

РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАУК
ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО
РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ РАН



А.С. Барабанов

Управление региональной конкурентоспособностью

Вологда
2014

ББК 65.050.22
УДК 332.14
Б24

Публикуется по решению
Ученого совета ИСЭРТ РАН

Барабанов, А.С. Управление региональной конкурентоспособностью
[Текст] : монография / А.С. Барабанов ; под науч. рук. д.э.н. Т.В. Усковой. – Вологда : ИСЭРТ РАН, 2014. – 160 с.

*Под научным руководством
доктора экономических наук Т.В. Усковой*

Монография посвящена проблематике управления конкурентоспособностью российских регионов. Автор исследует особенности конкуренции в регионах и уровень их конкурентоспособности, инструментарий его оценки; выделяет проблемы управления конкурентоспособностью регионов; обосновывает необходимость совершенствования управления региональной конкурентоспособностью, разрабатывает концептуальные предложения по формированию методики оценки, а также механизма управления конкурентоспособностью регионов.

Особое внимание уделяется развитию территориального маркетинга – неотъемлемой составной части региональной экономической политики в направлении повышения конкурентоспособности территорий.

Книга адресована работникам региональных и муниципальных органов управления, руководителям предприятий, преподавателям, аспирантам, студентам высших учебных заведений экономической направленности.

Рецензенты:

Д.Ф. Орбинский

доктор технических наук, профессор, Вологодская государственная
молочнохозяйственная академия им. Н.В. Верещагина

И.Э. Сорокина

кандидат экономических наук
заведующий кафедрой Вологодского института бизнеса

ISBN 978-5-93299-259-3

© Барабанов А.С., 2014
© ИСЭРТ РАН, 2014

ВВЕДЕНИЕ

Процессы глобализации, активизировавшиеся на рубеже веков, требуют формирования соответствующего уровня конкурентоспособной экономики. В связи с этим в последнее время заметно усиливается внимание не только к межстрановому аспекту конкуренции, но и к конкуренции регионов внутри стран. Региональная тематика становится всё более насыщенной и актуальной именно в России, положение которой в мировой экономике всё в большей степени определяется регионами. Регион как самостоятельная социально-экономическая система постепенно становится отдельным действующим экономическим агентом национальной экономики и вместе с тем вступает в мировые конкурентные процессы. Положение и роль региональных социально-экономических систем оказываются зависимыми и от макроэкономических условий или возможностей самих регионов, и от расстановки конкурентных сил, механизмов конкурентного взаимодействия регионов и позиций региона в этом взаимодействии.

Вопросы конкуренции и конкурентоспособности разрабатываются зарубежной наукой с конца 1970-х годов. Широко известны труды Гарвардской школы экономики (США) в сфере анализа международной конкуренции, группы исследователей, представляющей Мировой экономический форум, который публикует «Отчет о глобальной конкурентоспособности» (Geneva, Switzerland), Института менеджмента развития (IMD, Lausanne), публикующего рейтинг конкурентоспособности стран под названием «Ежегодник мировой конкурентоспособности». В России проблемы региональной конкурентоспособности привлекли внимание политиков и ученых в середине 1990-х годов. Разработанный ими подход к построению основ конкурентоспособности включал в качестве составного элемента конкурентоспособность не только предприятий, но и регионов.

Вопросы региональной конкурентоспособности рассматриваются и в работах польских и канадских ученых. Региональная политика правительств этих двух государств, направленная на выравнивание уровней экономического развития регионов, с начала 60-х гг. прошлого столетия и в настоящее время имеет высокий приоритет. При этом весьма значительной является роль государственной кластерной политики по созданию «технологических кластеров» и повышению конкурентоспособности территорий.

В отечественной региональной науке проблема межрегиональной конкуренции разработана недостаточно. До начала процесса рыночных преобразований регион анализировался прежде всего с ресурсно-производственной стороны и не признавался самостоятельным субъектом хозяйствования. Соответственно, регион не рассматривался в качестве субъекта экономических отношений, носителя особых интересов, отличных от интересов других регионов и страны в целом. Следствием этого стало отсутствие теории конкуренции регионов.

Разработке проблем конкурентоспособности стран, методик ее оценки посвящены работы Дж. Харта, П. Кругмана, М. Портера, Л. Саммерса, Р. Нельсона, Р. Рича, М. Энрайта, Л. Бадда, Е. Малески, Г. Шимановича, Д.Е. Сорокина, И.А. Спиридонова, В.В. Овчинникова. Пристальное внимание теоретическим и методологическим вопросам исследования развития региональных социально-экономических систем и конкурентных отношений, складывающихся между ними, уделяется в работах таких авторов, как: В.Д. Андрианов, Ю.В. Гусаров, С.М. Дробышевский, Ю.Н. Перский, Н.Я. Калюжнова, В.С. Селин, Р.А. Фатхутдинов, А.Е. Шадрин, Н.И. Ячеистова и др. Конкуренцию между регионами и задачу обеспечения их конкурентоспособности рассматривают с точки зрения эффективности управления их социально-экономическим развитием и как одну из целевых функций регионального стратегического планирования С.Г. Важенин, С.М. Вертешев, Б.И. Герасимова, Ю.Н. Гладкий, Б.С. Жихаревич, В.Г. Игнатов, В.Е. Рохчин, О.В. Кузнецова, Я.И. Кузьминов, В.Н. Лексин, А.С. Новоселов, А.П. Панкрухин, И.В. Пилипенко, Т.В. Сачук, С.А. Суспицын, Г.А. Унтура, А.И. Татаркин и др.

Изучению особенностей современной межрегиональной конкуренции, межрегиональным сопоставлениям, проблемам межрегиональной дифференциации и формирования единого экономического пространства посвящены работы таких исследователей, как: С.С. Артоболевский, А.Г. Гранберг, Б.М. Гринчель, И.П. Данилов, Н.Е. Костылева, С.В. Кузнецов, А.С. Маршалова, Е.И. Мазилкина, Т.В. Ускова, Н.М. Межевич, П.Н. Филиппов, Т.В. Цихан, А.Ю. Юданов и др.

Кроме того, вопросы межрегиональной конкуренции и конкурентоспособности территорий в контексте исследования инновационных процессов рассматривают А.А. Румянцев, М.Д. Гагарский, М.А. Гусаков, В.А. Ильин, А.И. Колганов, Я.Д. Лисоволик, В.В. Окрепилов, А.И. Шишкин и др.

Научное осмысление проблемы конкурентоспособности российских регионов, начатое в последние годы, происходит в условиях сложных трансформационных процессов. Пока методология конкурентоспособности регионов, условия её формирования и понятийный аппарат, а также другие проблемы, связанные с этим экономическим явлением, далеки от своего решения. Это выражается в отсутствии устоявшегося понятия «конкурентоспособность региона», в несовершенстве методического инструментария оценки конкурентоспособности региона, недостаточном внимании к разработке комплексного механизма управления конкурентоспособностью на региональном уровне.

В этой связи одной из центральных проблем российской науки является всестороннее исследование содержания понятия «конкурентоспособность региона», определение характеризующих ее факторов, показателей и разработка на этой основе методики оценки и способов повышения конкурентоспособности субъектов Российской Федерации. Вместе с тем отсутствует общепринятая методология оценки конкурентоспособности регионов, инструментарий ее повышения, что требует дополнительных исследований.

ГЛАВА 1. РЕГИОНАЛЬНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ: СУЩНОСТЬ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ

1.1. Понятие и факторы региональной конкурентоспособности

Конкурентоспособность становится базовым условием устойчивости функционирования социально-экономических систем, в том числе и региональных, так как формирование и развитие конкурентных преимуществ способствует ускоренному экономическому росту, повышению благосостояния населения, более эффективному и рациональному использованию ресурсного потенциала территории.

Добиться высокого уровня регионального развития можно двумя путями: на основе внешней поддержки и перераспределения средств централизованных источников между территориями и на основе мобилизации внутренних ресурсов. Главным фактором активизации и мобилизации дополнительных внутренних сил, ресурсов для достижения определенных целей является конкуренция.

Для регионов России проблемы повышения конкурентоспособности приобрели актуальность лишь в конце двадцатого века в связи с переходом к рыночным отношениям. Однако развитию свободной конкурентной состязательности регионов и укреплению на этой основе страны, как справедливо отмечают авторы [46, 50, 70], препятствуют элементы ментальности руководителей, основанной на вере во всемогущество централизованной помощи и поддержки в противовес местной инициативе. В результате конкурентоспособность российских регионов остается низкой, особенно в сопоставлении с европейскими и другими территориями.

Вместе с тем представители власти и бизнеса все чаще отмечают наличие конкурентной борьбы между территориями, интересуются ее параметрами и оценками, обращаются к вопросам формирования тех или иных конкурентных преимуществ. Возрастающий интерес к проблемам межрегиональной конкуренции обусловлен прежде всего тем обстоятельством, что регионы, постепенно становясь самостоятельными экономическими субъектами национальной экономики, разрабатывают и реализуют стратегии своего развития, масштабнее включаются в международные экономические проекты.

Исходной точкой рассмотрения теоретико-методологических основ конкурентоспособности регионов является конкуренция, под которой в экономике понимается соперничество нескольких субъектов в достижении сходной цели. В отношении стран, а затем и регионов этот термин стал применяться в конце XX века.

Рассматривая сущность конкуренции между регионами, М. Портер [110, 149] полагает, что она является следствием конкуренции фирм. Он увязывает территориальную конкуренцию со способностью промышленности региона вводить новшества и модернизироваться. Различия в региональных ценностях, культуре, структуре экономики, в существующих организациях и историческом развитии, по его мнению, вносят вклад в достижение успешной конкурентоспособности того или иного региона. Соратник М. Портера М. Энрайт высказал гипотезу, что именно на региональном, а не на наднациональном или национальном уровне создаются конкурентные преимущества [157].

По мнению другого представителя зарубежной школы – Л. Бадда [145], с одной стороны, существует конкуренция между определенными видами деятельности или рынками, которые действуют на территории регионов (локализационная экономика), а с другой – конкуренция между характеристиками регионов и их социальным капиталом, например инфраструктурой, квалифицированными кадрами.

Наиболее полно межрегиональная конкуренция представлена в экономической теории федерализма (так называемой «новой теории федерализма»). В работе [119] конкуренция между регионами рассматривается как конкуренция между властями регионов за мобильные факторы производства – труд, капитал, инвестиции – с помощью налоговой политики или развития инфраструктуры региона (рис. 1.1).

