

**Б.М. Гринчель**

## **МЕХАНИЗМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНОВ**

*Рассматриваются проблемы и механизмы повышения конкурентного потенциала регионов на основе поддержания и лучшего использования субъектами-потребителями имеющихся и стратегически развиваемых региональных ресурсов. Все субъекты-потребители разделены на три группы, для каждой из которых предлагаются определенные стратегии стратегического взаимодействия с местной властью.*

**Ключевые слова:** конкурентный потенциал; конкурентные преимущества территории; потребители регионального пространства; механизмы повышения конкурентоспособности городов и регионов.

*We look at problems and mechanisms of increasing the competitive potential of regions by maintaining and better using the existing and strategically developed regional resources. All consumers are divided into three groups, for each of them certain strategies of strategic interaction with local authorities are offered.*

**Keywords:** competitive potential; competitive advantages of territory; consumers of regional space; mechanisms of increasing the competitiveness of cities and regions.

Стратегические приоритеты развития регионов в самом общем виде имеют цель наращивания экономических и социальных потенциалов и сохранение устойчивости развития. Первая часть этой цели выступает как постоянно действующая целевая функция, вторая часть как ограничивающее условие, невыполнение которого чревато серьезными экономическими и социальными последствиями [3; 4; 10]. В этом контексте конкурентный потенциал региона, под которым мы понимаем возможность субъекта территориального развития за счет имеющейся совокупности тех или иных конкурентных преимуществ привлекать и сохранять потенциальных «потребителей» территории, выступает как необходимое условие движения по обоим стратегическим приоритетам общей целевой функции развития региона и является важнейшим гарантом устойчивости экономики и социальной сферы при неблагоприятных воздействиях извне или внутри региона [1; 8].

К внешним неблагоприятным воздействиям на экономику региона относятся в первую очередь снижение спроса на продукцию и услуги его предприятий и организаций – товары, строительные и транспортные услуги, услуги по обслуживанию тури-

стов, к внутренним неблагоприятным воздействиям можно отнести – снижение зарплат, потерю рабочих мест, сокращение спроса на внутренних рынках продуктов и промышленных товаров, жилья, всех видов местных услуг. Кроме того, это финансовая неустойчивость банков, предприятий и других субъектов предпринимательской деятельности, бюджетное неблагополучие региона, снижение рождаемости и т.д.

Наличие у региона значительного конкурентного потенциала предотвращает или сокращает негативное воздействие этих факторов и позволяет сохранять или повышать темпы развития и блокировать как внешние, так и внутренние неблагоприятные воздействия. Положительный конкурентный потенциал в условиях угрозы нарушения устойчивости развития по любому из факторов играет роль резерва, которым может воспользоваться регион, изменив и скорректировав стратегические приоритеты и проекты по их реализации. Структура инструментов реализации стратегического приоритета повышения конкурентоспособности регионов представлена на рисунке.

В число важнейших механизмов реализации приоритета наращивания конкурентного потенциала нами включены следующие



Структура механизмов реализации политики повышения конкурентоспособности городов и регионов

щие.

*Планово-программные механизмы*, которые активно развиваются и частично применяются в практике управления для повышения конкурентоспособности, например мониторинг конкурентного потенциала, плановые и оценочные показатели развития, экономическая и социальная политики.

*Ресурсные механизмы*, без которых реализация планов, программ, экономической и социальной политик просто невозможна. Кроме финансовых ресурсов, которые могут быть задействованы из многих источников, необходимо обратить особое внимание на научные и инновационные ресурсы управления, кадровые ресурсы и законодательное обеспечение реализации

стратегических приоритетов. Эти механизмы наиболее слабо задействованы при реализации стратегических планов, из-за чего часто происходит приостановка их реализации. Финансовые ресурсы можно получить достаточно быстро, но разработать и принять необходимые законы и нормативные акты для реализации программ и тем более реализовать научное и кадровое обеспечение гораздо труднее и требует времени.

Особое место занимают *механизмы активизации и использования конкурентных преимуществ потребителями территории*. Очень часто структура экономики не соответствует структуре ресурсных возможностей и конкурентных преимуществ города или региона. В свое время мы обосновали, что размещение непрофильных производств в Санкт-Петербурге противоречит ценности земли, трудовых ресурсов, экологии крупного научно-индустриального центра страны [5; 9]. В сегодняшних условиях особенно важно задействовать инновативно ориентированное управление при реализации конкурентных преимуществ, которое было бы подкреплено необходимыми научными исследованиями по поиску новых методов и механизмов. Эффективность инноваций в области управления региональным развитием может быть очень высокой, но личностные, корпоративные и коррупционные интересы значительной части субъектов регионального управления существенно выше, чем их стремление найти и применить более рациональные политики и методы управления. Поэтому затраты на научные исследования и разработки в области экономических наук, особенно на региональном и муниципальном уровнях, крайне низки.

