третьего метода* - ресурсного потенциала региона - являются природные ресурсы и географическое положение, земельные и человеческие ресурсы, основной капитал региона.

В формировании экспортного потенциала региона следует выделить внешние факторы (глобальная конкуренция; межрегиональная конкуренция внутри страны по выходу на внешний рынок; государственная региональная политика) и внутренние (уровень экономического развития региона и емкость внутреннего рынка; экономико-географическое положение (что корреспондирует с характеристиками ресурсного потенциала)).

К основным характеристикам потенциала качества жизни следует отнести уровень социальной защиты, безопасности проживания и развития градостроительства; качество культурной среды; коммунальные услуги.

Финансовый потенциал определяют профицит бюджета, степень бюджетной задолженности, надежность финансовой сферы, параметры инвестиционного климата.

Характеристиками экологического потенциала являются качество воды и воздуха, состояние окружающей среды, экологическая устойчивость.

Основными характеристиками организацион-

конкурент

ного потенциала выступают политическая стабильность в регионе, эффективность структур регионального и муниципального управления и др.

Четвертый метод – оценка ВРП на душу населения – это такой же масштабный фактор региона, как и его территория, численность населения, заселенность, индексы промышленного производства и показатели, отражающие инвестиционную активность региона.

На наш взгляд, такие методические подходы, как ранговый метод, оценка потенциалов региона и оценка ВРП, являются разновидностью позиционирования региона. Одновременно с этим методические подходы – метод активного позиционирования, оценка потенциалов региона, оценка ВРП – заканчиваются определением ранга региона в системе сопоставляемых регионов. При этом ВРП рассматривается как результирующий показатель региональной конкурентоспособности.

Molochnikov N.R.
The candidate of economic science
The professor
Kuban State University

Regional competitiveness: subjects of competition and methods of estimation

Development of regional competitiveness in Russia can be considered as one of factors of economic growth. Competitive regions are necessary for any country. The understanding of essence of a regional competition (inter-regional, and also competition between cities as places of concentration of economic and intellectual potentials of regions) becomes more and more actual task in corporate interaction of regions of any country.

1 Селезнев А.З. Конкурентные позиции и инфраструктура рынка России. - М.: Юристъ, 1999. - С. 30.

2 Шеховцева Л.К. Методология разработки стратегии развития окраинного региона страны в условиях ОЭЗ // Прогнозирование и стратегия развития Особой экономической зоны России: Межвузов. сб. научн. труд. – Калининград: Калининградский университет, 2000. - С. 20-32.

3 Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: Учебник. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Дело. - С. 141.

4 Портер М. Международная конкуренция: Пер. с англ. / Под ред. и с предисловием В.Д. Щетинина. - М.: Международные отношения, 1993. - С. 173.

5 Колесников Ю., Овчинников В. Экономическая реформа и региональная стратификация экономики. Региональные аспекты формирования рыночных мотивационных механизмов. – Калининград: 1993. - С. 91.

6 Джаримов А. Регион в едином рыночном пространстве России (на материалах Республики Адыгея). – Ростов-на-Дону: Изд-во Ростовского университета, 1995. - С. 23.