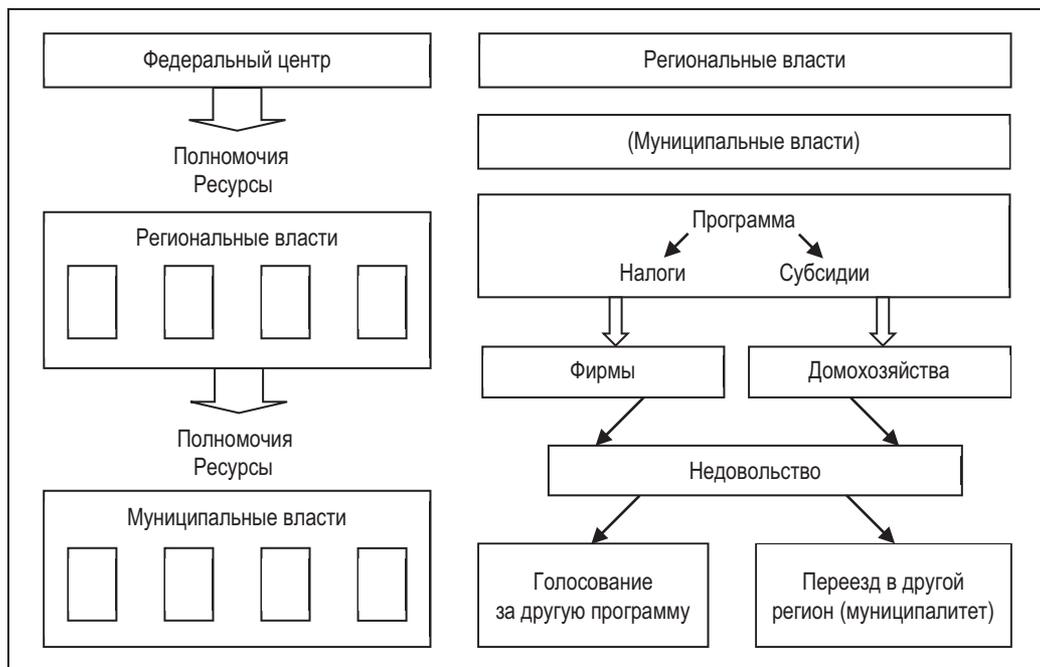


Рис. 1.1. **Схема межрегиональной конкуренции конкурентного федерализма** [119]

Власти выступают как экономические агенты, ведущие себя рационально и максимизирующие полезность от принимаемых ими решений, возможность чего обеспечивается федералистским устройством государства. Межрегиональная конкуренция – способ ограничения произвола властей, но в то же время механизм политической защиты рыночных отношений. В рамках этого направления конкуренция регионов проявляется в конкуренции между их властями разных уровней. Предполагается, что власти регионов, конкурируя за привлечение мобильных экономических ресурсов, более эффективно используют общественные финансы и создают благоприятную среду для бизнеса и населения.

Согласно экономической теории федерализма существует связь между поведением региональных правительств и движением факторов, которые являются предметом конкурентных интересов. Под влиянием факторов конкуренция может быть как вертикальной, так и горизонтальной.

Вертикальная – это конкуренция между разными уровнями власти – центральной и региональной, областной властью и муниципалитетом – за объем властных полномочий, за большую долю независимости и большую долю перераспределяемых ресурсов.

Горизонтальная конкуренция осуществляется между регионами одного ранга: например, между областями, между городами, между муниципалитетами за доступ к ресурсам и привлечение мобильных ресурсов. По нашему мнению, региональные органы власти могут создавать конкурентные преимущества только в условиях горизонтальной конкуренции.

Факторами (инструментами) вертикальной конкуренции служат трансферты, субсидии, налоговые и неналоговые доходы; горизонтальной – миграция, иностранные и внутренние инвестиции.

В силу этого в современных условиях необходимо учитывать различия в экономических интересах регионов разных уровней. Придерживаясь мнения А.Г. Гранберга, предположим, что представление региональной экономики как монообъекта в условиях качественного изменения политического, социального и экономического пространства региона не отвечает задаче адекватного отражения региональной экономики. Находящийся в условиях конкуренции регион – это не монообъект, а многоуровневый организм, функционирующий на основе вертикальных (центр – регион – муниципалитет) и горизонтальных (межрегиональных) взаимодействий.

Наличие активной конкуренции может быть констатировано при выявлении связи между действиями властей (налоги, предоставление общественных благ, законодательные нормы) и количеством мобильных ресурсов (трансферты – в вертикальной конкуренции; жители, предприятия и инвесторы – в горизонтальной). В данном случае подтверждается предположение о том, что большая самостоятельность регионов дает им возможность привлекать мобильные ресурсы, а конкуренция за бюджетную децентрализацию – увеличивать ресурсы.

Конкуренция за горизонтальные факторы происходит прежде всего на основе стандартов действий властей, а такие стандарты складываются в зависимости от результатов, достигнутых в других регионах. Это происходит, когда региональные власти находятся в условиях потенциальной конкуренции и забота о назначении вынуждает их соблюдать установленные федеральные стандарты, что согласуется с политологическими подходами, использующими политику как инструмент получения и сохранения власти. Кроме того, в спектр горизонтальной конкуренции следует включить и законодательную конкуренцию. Вместе с тем имеет место конкуренция за рабочую силу, престижных жителей, туристов.

Фактически вертикальная конкуренция выражается в своего рода торге с федеральным правительством за контроль над ресурсами и властные полномочия. В этом случае положительная сторона вертикальной конкуренции состоит в развитии конкурентных начал, реализации возможностей экспериментирования и бенчмаркинга – отбора лучших образцов для воспроизведения, ограничения монопольного положения центра при определении экономической политики. Отрицательная сторона вертикальной конкуренции состоит в формировании тенденций вытеснения конституционных норм договорным правом, в ущемлении интересов одних регионов за счет предоставления особых условий или льготных режимов другим [44].

Объект горизонтальной конкуренции представляют экономические ресурсы, прежде всего инвестиции, рабочая сила, объекты собственности. Регионы конкурируют также за материальные активы, например за жителей с престижным статусом, которые создают положительный имидж региона. Особенностью горизонтальной конкуренции в отличие от вертикальной является возможность создания конкурентных преимуществ региональными органами власти. Преимущество горизонтальной конкуренции – поиск внутренних источников и создание стимулов к развитию регионов, расширение и совершенствование их инфраструктуры, стимулирование привлечения инвестиций.

В итоге матрица межрегиональной конкуренции позволяет провести сопоставление вертикальной и горизонтальной конкуренции по типу и способу воздействия (табл. 1.1) [73].

Кроме того, имеет место взаимодействие между регионами в плане сотрудничества и соперничества по отдельным направлениям: к примеру, сотрудничество (кооперативное взаимодействие) – создание ассоциаций городов, областей, ассоциаций малых городов, межрегиональных ассоциаций экономического взаимодействия. Отсутствие взаимодействия, или амбивалентное поведение, а также соперничество обычно касается разграничения предприятий как источников налоговых доходов в бюджеты и актуально и для вертикальной, и для горизонтальной конкуренции.

В то же время можно выделить стратегическое взаимодействие и другие виды взаимодействий регионов. Первое проявляется в борьбе за придание региону статуса особых условий, дающих конкурентные преимущества, – статуса особых зон депрессивных территорий, административного центра федерального округа.

Таблица 1.1. Матрица межрегиональной конкуренции [73]

Способы конкуренции		Тип конкуренции	
		Вертикальная	Горизонтальная
		Финансовые	Лоббирование финансовых трансфертов. Лоббирование региональных программ и их финансирования. Предоставление налоговых льгот по федеральным налогам.
Нефинансовые	Подписание индивидуальных договоров с центром. Разработка законов, не принятых центром. Выход на мировой рынок. Борьба за статус городов региона.	Проведение политических мероприятий (форумов). Развитие рыночной инфраструктуры. Развитие социальной инфраструктуры. Организация международных мероприятий по формированию имиджа региона.	

Детально направления конкуренции регионов представлены в работах Б.М. Гринчеля, который условно выделил три их группы (рис. 1.2):

1. Размещение и сохранение предприятий, получение новых инвестиций.
2. Сохранение и привлечение человеческих ресурсов.
3. Развитие туризма.

Актуальность рассмотренных направлений дифференцируется в зависимости от исторических, географических, демографических и других особенностей и ресурсного потенциала конкретного региона. При этом в определенном временном интервале направления и предмет конкуренции могут меняться.

Обобщая вышесказанное, отметим, что субъектами межрегиональной конкуренции выступают регионы (муниципалитеты), а её предметом – ресурсы: люди, финансы, капитал, информация, необходимые для обеспечения устойчивого регионального развития и решения на этой основе социально-экономических задач.

Таковыми ресурсами обладают физические и юридические лица, т.е. люди, а также предприятия и организации всех форм собственности, учреждения. Это подтверждается исследованиями российского ученого Б.С. Жихаревича [65], который подчеркивал, что «регионы, отстающие в развитии, конкурируют за привлечение населения, бизнеса и федеральных ресурсов». Для того чтобы получить эти ресурсы, регион выступает