Большое значение для реализации стратегических приоритетов повышения конкурентоспособности регионов имеют партнерские механизмы, как в самом регионе, так и для усиления межрегионального и международного взаимодействия. Среди них можно выделить следующие:

- частно-государственное партнерство, от которого в сегодняшних условиях зависит организационное взаимодействие заинтересованных в развитии региона субъектов и объем ресурсов, которые используются

для развития;

- межрегиональное и межмуниципальное сотрудничество и особый его вид – сетевое партнерство. Механизмы такого сотрудничества базируются на эффективности взаимного обмена опытом между региональными и другими территориальными образованиями по усилению своей привлекательности для разных групп потребителей территории. При этом данное сотрудничество не противоречит принципам конкуренции: сотрудничают, обмениваются опытом, как правило, территории, не имеющие между собой конкурентных противоречий. Например, города и регионы, не граничащие между собой, не претендующие на одни и те же инвестиции и т.д. Наоборот, даже при возможном антагонизме экономических интересов можно найти взаимный интерес от развития совместной инфраструктуры (дороги, аэропорты, газопроводы, рекреационные зоны и т.д.), при наличии которой шансы на инвестиции или приток населения у каждого из партнеров возрастают;

- участие граждан и предпринимателей в управлении позволяет заблаговременно избежать конфликтных ситуаций и противостояния власти и потребителей территории, что, несомненно, способствует повышению конкурентного потенциала городов и регионов. Те регионы, где власть и бизнес или власть и жители находятся в перманентных конфликтах, имеют существенно меньшие шансы для новых инвестиций, так как здесь высоки политические риски. В Германии и ряде других стран Европы в территориальном маркетинге используется термин «власть, благожелательная к бизнесу». То же самое можно говорить по отношению к власти, благожелательной к жителям, туристам и другим потребителям;

- международное сотрудничество и побратимство уже много лет эффективно используется многими российскими городами и регионами с пользой не только для культурного обмена, но и для взаимного развития экономики. Во многих крупных городах России имеются торгово-экономические представительства зарубежных стран, идет активное взаимопроникновение в экономическую среду сотрудничающих или побра-

тимских регионов и городов. Можно сказать проще – не имеющие широкого международного сотрудничества регионы не могут иметь достаточный для успешного развития конкурентный потенциал.

Наличие конкурентных преимуществ еще не является гарантией того, что регион будет высоко востребованным, а все потребители останутся довольны своим местоположением и хорошо смогут использовать конкурентные преимущества [2. С. 129]. Благоприятное сочетание конкурентных свойств необходимо не только для привлечения или удержания в регионе потребителей. Это также дополнительные возможности для самих потребителей быть сильными, конкурентоспособными, эффективно работающими. Различные потребители в разной степени используют источники конкурентных преимуществ региона и его отдельные конкурентные свойства. Для инвесторов в предприятия массового производства важными конкурентными преимуществами являются уровень развития факторов производства, благожелательная система управления, потенциал спроса. Для предприятий с быстро переналаживаемым производством и обновляемой продукцией важнейшей характеристикой является научно-инновационный потенциал региона. Для транспортных компаний – транспортная инфраструктура, для туристических компаний – культурные и рекреационные возможности, экология, транспорт, гостиничная сеть и т.д.

Однако нет гарантий того, что все предприятия и другие потребители региона хотят и умеют использовать имеющиеся преимущества, все потенциалы конкурентоспособности, связанные с местоположением. Многим потребителям не нужны эти преимущества, часто они занимают место, на котором могли бы эффективнее работать другие предприятия. Это уже проблема эффективной профилизации экономики, которая в условиях ограниченной либерализации в регионах пока почти не регулируется.