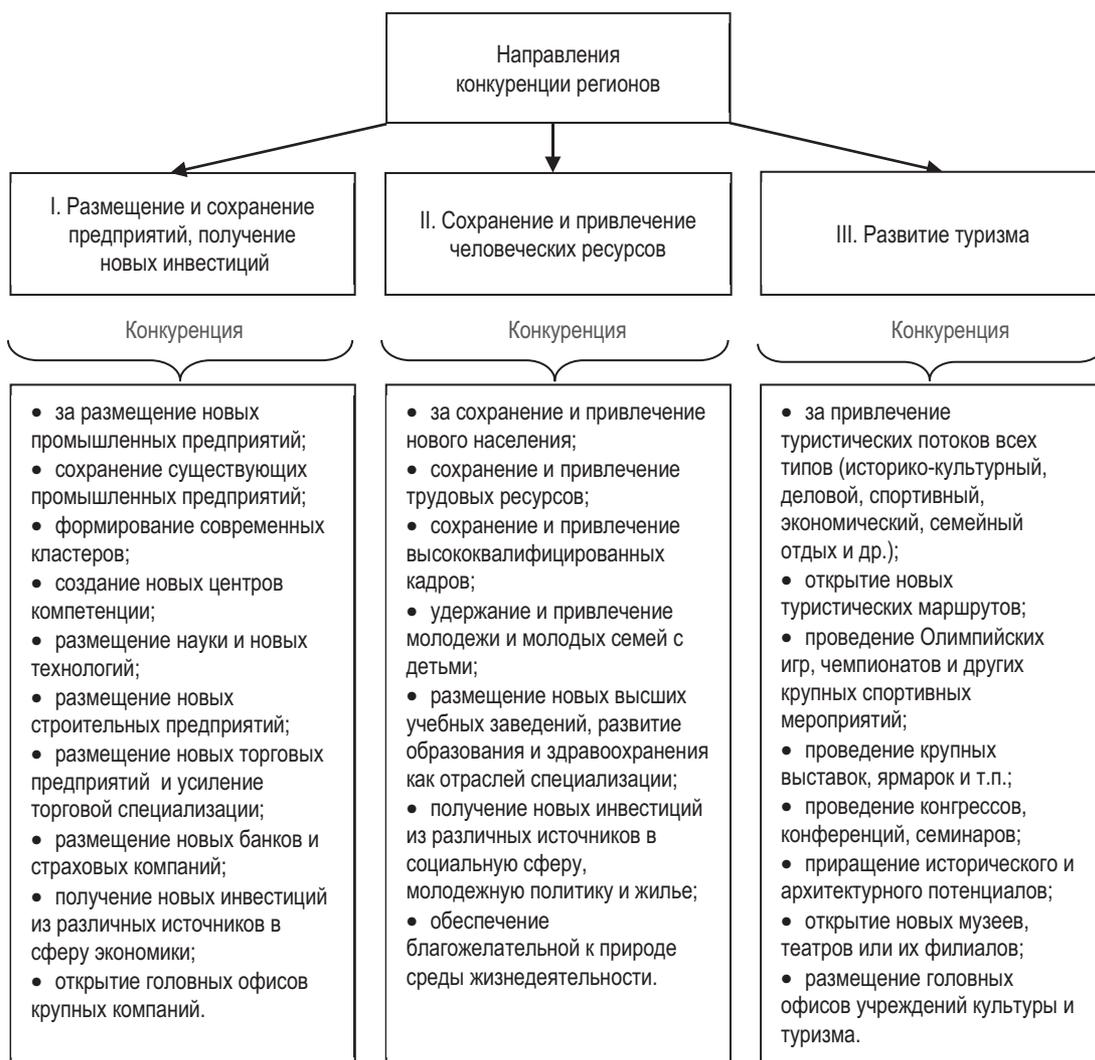


Рис. 1.2. **Направления и виды конкуренции регионов** [54, 55]

в роли продавца, предлагая специфический товар: свою территорию, геополитическое положение, социальную и экономическую инфраструктуру, социально-экономический потенциал.

Разделяя точку зрения ряда авторов [54, 87, 134], особый акцент следует сделать на «целевых группах» – покупателях специфического товара, которым располагают регионы. Этих покупателей, как считают авторы, можно условно объединить в две группы. К первой из них относятся люди – жители региона, студенты, мигранты, туристы и деловые посетители, военнослужащие и т.п. Вторую группу составляют крупные, средние, малые предприятия-товаропроизводители, торговые,

складские, строительные и транспортные предприятия и организации, представительства государственных, общественных и международных организаций и учреждений, образовательные, научные, медицинские и военные организации и т.п. Предметом соперничества регионов выступают ресурсы, которыми обладают «целевые группы», а субъектом управления конкурентоспособностью – региональные органы власти и управления.

Проведенное исследование терминологического аппарата позволяет утверждать, что в основу понятия межрегиональной конкуренции можно положить сформулированное в [54] определение конкуренции территорий как соревнования между регионами и городами в их стремлении «завоевать» различные целевые группы «потребителей» местных ресурсов и условий жизнедеятельности. Этой точки зрения придерживаются и авторы [87], которые под межрегиональной конкуренцией понимают как соревнование между регионами и городами в их стремлении «завоевать» различные целевые группы «потребителей» местных ресурсов и условий жизнедеятельности для получения ресурсов, необходимых для обеспечения устойчивого социально-экономического развития и решения на этой основе социально-экономических задач. Концептуальная схема межрегиональной конкуренции представлена на рисунке 1.3.

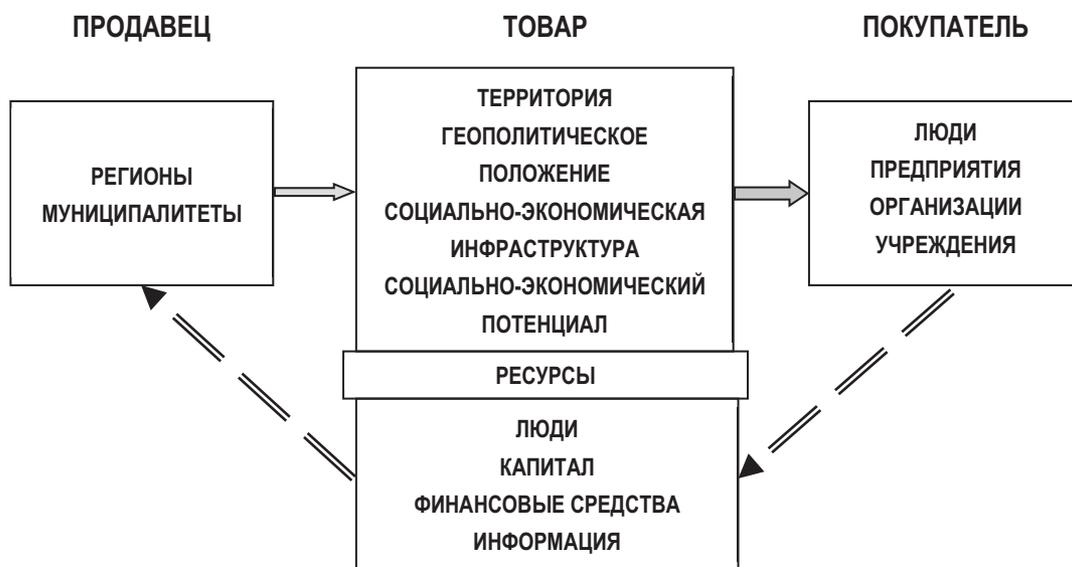


Рис. 1.3. Концептуальная схема региональной конкуренции [134]

Именно под воздействием конкурентных процессов формируется система региональной конкуренции, предметом которой становятся целевые группы региона: население, предприятия, малый бизнес, инвесторы, туристы.

При этом логическая взаимосвязь процессов региональной конкуренции вполне объяснима. Межрегиональная конкуренция заключается в борьбе регионов за целевые группы потребителей ресурсов территории на основе создания и поддержания конкурентных преимуществ, являющиеся, в свою очередь, стимулом к развитию региона, привлечению на территорию новых ресурсов (люди, финансовые средства, капитал, информация), которыми обладают целевые группы. Особая роль в создании конкурентных преимуществ отводится региональным органам власти, обеспечивающим условия для более эффективного использования ресурсов территории (люди, финансы, капитал, информация), необходимых для обеспечения устойчивого регионального развития и решения на этой основе социально-экономических задач. Для того чтобы получить эти ресурсы, региональные органы власти предлагают целевым группам унаследованные либо вновь созданные конкурентные преимущества для последующей реализации обоюдных интересов с целью повышения уровня и качества жизни населения (рис. 1.4).

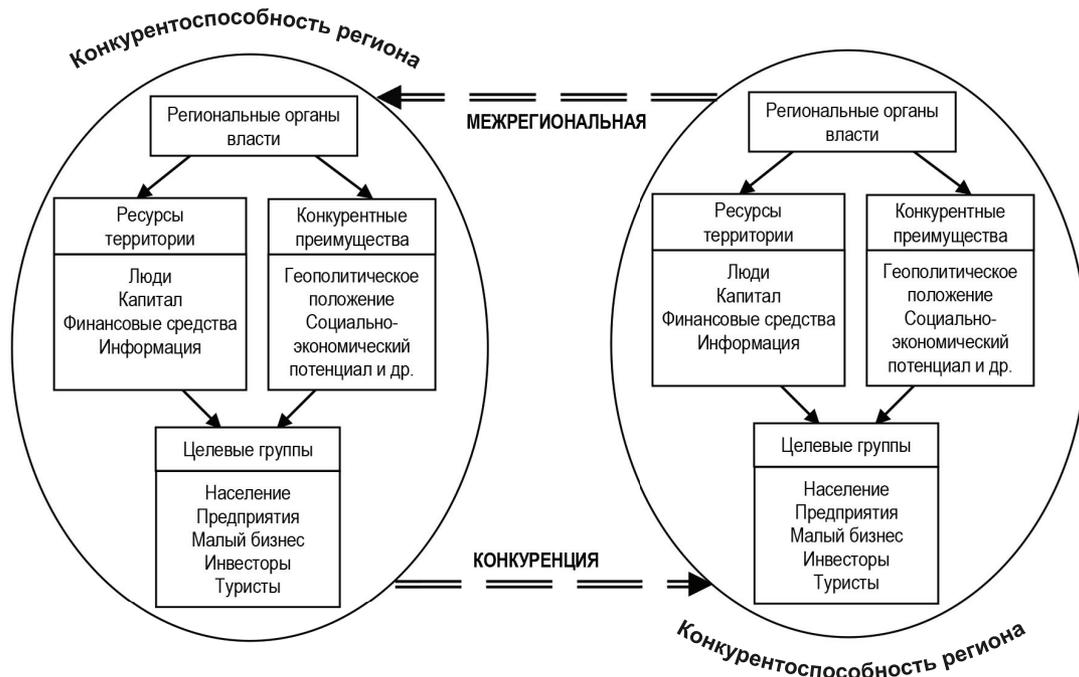


Рис. 1.4. Принципиальная схема межрегиональной конкуренции

Следует отметить, что формирование конкурентных преимуществ региона происходит под влиянием ключевых характеристик его состояния и качества менеджмента. По нашему мнению, этот процесс имеет три уровня (рис. 1.5):

1. Оперативный уровень – представляет собой информационную составляющую для анализа конкурентных позиций региона (определяет его текущее состояние).

2. Тактический уровень – предполагает расчет интегрального показателя уровня конкурентоспособности региона (разработка методического инструментария и оценка уровня конкурентоспособности).

3. Стратегический уровень – подразумевает принятие обоснованных управленческих решений (во многом зависит от качества менеджмента региона), способствующих росту уровня конкурентоспособности региона.



1. Сбор и формирование первичной информации о регионах-конкурентах	Оперативный уровень: Информационная составляющая
2. Выявление факторов, характеризующих конкурентоспособность региона	
3. Сбор информации по выбранным факторам	
4. Определение методического инструментария и проведение оценки конкурентоспособности региона	Тактический уровень: Интегральный показатель уровня конкурентоспособности региона
5. Определение конкурентных преимуществ региона над регионами-конкурентами	
6. Оценка возможности улучшения показателей, характеризующих конкурентоспособность региона	
7. Принятие соответствующих управленческих решений и прогнозирование способов развития региона	Стратегический уровень: Рост уровня конкурентоспособности региона

Рис. 1.5. Алгоритм формирования конкурентных преимуществ региона

Исследуя процесс межрегиональной конкуренции, авторы [50, 73, 87, 134] выделяют следующие основные направления, по которым и в рамках которых регионы могут соперничать между собой. Это прежде всего:

- ✦ сохранение и привлечение населения, в первую очередь в трудоспособном возрасте и высококвалифицированного;
- ✦ размещение и сохранение предприятий, привлечение новых фирм, формирующих наукоемкие современные кластеры, наладивших устойчивый сбыт своей продукции, работающих на принципах благожелательного отношения к окружающей среде;
- ✦ привлечение новых инвестиций в развитие действующих или создание новых предприятий, в коммунальную инфраструктуру, в строительство жилья и в социальный комплекс;
- ✦ осуществление и развитие транспортно-транзитных функций;
- ✦ усиление торговой специализации региона и крупных городов в его составе;
- ✦ развитие системы профессионального образования и здравоохранения как отраслей специализации, прежде всего университетов, медицинских центров и клиник;
- ✦ привлечение и развитие информационных центров, средств массовой информации, кино- и телестудий и т.д.;
- ✦ привлечение туристических потоков всех типов;
- ✦ проведение крупных культурных, политических, научных, спортивных и других мероприятий, на которые приезжает много людей, что усиливает позитивный имидж региона, его городов;
- ✦ приращение культурного и исторического потенциала, повышающего привлекательность региона и для жителей, и для приезжих;
- ✦ размещение в регионе административных и общественных учреждений, органов, фондов государственного, международного, мирового значения.

Обобщение сфер конкуренции регионов по степени ее интенсивности (табл. 1.2) позволяет сделать вывод об усилении конкуренции и в дальнейшем.

В ходе исследования теоретических подходов к развитию территориальной конкуренции выявлено, что ее значение состоит в следующем.

Во-первых, конкуренция подталкивает региональные органы власти к проведению самоанализа состояния своего региона, его взаимосвязей и взаимоотношений с существующими или возможными партнерами и конкурентами.

Таблица 1.2. **Распределение сфер по степени конкуренции между регионами России**

Сильная конкуренция	Слабая конкуренция
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Получение субвенций, кредитов фондов и других финансовых ресурсов из федерального бюджета ▪ Получение законодательных налоговых льгот для уменьшения отчислений в государственный или региональный бюджет ▪ Сохранение в регионе оборонных предприятий и государственных организаций ▪ Получение государственных заказов для предприятий региона ▪ Получение средств из бюджета или от крупных потребителей в счет погашения задолженности перед предприятиями региона ▪ Привлечение инвестиций для частных предприятий ▪ Получение иностранных кредитов и безвозмездных грантов на региональное развитие ▪ Развитие в регионе различных транзитных коммуникаций и усиление транспортных грузопотоков ▪ Создание таможенных пунктов ▪ Привлечение туристов 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Привлечение нового населения, особенно высококвалифицированных кадров, молодежи ▪ Создание или привлечение образовательных и научных организаций ▪ Перемещение в регионы части федеральных управленческих структур ▪ Привлечение банковского капитала ▪ Создание центров телекоммуникаций, информатики, логистики, центров компетенции, современных кластеров экономики

Во-вторых, позволяет точнее определить целевые группы потребителей ресурсов региона, за которые он впоследствии и будет конкурировать. Такой самоанализ, стратегический выбор своей профильности является залогом будущего успеха в развитии факторов конкурентоспособности и в привлечении или сохранении потребителей.

В-третьих, оценка конкурентоспособности регионов может быть важным элементом мониторинга реализации стратегии и поэтапного позиционирования территории во внешней среде.

В-четвертых, усиление конкурентных отношений между отдельными областями, районами объективно повышает общий конкурентоспособный потенциал страны и содействует выравниванию уровней развития регионов. Но для этого со стороны правительства и региональных властей необходимы действия по созданию условий для свободной и равной конкуренции для всех субъектов территориальной организации.

Отметим также, что конкуренция между регионами включает в себя соревнование между их политической, законодательной, экономической, социальной, экологической и культурной системами, стратегиями и успехами. При этом разноплановые интересы целевых групп в сочетании с особенностями потенциалов конкретных регионов обуславливают многогранность и особую сложность определения и оценки конкурентоспособности и путей ее повышения.

На наш взгляд, определяя конкурентоспособность региона, следует исходить из понятия «конкурентоспособность объекта», под которой понимается обладание набором (вектором) свойств, создающих преимущества в экономическом соревновании на конкурентных рынках. Область или сферу, в которой ведется соревнование (конкуренция), можно назвать конкурентным полем. Поэтому для завоевания большей доли рынка необходим и более высокий уровень конкурентоспособности объекта.

Как показало исследование, подходы к определению конкурентоспособности региона весьма различны, что говорит о многогранности этой экономической категории. Вместе с тем, по сути, все они характеризуют способность региона выдерживать конкуренцию со стороны других регионов.

Сравнительный анализ подходов к определению данной категории показывает отсутствие в них полноты и единства. В представленных некоторыми авторами определениях учитываются не все составляющие конкурентоспособности региона (табл. 1.3).

К примеру, сторонники первого подхода связывают конкурентоспособность региона с его способностью выдерживать конкуренцию на товарных рынках. Вместе с тем это не что иное, как один из предметов конкуренции – предприятие. Однако достижение только конкурентоспособности предприятий на рынке не всегда свидетельствует о высоком уровне конкурентоспособности всей территории.

Приверженцы второго подхода объясняют конкурентоспособность как способность региональной экономики обеспечивать рост благосостояния населения региона. Но и здесь прослеживается один предмет конкуренции – население. Можно также предположить, что ограниченным является мнение о достижении регионом конкурентоспособности лишь при росте уровня жизни населения.

Представители третьего подхода под конкурентоспособностью региона понимают его способность выявлять, создавать, использовать конкурентные преимущества для улучшения конкурентных позиций среди регионов-конкурентов. На наш взгляд, эта точка зрения наиболее близка к действительности. Под конкурентоспособностью региона нами будет пониматься способность выдерживать конкуренцию со стороны других регионов в борьбе за ресурсы, необходимые для устойчивого развития территории и решения на этой основе социально-экономических задач.

Таблица 1.3. **Обобщение определений конкурентоспособности региона**

№ п/п	Определение	Авторы
Конкурентоспособность как способность выдерживать конкуренцию на товарных рынках (конкурентоспособность предприятий)		
1.	Конкурентоспособность региона – это региональная способность продавать свои товары, которые отвечают международным стандартам по результатам диагностической оценки	Рове Мэйсон
2.	Конкурентоспособность региона – это способность территории производить продукцию и оказывать услуги, соответствующие требованиям зарубежных рынков, и одновременно поддерживать высокий и стабильный уровень доходов населения	Д.Н. Колькин В.П. Шорохов
3.	Конкурентоспособность региона – способность выдерживать конкуренцию на определенном рынке	Л.И. Ушвицкий В.Н. Парахина
4.	Конкурентоспособность региона – это его способность выступать на рынке наравне с конкурирующими субъектами	А.В. Ермишина
5.	Конкурентоспособность определяет диагностическую способность региона выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными регионами на конкретном (внутреннем или внешнем) рынке	Р.А. Фатхутдинов
6.	Конкурентоспособность региона – это реальная и потенциальная способность региона, а также имеющихся у него для этого возможностей проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и не ценовым характеристикам в комплексе при диагностической оценке являются более привлекательными для потребителей, чем товары у регионов-конкурентов	Ю.Б. Рубин
7.	Под конкурентоспособностью региона понимается региональная способность производить конкурентоспособную продукцию за счет его умения эффективно диагностировать свою экономическую систему с использованием финансового, производственного и трудового потенциала	И.В. Сергеев
8.	Конкурентоспособность региона – это региональная способность разрабатывать, производить и продавать свою продукцию на рынке по цене, обеспечивающей выполнение в полном объеме его финансово-экономических обязательств, а также качественный и количественный рост его потенциала, определяемый при помощи последовательной диагностической оценки	Д.О. Самодуров
9.	Конкурентоспособность региона – это обусловленное экономическими, социальными, политическими и другими факторами положение региона и его отдельных товаропроизводителей на внутреннем и внешнем рынках, отражаемое показателями (индикаторами), адекватно характеризующими такое положение и его динамику	Ю.М. Воронин А.З. Селезнев П.Г. Чередниченко
10.	Конкурентоспособность региона – это способность региона производить конкурентоспособные товары и услуги в условиях эффективного использования существующих факторов производства (экономического потенциала), задействования существующих и создания новых конкурентных преимуществ, сохранения (повышения) уровня жизни при соблюдении международных экологических стандартов	В.В. Меркушев
11.	Конкурентоспособность региона – это его способность стабильно производить и потреблять товары и услуги в условиях конкуренции с товарами и услугами, производимыми в других регионах	В.В. Печаткин С.У. Салихов В.А. Саблина
12.	Конкурентоспособность региона определяется в первую очередь конкурентоспособностью фирм и предприятий, расположенных на его территории, а их успех в конкурентной борьбе зависит от созданных социально-экономических условий, характеризующих состояние конкурентной среды	С.В. Дохолян

13.	Конкурентоспособность региона определяется как конкурентоспособностью производимой в регионе продукции, так и региональными особенностями социально-экономического, научно-технического, кадрового потенциала, ресурсными возможностями для размещения новых, реконструкции и развития существующих производств	Г.А. Унтура
14.	Способность производить и потреблять товары и услуги в условиях конкуренции с товарами и услугами, производимыми в других регионах, обеспечивая повышение их качества, ускорение экономического развития при соблюдении международных экономических стандартов	В.М. Рябцев
Конкурентоспособность как способность к повышению уровня жизни населения (конкурентоспособность населения)		
15.	Конкурентоспособность региона – это способность региональных органов к повышению уровня жизни населения путем привлечения инвестиций в бизнес-среду, развития более перспективных отраслей экономики, инфраструктуры и малого бизнеса	М.В. Винокурова
16.	Конкурентоспособность региона – способность региона создать новый стандарт качества жизни населения	Г.П. Петропавлова
17.	Конкурентоспособность региона – способность региональной экономики обеспечивать рост благосостояния населения региона в условиях открытой экономики	Ю.А. Скопин
18.	Конкурентоспособность региона обеспечивается, прежде всего, через повышение качества жизни населения и требует реализации соответствующих мероприятий, в наибольшей степени отражающихся на повышении уровня жизни населения	Е.В. Гуторин
19.	Конкурентоспособность региона определяется его ролью и местом в экономическом пространстве РФ, способностью обеспечить высокий уровень жизни населения и возможность реализовать имеющийся в регионе потенциал	В.Е. Андреев
20.	Конкурентоспособность региона – способность обеспечить высокий уровень жизни населения и возможность реализовать имеющийся в регионе экономический потенциал (финансовый, производственный, трудовой, инновационный, ресурсно-сырьевой)	Б.А. Чуб
Конкурентоспособность как способность выявлять, создавать, использовать конкурентные преимущества		
21.	Конкурентоспособность региона представляет собой способность региона выявлять, создавать, использовать конкурентные преимущества для удержания или улучшения своей позиции среди регионов	Н.Я. Калюжнова
22.	Конкурентоспособность региона может быть реализована только посредством управления конкурентными преимуществами субъектов рыночной деятельности региона (предприятия, организации)	М.Н. Нагорская И.Н. Подсмашная
23.	Конкурентоспособность региона представляет собой успешную реализацию комплекса конкурентных преимуществ в процессе жесткой борьбы (конкуренции) за (людские, денежные, природные и т.д.) ресурсы с целью обеспечения более высокого экономического и социального уровня жизнедеятельности территории	Е.Н. Тихомирова С.И. Чаплыгин
24.	Региональную конкурентоспособность можно определить как способность региона создавать и развивать конкурентные преимущества	Ю.В. Томина
Источники: составлено по [33, 68, 84, 107, 121, 134, 137 и др.].		