Всех потребителей-пользователей мы разделили на три группы в зависимости от востребованности ими конкурентных свойств региона [1. С. 56, 58]. К первой группе мы относим потребителей (пред-

приятия), которые были размещены здесь или разместились сами на основе оптимизации расчетов «плюсов» и «минусов» региональных конкурентных преимуществ и получают эффект от высокой производительности своей деятельности, что служит важным индикатором высокого уровня конкурентоспособности. Уровень и сочетание конкурентных свойств региона вполне устраивает эту группу потребителей вследствие гармоничного сочетания их интересов и возможностей региона. При реализации стратегии устойчивого развития региона необходимо учитывать и перспективные, прогнозируемые требования этой группы потребителей в появлении у региона в будущем новых конкурентных свойств и преимуществ, например новых транспортных коммуникаций, квалифицированной рабочей силы, создания предприятий-смежников. Очень часто такие эффективно работающие предприятия весьма заинтересованы в перспективах наращивания мощностей, что требует свободной земли; предъявляют более высокие требования к условиям жизни работников, улучшению работы транспортной и телекоммуникационной инфраструктур и другие запросы. Регион или город сможет удовлетворить эти потребности только в том случае, если учтет и реализует их в своей долгосрочной стратегии.

Конкурентные преимущества – категория, подверженная быстрому моральному износу. Что сегодня устраивает потребителя (население, туристов, студентов, предприятия), завтра окажется недостаточным, а регион как социально-экономическая система имеет большую инерцию развития, поэтому невозможно произвести быстрые изменения при возникновении новых потребностей. Следовательно, стратегия наращивания конкурентных преимуществ должна быть главенствующей при долгосрочном планировании.

Ко второй группе потребителей по степени востребованности ими конкурентных преимуществ местоположения мы относим тех, кто располагается в регионе, но не использует конкурентные преимущества своего региона. Наверное, в сегодняшних условиях очень значительную, если не боль-

шую часть потребителей следует отнести к данной категории: жителей, не использующих в полной мере преимущества культурной и интеллектуальной жизни своего места проживания; молодежь, которая не всегда стремится обучаться в вузах и технических учебных заведениях своего региона; предприятия, не организовавшие выгодные кооперационные связи или сбыт продукции в своем регионе.

Проблема недоиспользования потребителями всех конкурентных преимуществ территории еще слабо исследована и недостаточно учитывается при реализации стратегий устойчивого развития. Сбалансированность запросов потребителей к качеству территории, выступающей в качестве поставщика услуг, и свойств территории, способных обеспечить необходимый объем и качество этих услуг, явится дополнительным фактором устойчивости развития региона, так как у действующих предприятий и населения не будет возникать потребности в миграции.

Для повышения эффективности использования потребителями конкурентных преимуществ территории необходимо, на наш взгляд, проработать несколько проблем.

Во-первых, еще нет методологии эффективного количественного и качественного анализа конкурентных преимуществ местоположения для конкретных потребителей территории с выработкой соответствующих рекомендаций. Регион или город должен не только хорошо знать свои конкурентные преимущества, но и, по возможности, рекомендовать, как их эффективно использовать для получения выгоды своими потребителями. Изучать, исследовать, рекомендовать – выгодно региону в целом: чем сильнее, конкурентоспособнее будут предприятия, тем больший доход они получат, тем большую заработную плату смогут выплачивать своим работникам и жителям, тем больше будет покупательная способность жителей. Все это будет приводить к росту отчислений в местные бюджеты.

Во-вторых, многие потребители еще не поставлены в крайние условия конкурентной борьбой и могут позволить себе излишне не напрягаться. М. Портер, извест-

ный теоретик и практический консультант по вопросам конкуренции, рекомендует правительствам стран, регионов и городов максимально усиливать конкурентное соперничество между родственными фирмами [6. С. 334–335]. В этом случае они изыскивают новые возможности улучшить свою деятельность и тем самым становятся сильнее, и все вместе, со своими конкурентами в этом регионе или городе побеждают по отношению к тем, кто находится в другом месте в «тепличных» условиях отсутствия конкурентной борьбы. В связи с этим можно дать еще одну рекомендацию региональной администрации – содействовать усилению конкуренции на своей территории. Если усилить конкуренцию в торговле за счет приглашения в регион крупных торговых сетей, то качество обслуживания повысится, а цена понизится во всех торговых точках. Если увеличить число операторов мобильных и стационарных телефонных сетей, то произойдет то же самое. Развитие кластеров предприятий тоже усиливает территориальную конкуренцию. Также очень актуально сегодня развивать конкуренцию и в обслуживании, и в ремонте, и в строительстве жилья.