Конкурентоспособность региона зависит от наличия у него конкурентных преимуществ и его способности к их созданию на основе факторов конкурентоспособности. Роль региональных органов власти в обеспечении конкурентоспособности региона можно исследовать по её четырем взаимосвязанным направлениям (факторам, детерминантам), образующим региональный ромб, построенный на основе концепции национального ромба М. Портера (рис. 1.6).

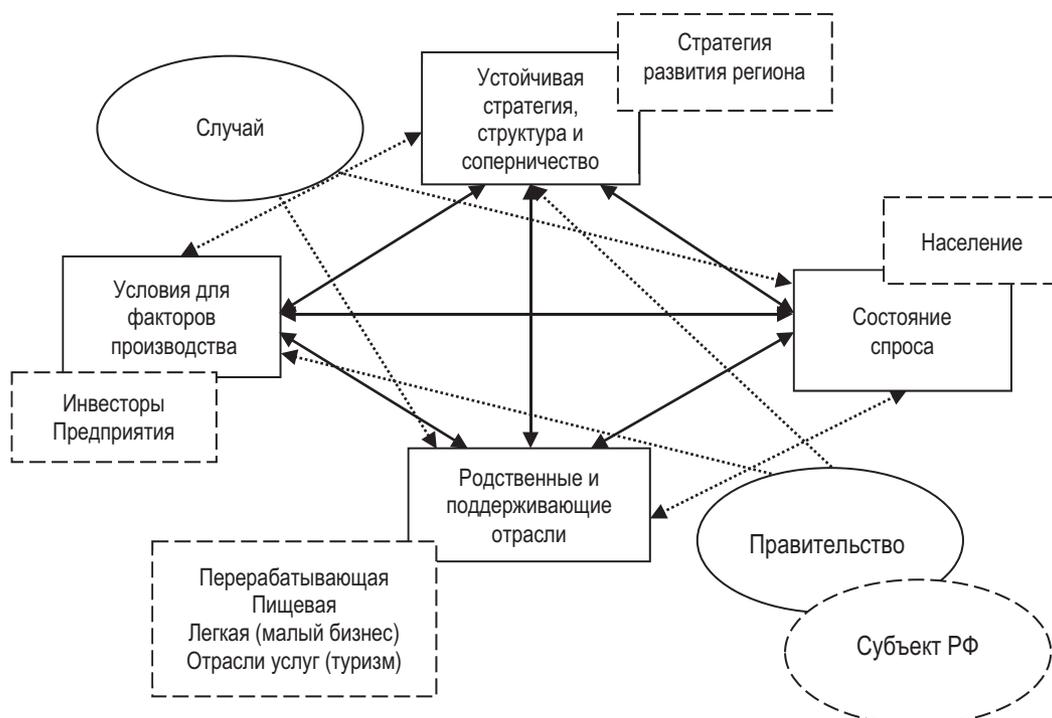


Рис. 1.6. **Модель регионального ромба конкурентных преимуществ** (построена на основе ромба конкурентных преимуществ М. Портера)

Так, например, факторы и условия производства формируются за счет квалифицированных кадров, капитала, научных знаний и технологий, экономической информации, инфраструктуры отраслей, инфраструктуры рынка, инвестиционного климата. Данная детерминанта особо важна для инвесторов, реализующих свои проекты на территории региона предприятиям, выпускающим конкурентоспособную продукцию.

Вторая детерминанта – спрос на внутреннем и зарубежном рынках, который обеспечивается населением. Самыми важными свойствами внутреннего спроса являются те, которые обеспечивают начальный стимул для инвестирования и внедрения инноваций, достаточных для успешной конкуренции на рынке.

Третьей важной детерминантой, определяющей конкурентоспособность региона, выступает наличие родственных или поддерживающих отраслей. Конкурентоспособность прямо зависит от кооперации региональных производств, создания вертикально- и горизонтально интегрированных сетей (кластеров), инновационно активных фирм. Региону нужны новые растущие отрасли, которые повышают значение мультипликатора, создают синергетический эффект и снижают региональные риски.

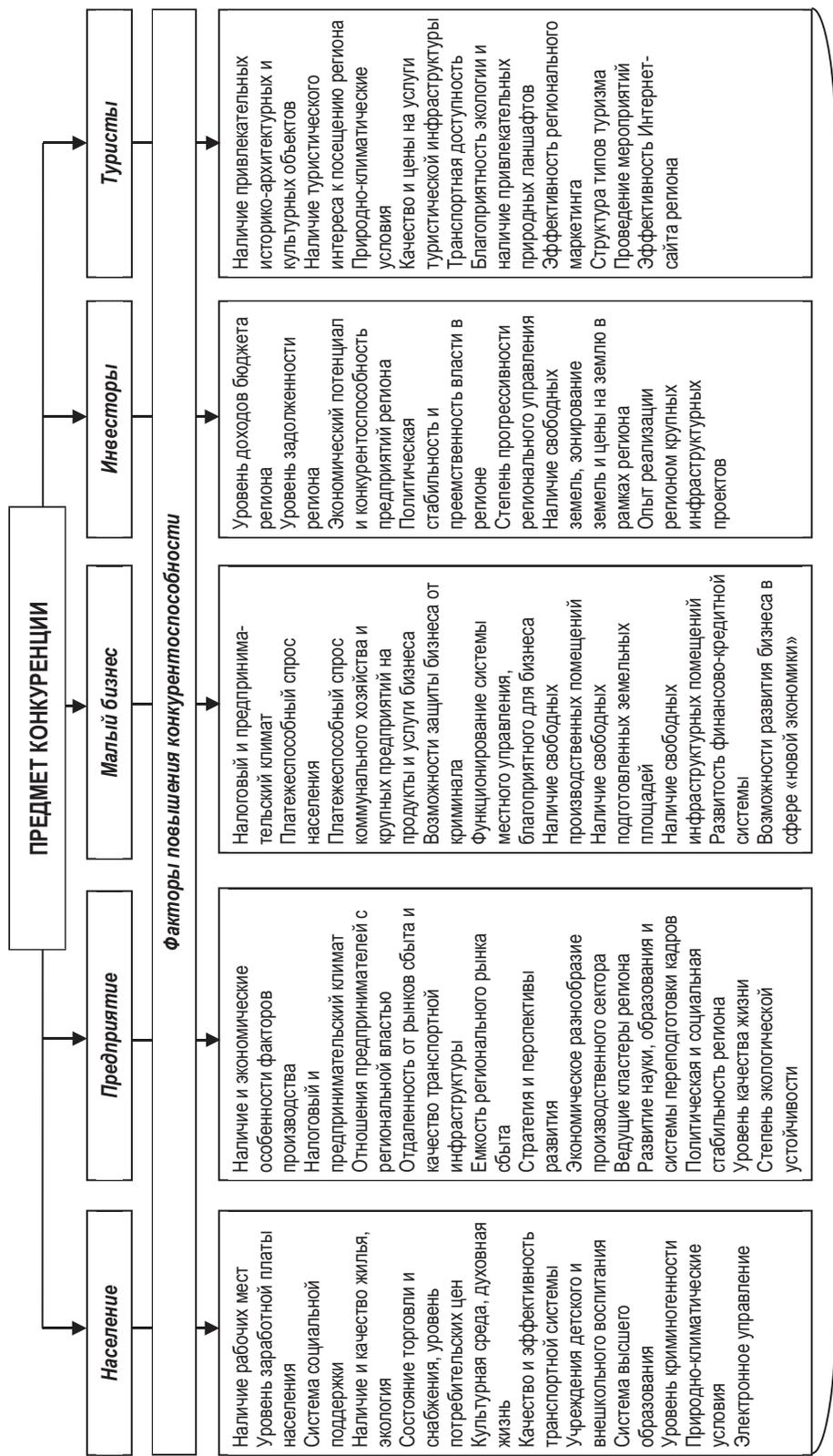
Четвертая детерминанта – стратегия развития региона, выделяющая повышение его конкурентоспособности как главный приоритет. Уровень управления, организованности приобретает решающее значение для повышения конкурентоспособности социально-экономических систем. Региональные органы власти, в свою очередь, заинтересованы в создании и эффективном использовании потребителями ресурсов территории её конкурентных преимуществ, повышающих конкурентоспособность.

Случай выступает как выгодный момент (благоприятная рыночная конъюнктура) для принятия стратегически правильного решения всеми участниками рыночных отношений. Другие авторы [54, 102] выделяют группы факторов конкурентоспособности регионов в зависимости от «целевой группы»: население, предприятия, малый бизнес, инвесторы и туристы (рис. 1.7).

По мнению авторов [95, 114], конкурентоспособность региона обусловлена экономическими, социальными, политическими и другими факторами, влияющими на него и отдельных товаропроизводителей на внутреннем и внешнем рынках. Ряд исследователей полагают, что все факторы можно подразделить на две группы: факторы, на которые могут влиять хозяйствующие субъекты (например, инвестиции в основной капитал), и факторы, влияние которых происходит независимо от хозяйствующих субъектов (например, географическое положение, природно-ресурсный потенциал и т.д.).

Наша точка зрения во многом совпадает с точкой зрения авторов [54, 95, 134], выделяющих группы факторов конкурентоспособности регионов на основе целевых групп «Население», «Предприятие», «Малый бизнес», «Инвесторы», «Туристы».

Как нам представляется, только при учете органами власти интересов и потребностей целевых групп потребителей ресурсов региона будет реализована возможность роста его конкурентоспособности.



ОЦЕНКА УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА

Рис. 1.7. Взаимосвязь предметов конкуренции, факторов роста и оценки уровня конкурентоспособности регионов

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

Объясняется это тем, что, создавая условия и тем самым повышая уровень жизни населения, органы власти обеспечивают его конкурентоспособность. Эффективное функционирование хозяйственного механизма территории позволяет говорить о конкурентоспособности на рынке товаров, в свою очередь, конкурентоспособность на рынке капитала обеспечивается инвестиционной привлекательностью, эффективность функционирования малого предпринимательства способствует достижению конкурентоспособности субъектов малого бизнеса, туристская привлекательность обуславливает конкурентоспособность на рынке туристских услуг.

1.2. Методический инструментарий оценки конкурентоспособности регионов

Достижение высокого уровня конкурентоспособности региона должно обеспечиваться в ходе реализации региональной политики, направленной на эффективное выполнение целевых установок управления конкурентоспособностью.

Представляется обоснованным мнение о том, что конкурентоспособностью региона можно управлять путем воздействия, в той или иной степени, на факторы её повышения, в зависимости от предмета конкуренции, выделяя при этом глобальные, локальные, стратегические и геополитические цели управления конкурентоспособностью (рис. 1.8) [111].

Рыночная трансформация и переход национальной экономики к устойчиво-воспроизводственному режиму развития и признание региональной экономики в качестве одного из системообразующих факторов, обеспечивающих достижение этого состояния, обуславливают необходимость создания соответствующей системы управления развитием данной сферы. Методология управления конкурентоспособностью региона представляет собой совокупность методов, форм, инструментария, которые, на наш взгляд, требуют исследования как в научном (на уровне концепций), так и практическом (на уровне инструментария) аспектах (табл. 1.4).

Одним из этапов реализации общей системы управления конкурентоспособностью региона является оценка её уровня. При этом целевой направленностью данной оценки выступает определение возможности решения текущих задач социального и экономического развития на основе внутренних резервов и источников экономического роста,



Рис. 1.8. Региональная система целевых установок управления конкурентоспособностью [111]

Таблица 1.4. Методология управления конкурентоспособностью региона

Концептуальный подход				Инструментарий выработки решений		
Роль региона в трансформации экономики	Элементы системы управления	Участие элементов системы в устойчивом развитии региона	Способы участия элементов системы	Оценка способов участия элементов в управлении	Оценка эффективности способов управления развитием региона	Комплексная оценка конкурентоспособности региона

а также эффективности мер, принимаемых органами власти и управления по реализации социально-экономической политики с учетом оценочных показателей конкурентоспособности.

Проведение оценки конкурентоспособности регионов в настоящее время приобретает все большую актуальность. Применяя комплексный, системный подход к управлению развитием своей территории, государственные органы власти и управления чаще обращаются к определению

оценочных показателей, факторов конкурентоспособности и использованию современного подхода к её оценке. На основе результатов оценки конкурентоспособности регионов эксперты (экономисты, политики, ученые, предприниматели и пр.) могут анализировать состояние экономической среды, эффективность осуществления стратегии экономической политики и повышения конкурентоспособности, деятельность частного и общественного сектора, конкурентные преимущества и недостатки территории, иную информацию.

Разносторонний, казалось бы, подход одних авторов сводится в итоге к акцентированию внимания на факторах конкурентоспособности макроуровня; другие же авторы подчеркивают влияние, оказываемое на микроуровне (т.е. предприятиями); третьи стремятся обратить внимание на «неосязаемые» факторы, влияющие на экономическую конкурентоспособность регионов. Систематизированная классификация методик оценки конкурентоспособности приведена нами в таблице 1.5.

Таблица 1.5. **Разнообразие способов оценки конкурентоспособности**
(составлено автором)

Группы методик	Образцы методик оценки конкурентоспособности	
	Применяемое в оценке взаимное сопоставление территорий	Индекс конкурентоспособности, рассчитываемый в оценке
1. Оценки конкурентоспособности международного уровня	Показатели конкурентоспособности Всемирного банка	Индексы роста, предпринимательства и мировой конкурентоспособности Всемирного экономического форума Всемирный индекс конкурентоспособности (IMD)
2. Оценки конкурентоспособности на уровне страны или региона	Показатели конкурентоспособности Великобритании	Европейский индекс конкурентоспособности Индекс конкурентоспособности Великобритании
3. Оценки конкурентоспособности секторов экономики	Модель «конкурентных преимуществ» М. Портера	Всемирный индекс достижимости капитала Института Milken Показатель европейской конвергенции банка Дека Научный, технологический и промышленный рейтинг EPVO
4. Оценки по показателям конкурентоспособности	Показатели, характеризующие ценовую и неценовую конкуренцию	Индекс привлекательности регионов Price Water House Coopers (PWHC) Индекс развития экономики, обоснованный знаниями Индекс экономической свободы «Heritage Foundation»
5. Оценки влияния экономической политики на конкурентоспособность	Исследование экономических свобод стран Freedom House	Индекс всемирной экономической свободы Института Fraser Прозрачный международный индекс восприятия коррупции
Источник: Building Competitive Regions: Strategies and Governance. OECD, 2005.		

Исследование современных методических подходов к оценке конкурентоспособности регионов позволяет сделать вывод о том, что во многом они основаны на оценке конкурентоспособности стран. Поэтому данное многогранное понятие может быть определено в различных аспектах в зависимости от решаемых задач. Возможны и различные методы оценки конкурентоспособности, построенные на основе статистических показателей, экспертных оценок, рангов [36, 46, 55, 73, 79, 103]. Так, в целях оценки конкурентоспособности регионов РФ Институтом региональной политики был разработан индекс (IRPEX), который является трехуровневым рейтингом, включающим в себя рейтинг конкурентоспособности, оценку качества и стабильности развития, а также выявление доминант в профиле конкурентных позиций [70].

Результаты оценки представляются в виде сложносоставного рейтинга IRPEX, формируемого на основе 130 факторов, включающих объективно и субъективно оцениваемые показатели. Оценка степени влияния каждого фактора на конкурентоспособность проводят эксперты в области регионального развития и конкурентоспособности, представители федеральных ведомств (Министерство экономического развития РФ, Министерство регионального развития РФ, Администрация Президента РФ). Данная характеристика относится к оценочным показателям, поэтому предполагает наличие субъекта (кто оценивает), объекта (что оценивается), цели (критерии) оценки. Субъектами оценки могут быть органы государственной власти, организации, инвесторы, покупатели и т.п. Объектами оценки являются товар, фирма, организация, регион, страна. Критериями (целями) оценки могут быть положение на рынке, темпы развития, возможность расплачиваться за полученные заемные средства, а также потребительские свойства по отношению к цене товара и др.

В настоящее время существует большое количество авторских методик оценки конкурентоспособности региона [79, 88, 123, 136]. Причем они базируются на оценке инвестиционной привлекательности региона, уровня жизни населения и эффективности использования ресурсов.

Данный подход широко распространен и в мировой практике. По мнению российских регионалистов Л.И. Ушвицкого и В.Н. Парахиной, интегральный уровень конкурентоспособности региона является относительным показателем (коэффициентом), а следовательно, не должен зависеть от размеров его территории или численности населения. Поэтому все частные признаки конкурентоспособности включаются

в расчет интегральных (сводных) значений с единицами измерения, выраженными относительными величинами – душевыми, темповыми, долевыми, а в некоторых случаях, в виде исключения, – балльными оценками. В отличие от объемных показателей темповой индикатор мало подвержен межрегиональным различиям в специализации экономики регионов [133].

Система возможных показателей конкурентоспособности может быть представлена следующей их совокупностью (табл. 1.6).

Таблица 1.6. **Примерный состав показателей для определения интегрального уровня конкурентоспособности региона** [133]

№ п/п	Частные показатели	Единица измерения
<i>I. Показатели инвестиционной привлекательности и активности региона, Кин</i>		
1.	Инвестиции в основной капитал	млн. руб.
2.	Инвестиции на 1 рубль валового регионального продукта	руб.
3.	Индекс физического объема инвестиций	%
4.	Инвестиции в основной капитал на душу населения	тыс. руб./чел.
<i>II. Показатели уровня жизни населения региона, Кур</i>		
5.	Обеспеченность населения жильем и/или инвестиции в жилье	м ² /чел.
6.	Средняя заработная плата работников	руб./чел.
7.	Уровень безработицы	%
8.	Величина прожиточного минимума	руб./чел.
9.	Объем платных услуг населению	руб./чел.
10.	Денежные доходы населения региона	руб./чел.
11.	Доля малоимущего населения	%
12.	Число зарегистрированных преступлений на 10000 чел. населения	ед.
<i>III. Показатели наличия и эффективности использования ресурсов региона, Кэр</i>		
13.	Объем валового регионального продукта	руб./чел.
14.	Темпы изменения объема валового регионального продукта	%
15.	Удельный вес убыточных организаций	%
16.	Объем розничного товарооборота	руб./чел.
17.	Экспорт продукции в дальнее и ближнее зарубежье	долл. США./чел.
18.	Густота автомобильных путей общего пользования	км путей/1000 км ² территории
Интегральный уровень конкурентоспособности		Интегральный (сводный) коэффициент, обобщающий данные всех частных показателей по формуле средней геометрической

Интегральный уровень конкурентоспособности, представляющий собой интегральный (сводный) коэффициент, обобщающий данные всех частных показателей, предлагается рассчитывать по формуле средней геометрической:

$$K_{сп} = \sqrt[3]{K_{ин} \times K_{ур} \times K_{эр}} \quad (1.1)$$

На основе того, что региональная конкурентоспособность оценивается тремя группами коэффициентов, для характеристики конкурентного положения региона предлагается построение матрицы:

1. «Уровень эффективности использования ресурсов – уровень жизни».
2. «Уровень инвестиционной привлекательности – эффективность использования ресурсов».
3. «Уровень инвестиционной привлекательности – уровень жизни».

При сравнении уровня эффективности использования ресурсов и уровня жизни населения выводы по оценке соотношения будут связаны с тем, насколько предприниматели (работодатели) и государство заботятся о благосостоянии работающего у них и проживающего на данной территории населения. При этом сразу же выявляются источники благосостояния и возможности его роста при переориентации власти или работодателей в сторону недостающих в их деятельности ценностей.

При анализе соотношения инвестиционной привлекательности и эффективности использования ресурсов можно определить, насколько целенаправленно и эффективно развиваются территории. Если эффективное использование ресурсов сопровождается значительными вложениями в основной капитал, то можно сказать, что на территории определены реальные приоритеты и действия осуществляются в соответствии с ними. Если эффективное использование ресурсов не сопровождается инвестициями, это значит, что регион остановился в своем развитии. Если же инвестиции не связаны с эффективным использованием ресурсов, то либо эффективность «еще впереди», либо инвестиции вложены неверно. Отсутствие инвестиций и эффективного использования ресурсов означает, вероятнее всего, кризисное состояние. К аналогичным выводам можно прийти, сравнивая уровень инвестиционной привлекательности и уровень жизни населения.