В-третьих, потребителями региона или города далеко не полностью используются для своей выгоды конкурентные преимущества местоположения, в силу того, что наукой и практикой не выработаны теоретические и практические рекомендации по этому вопросу. Здесь можно отметить, что теория оптимального функционирования социалистической экономики не была реализована, а о теории оптимального функционирования рыночной экономики пока можно только дискутировать. Развитие в настоящее время идет методом проб и ошибок с большими экономическими, социальными и человеческими потерями для общества. В силу названных причин ясно, что еще очень много можно сделать в масштабах региона или города, чтобы не только укреплять его конкурентные преимущества, но и помогать потребителям эффективно использовать то, что есть.

Поэтому было бы целесообразно разрабатывать в рамках Стратегических планов территорий программы повышения эффек-

тивности использования конкурентных преимуществ местоположения для различных типов потребителей.

К третьей группе потребителей относятся те, которым конкурентных преимуществ территории уже не достаточно для их уверенного существования. Здесь возможны две стратегии. Если выявлена значительная группа потребителей, которые имеют весомое значение для региона или города, то надо путем совместных исследований выявить те свойства территории, которые этих потребителей не устраивают, и по возможности учесть это в стратегии развития. В наиболее развитых европейских странах часто возникают ситуации, когда предприятиям недостаточно земли для развития. В условиях России более типичной бывает ситуация, когда предприятия ограничивают в энергопотреблении, водоснабжении и т.д. В этом случае удержать потребителя или помочь ему выжить в конкурентной борьбе можно, устранив дефицит того конкурентного свойства региона (в данном случае по производственному ресурсу), которое представляет опасность для потребителя, нужного данной территории.

Когда устранить недостаток конкурентных свойств невозможно, региональные и городские власти могут искать вместе с предприятиями или организациями способы компенсации потерь за счет развития других возможностей и конкурентных преимуществ территории. Поиск таких приемлемых компенсаций далеко не всегда находится в области снижения налогов, финансовой поддержки. Могут быть и другие эффективные решения, например улучшение транспортных коммуникаций в районе предприятия, улучшение социальных условий проживания рабочих и т.д.

Во многих случаях для укрепления конкурентоспособности своих потребителей регион мог бы сам или с помощью создаваемых специальных фирм оказывать консультационную поддержку недостаточно конкурентоспособным предприятиям, которые могут закрыться или уйти в другой регион. Нельзя забывать, что в условиях рыночной экономики местная администрация не несет ответственности за судьбу того или иного предприятия, тем не менее, поте-

ря предприятий больно ударяет по многим взаимосвязанным социально-экономическим системам и подсистемам территории.

При реально существующей структуре потребителей максимальные возможности для развития регион получит, если интересы потребителей будут соответствовать конкурентным свойствам территории. Поэтому при разработке и реализации стратегий развития желательно максимально учесть и учесть эти интересы и степень согласованности реального спроса с предлагаемыми регионом услугами и возможностями.

### ЛИТЕРАТУРА

1. *Гринчель Б.М.* Оценка конкурентного потенциала регионов Северо-Запада России // Экономика Северо-Запада: проблемы и перспективы развития. 2007. № 3(33). С. 55–67.

2. *Гринчель Б.М., Назарова Е.А.* Использование конкурентных преимуществ региона для усиления конкурентоспособности субъектов-потребителей // Экономика и управление. 2011. № 4 (66). С. 129–132.

3. *Жихаревич Б.С.* Современная экономическая политика городских и региональных властей. СПб.: Изд-во ИСЭП РАН, 1995. 137 с.

4. *Коломийченко О.В., Рохчин В.Е.* Стратегическое планирование развития регионов России: методология, организация. СПб.: Наука, 2003. 235 с.

5. Профилизация и сбалансированность крупного города. СПб.: Наука, 1985.

6. *Портер М.* Конкуренция / пер. с англ. М.: Издат. дом «Вильямс», 2000. 495 с.

7. *Савельев Ю.В.* Управление конкурентоспособностью региона: от теории к практике / Институт экономики КарНЦ РАН. Петрозаводск: Изд-во Карельского научного центра РАН, 2010. 516 с., прилож.

8. Территориальная конкуренция в экономическом пространстве / С.Г. Важенин, В.Л. Берсенева, И.С. Важенина, А.И. Татаркин. Екатеринбург: Изд-во Института экономики УрО РАН, 2011. 540 с.

9. Экономические методы регулирования развития больших городов. СПб.: Наука, 1990.

10. Экономические стратегии активных городов / под ред. д.э.н. Б.М. Гринчеля, д.э.н. К. Шусманна, к.э.н. Н.Е. Костылевой. СПб.: Наука, 2002. 499 с.