Еще более интересную интерпретацию могут получить данные о показателях конкурентоспособности при сведении воедино всех трех параметров и разделении их по уровню оценки – низкая (0) или высокая (1). Эту систему оценки положения региона представим в табл. 1.7.

Таблица 1.7. **Интегральная оценка параметров конкурентоспособности**

Инвестиционная активность и привлекательность, кк1	Уровень жизни, кк2	Эффективность использования ресурсов, кк3	Характеристика группы
1	1	1	«Высокоэффективное сбалансированное развитие»
1	0	1	«Жизнь и развитие за счет других»
1	1	0	«Остановленное развитие или забота о сегодняшнем дне»
0	1	1	«Несбалансированное эффективное развитие»
1	0	0	«Жизнь за счет других»
0	0	1	«Потенциальные территории»
0	1	0	«Эксплуатируемые территории»
0	0	0	«Кризис»

Система показателей, разработанная В.В. Печаткиным, С.У. Салиховым, В.А. Саблиной, базируется на официальной статистической отчетности и показателях, рассчитанных на ее основе [103].

Отбор показателей для оценки конкурентоспособности региона проводится на основе методов многофакторного корреляционно-регрессионного анализа с использованием линейной модели регрессии (табл. 1.8).

Таблица 1.8. **Система показателей для расчета уровня конкурентоспособности**
(по автору [103])

Блок 1. Способность региона производить товары и услуги в условиях конкуренции с другими регионами		Блок 2. Способность региона удовлетворять потребности населения	
У1	ВРП на душу населения, тыс. руб./чел;	У2	Ожидаемая продолжительность жизни, лет;
Х1	Производительность труда, тыс. руб./чел;	Х1	Наличие собственных легковых автомобилей шт./тыс. чел.;
Х2	Индекс физического объема ВРП, %;	Х2	Площадь жилья, приходящаяся на одного человека, кв. м./чел.;
Х3	Объем промышленного производства на душу населения, тыс. руб./чел;	Х3	Численность врачей на 10 000 населения, человек;
Х4	Объем с/х продукции на душу населения, тыс. руб./чел;	Х4	Число больничных коек на 10 000 населения шт./чел.;
Х5	Объем платных услуг на душу населения тыс. руб./чел;	Х5	Выбросы загрязняющих веществ в атмосферу от стационарных источников к площади региона, тыс. т./км ² ;
Х6	Отношение инвестиций в основной капитал к ВРП, %;	Х6	Удельное использование токсичных отходов от их образования, %;
Х7	Стоимость основных фондов отраслей экономики на душу населения, тыс. руб./чел;	Х7	Доля лесовосстановленной площади к площади региона, %;
Х8	Уровень износа основных фондов %;	Х8	Доля населения региона с доходами ниже прожиточного минимума, %;

X9	Отношение экспорта к импорту продукции %;	X9	Соотношение среднемесячной начисленной заработной платы к величине прожиточного минимума, %;
X10	Отношение экспорта к ВРП %;	X10	Средний размер пенсий относительно величины прожиточного минимума пенсионеров, %;
X11	Фондоотдача %;	X11	Средний размер вклада в сберегательном банке относительно величины прожиточного минимума, %;
X12	Уровень безработицы %;	X12	Фактическое конечное потребление домашних хозяйств, млн.руб.;
X13	Доля расходов на науку в общих расходах бюджета %;	X13	Индекс потребительских цен, %;
X14	Доля инновационной продукции в общем объеме промышленной продукции, %;	X14	Число преступлений на 100000 населения, шт./чел;
X15	Доля занятых в науке в общей численности населения, %;	X15	Преступления несовершеннолетних на 100000 населения, шт./чел;
X16	Доля инновационно-активных предприятий в общем числе предприятий;	X16	Коэффициент миграционного прироста (убыли) населения.
X17	Численность специалистов вузов на 10000 населения, человек;	-	-
X18	Численность студентов вузов на 10000 населения, человек.	-	-

В качестве результирующего признака для первого проблемно-содержательного блока выбирается показатель валового регионального продукта в расчете на душу населения, т.к. он в наибольшей степени характеризует способность региона производить товары и услуги. Для второго блока факторов в качестве результирующего выбирается показатель ожидаемой продолжительности жизни, поскольку он косвенно отражает качество жизни населения. При этом из дальнейших расчетов исключаются те факторы, влияние которых незначительно. Ограничение числа включаемых в рассмотрение факторов-признаков проводится на основе использования аппарата многошагового регрессионного анализа.

Для расчета интегрального показателя конкурентоспособности региона предлагается использовать следующую формулу:

$$Q_j = \sum_{i=1}^h \frac{U_{ij}^i}{U_{cp}^i} 100 + \sum_{l=1}^k \frac{U_{ij}^l}{U_{cp}^l} 100, \quad (1.2)$$

где: Q_j – интегральный показатель конкурентоспособности j-го региона;

U_{ij}^i – значение i-го показателя j-го региона, характеризующего способность региона производить товары и услуги в условиях конкуренции;

U_{cp}^{Π} – среднероссийское значение показателей способности регионов производить товары и услуги;

U_{ij}^k – значение i -го показателя j -го региона, характеризующего качество жизни населения;

U_{cp}^k – среднероссийское значение показателей качества жизни населения;

k – число показателей, m – число регионов, i – номер показателя, j – номер региона: $1 \leq j \leq m; 1 \leq i \leq 11; 1 \leq k \leq 9$.

Использование данного подхода обусловлено возможностью получения достоверных сведений о вариации показателей. При этом подразумевается прямое суммирование значений каждого показателя в разрезе выделенных блоков конкурентоспособности регионов в виде процентной доли по отношению к соответствующим средним по России величинам. Далее на основе полученного интегрального показателя субъекту Российской Федерации присваивается ранг.

Обобщая подходы к решению проблем взаимосвязи ценообразования и конкурентоспособности в системе экономических отношений, В.Е. Андреев сформулировал следующую функциональную зависимость [2]:

$$RC = f(P; FP; SP), \quad (1.3)$$

где $RC = f(Y)$ факторы определяющие уровень жизни населения;

P – факторы регионального ценообразования (уровень цен по товарным группам, механизм их установления, зависимость от внешних рынков, степень удаленности региона от источников сырья и основных рынков сбыта);

FP – наличие, распределение и функциональная направленность основных факторов производства в регионе (трудовые ресурсы, полезные ископаемые, отраслевая структура капитала);

Y – уровень жизни населения региона (доходы, их структура и дифференциация, покупательная способность, степень занятости и др.);

SP – социально-политические факторы, характеризующие взаимодействие основных субъектов регионального рынка – администрации, населения, предпринимательства, взаимоотношения с федеральным центром.

Данная функциональная зависимость, являющаяся исходной, базовой, в дальнейшем уточняется и дополняется другими факторами.

Таким образом, если исходная функциональная зависимость конкурентоспособности региона имела первоначальный вид: $RC = f(P; FP; SP)$, то после анализа модели «региональный спрос – региональное предложение» ее можно представить как: $RC = f(Y; I)$, то есть факторы ценообразования являются основополагающими как для составляющей доходов $Y = f(PL, P)$, так и косвенно, через величину процентной ставки (R), сберегаемой части доходов (S), для инвестиционной составляющей $size = 1 > I = f(S, R)$, где $size = 1 > S = Y - C$, а $R = f(P)$.

Следовательно, комплексный показатель конкурентоспособности региона складывается из двух групп:

$$RC = \begin{cases} Y - \text{показатели уровня жизни;} \\ I - \text{инвестиционная привлекательность региона.} \end{cases}$$

Соответственно каждый из них включает в себя:

$Y = PC + G + L$	$I = Ip + Ir + Iq + Q$
<p>PC – покупательная способность населения, руб; G – коэффициент концентрации доходов (коэффициент Джини); L – уровень безработицы, %.</p>	<p>Ip – инвестиционный потенциал региона, %; Ir – инвестиционный риск, %; Iq – реальные объемы инвестиций, млн. руб.; Q – число убыточных предприятий в регионе, шт.</p>

Веса показателей имеют следующие значения, если исходить из таких соображений:

$PC = 0,5$ – в большей степени учитывает взаимосвязь двух рынков: товаров и услуг и труда;

$G = 0,3$ – концентрация доходов является следствием функционирования рынка труда и сильно зависит от социальной политики региональной власти;

$L = 0,2$ – показатель безработицы имеет существенные погрешности, так как в условиях кризиса не всегда учитывает большую долю скрытой безработицы;

$Iq = 0,7$ – объем реальных (как внутренних, так и внешних) инвестиций свидетельствует о действительной инвестиционной привлекательности региона, а следовательно, и об эффективности регионального хозяйствования.

$Ip = 0,5$ – инвестиционный потенциал учитывает основные макроэкономические характеристики, насыщенность территории факторами производства и другие показатели;

$Ir = 0,4$ – интегральный показатель, рассчитываемый консалтинговым агентством «Эксперт – РА» и учитывающий законодательный, политический, экономический, финансовый, криминальный и экологический риски;

$Q = 0,3$ – количество убыточных предприятий говорит об их слабой адаптированности в силу различных причин к функционированию в условиях рыночной экономики.

Расчет конкурентоспособности основывается на ранжировании регионов по численным значениям каждого из частных показателей с определением соответствующего места региона. Затем место, занятое регионом, умножается на весовое значение каждого показателя и все они суммируются. Вес показателя определяется его «влиянием» на всю группу показателей (Y или I). Регион, набравший меньшее количество баллов, считается более конкурентоспособным.

Эффективность механизма регионального ценообразования заключается в достижении равновесия между региональным спросом и региональным предложением при условии сохранения высокого жизненного уровня населения, в обеспечении стабильного функционирования реального сектора экономики при активной поддержке со стороны региональной власти, структурообразующих и конкурентоспособных предприятий региона.

В.В. Меркушов [95] предлагает проведение интегральной оценки конкурентоспособности на основе трех частных систем показателей (табл. 1.9).

Таблица 1.9. Система показателей конкурентоспособности региона [95]

Система показателей экономического потенциала региона	Система показателей региональной эффективности	Система показателей конкурентных преимуществ
Численность экономически активного населения, тыс. чел.	Производство ВРП (ВДС) на 1 занятого в экономике региона, тыс. руб./чел.	Стоимость основных фондов, на 1 занятого в экономике, тыс. руб.
Среднесписочная численность работников, занятых на малых предприятиях, тыс. чел.	Производство ВДС, созданной в промышленности, на 1 занятого в промышленности, тыс. руб./чел.	Уровень годности основных фондов региона, %
Стоимость основных фондов отраслей экономики, млн. руб.	Производство ВРП (ВДС) на 1 рубль стоимости основных фондов региона, руб.	Объем инвестиций в основной капитал, приходящийся на 1 жителя региона, тыс. руб.
Площадь сельскохозяйственных угодий и пашни, тыс. га	Производство ВДС, созданной в промышленности, на 1 рубль стоимость основных фондов промышленности, руб.	Удельный вес занятых на малых предприятиях в общей численности занятых региона, %
Внутренние затраты на исследования и разработки, тыс. руб.	Затраты заработной платы на 1 рубль ВРП (ВДС), руб.	Удельный вес занятых на предприятиях частной формы собственности в общей численности занятых, %
Сальдированный финансовый результат региона, млн. руб.	Уровень рентабельности реализованной продукции (работ, услуг) организаций промышленности, %	Густота ж/д путей, км путей на 10 000 км ² территории
Инвестиции в основной капитал, млн. руб.		Густота автомобильных дорог, км на 1000 км ² территории
Валовой региональный продукт, млн. руб.		Среднегодовая урожайность зерновых культур за последние 5 лет, ц/га
Источник: Меркушов В.В. К вопросу об оценке уровня конкурентоспособности региона // Межрегиональные экономические сопоставления 2004: сборник статей. – М., 2004. – С. 24, 38.		

Для синтеза интегральных показателей экономического потенциала, региональной эффективности, конкурентных преимуществ и непосредственно уровня конкурентоспособности используются непараметрические методы статистического анализа.

При помощи метода «Паттерн» производятся расчеты по системам частных показателей экономического потенциала, региональной эффективности и конкурентных преимуществ. Таким образом, оценки трех компонент ($T_{ном}$, $T_{эфф}$, $T_{преим}$) необходимы для определения интегральной оценки конкурентоспособности регионов, получаемой как средняя арифметическая простая из полученных оценок.

Группировка регионов по уровню конкурентоспособности Y_{RC} строится исходя из групп регионов, заключенных в равные интервалы:

- 1 группа – высокий уровень конкурентоспособности: $0,8 < Y_{RC} \leq 1$;
- 2 группа – достаточно высокий уровень: $0,6 < Y_{RC} \leq 0,8$;
- 3 группа – средний уровень: $0,4 < Y_{RC} \leq 0,6$;
- 4 группа – низкий уровень: $0,2 < Y_{RC} \leq 0,4$;
- 5 группа – неконкурентоспособные регионы: $0 < Y_{RC} \leq 0,2$.

Н.И. Ларина и А.И. Макаев [79] для оценки конкурентных позиций регионов предлагают использовать методiku, аналогичную методике определения страновых рейтингов. Ее сущность состоит в агрегировании ряда частных показателей в общий показатель, характеризующий относительные позиции страны (региона) по данному показателю.

Индекс первой группы факторов отражает «текущую» конкурентоспособность субъекта РФ. На основе индексов второй–четвертой групп факторов предлагается давать оценку потенциала «стратегической» конкурентоспособности субъектов РФ. Среднее арифметическое индексов «текущей» и «стратегической» конкурентоспособности составляет сводный индекс конкурентоспособности (рис. 1.9).

Сравнительный анализ подходов к оценке конкурентоспособности региона показывает отсутствие полноты и единства в определении его конкурентоспособности, преобладание изучения отдельных аспектов конкурентоспособности над интегральными оценками. Исследования не опираются на базовое понятие «регион» и не охватывают разные функции этого территориального образования: экономическую, социальную и др. Таким образом, теоретические и практические проблемы формирования конкурентоспособности региона, несмотря на их значимость, разработаны недостаточно и касаются в основном отдельных аспектов этой проблемы (табл. 1.10).

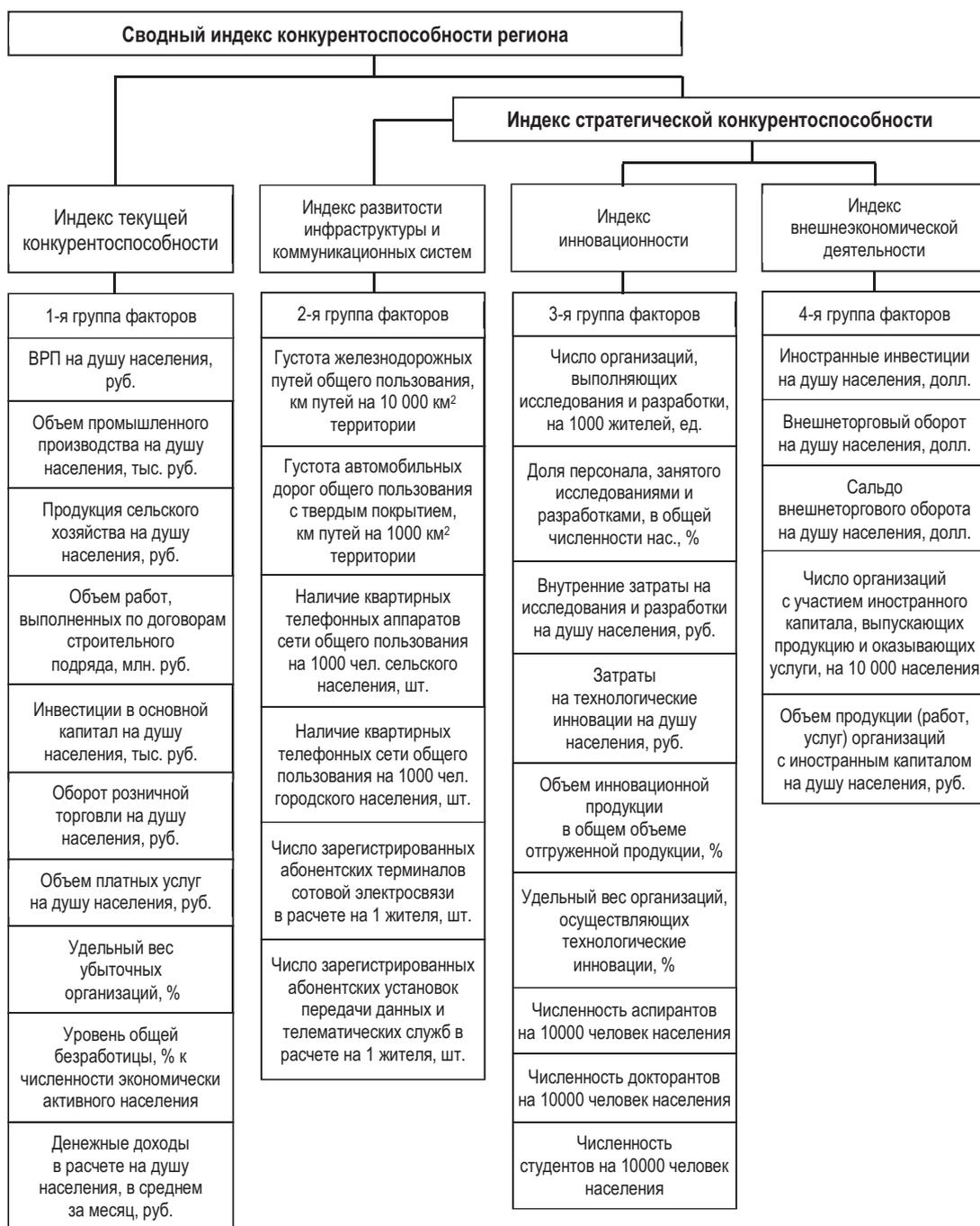


Рис. 1.9. Структура индекса конкурентоспособности региона [79]

Таблица 1.10. **Сравнительный анализ методик оценки конкурентоспособности региональной экономики**

Методика оценки	Преимущества	Недостатки
Рейтинговая оценка конкурентоспособности (В.В. Салихов, В.В. Печаткин, С.А. Саблина)	Учитывается полный набор факторов экономической конкурентоспособности региона Проведена апробация	Отсутствие четкого обоснования Отсутствие концепции оценки конкурентоспособности региона Большое число показателей для оценки конкурентоспособности Нагруженный математический аппарат
Интегральная оценка конкурентоспособности регионов (В.В. Меркушов)	Обоснована методика Используется трехкомпонентная система показателей для оценки конкурентоспособности Проведена апробация Доступность информационной базы	Отсутствие показателей социальной направленности Методика показывает только общее экономическое развитие
Интегральная оценка конкурентоспособности регионов (Л.И. Ушвицкий, В.Н. Парахина)	Проведена апробация Сформулирована концепция оценки конкурентоспособности региона Обоснован состав показателей для определения уровня конкурентоспособности Доступность информационной базы	Необходимо дополнение и обоснование перечня показателей, характеризующих конкурентоспособность региона Отсутствие системности при выборе факторов конкурентоспособности
Оценка конкурентоспособности регионов на основе расчета индекса (аналогична методике определения страновых рейтингов; Н.И. Ларина, А.И. Макаев)	Обоснован состав показателей для определения уровня конкурентоспособности Доступность информационной базы Легкость математических расчетов	Необходимо дополнение и обоснование перечня показателей, характеризующих конкурентоспособность региона Методика показывает только общее экономическое развитие

Сравнительный анализ методического инструментария оценки конкурентоспособности регионов позволяет говорить о том, что в настоящее время данная методология находится в стадии разработки. Существует разнообразие подходов к оценке конкурентоспособности, обусловленное различными целями, поставленными при оценке.

Методики оценки конкурентоспособности охватывают лишь социально-экономическое развитие региона и не учитывают интересы каждой из целевых групп потребителей его ресурсов.

1.3. Зарубежный и отечественный опыт управления конкурентоспособностью территорий

Зарубежными странами накоплен весьма существенный опыт управления конкурентоспособностью территорий в связи с использованием рыночной модели хозяйствования.

Так, для федерального аппарата экономического регулирования США характерна широкая разветвленность. Он охватывает сеть государственных органов, в том числе соответствующие подразделения Исполнительного управления президента; федеральные министерства административных ведомств (независимых агентств), воздействующих в той или иной мере на конкурентоспособность экономики страны.

Вопросами конкурентоспособности в пределах своих полномочий занимаются Экономический совет при президенте, основные федеральные министерства: финансов, труда, торговли, внутренних дел, сельского хозяйства. Из независимых агентств можно выделить Федеральную торговую комиссию, Комиссию по торговле между штатами, Федеральную комиссию по торговому флоту.

Прямо или косвенно воздействуют на конкурентоспособность экономики страны государственный департамент, министерство торговли, министерство финансов, комиссия по международной торговле, экспортно-импортный банк США (Эксибанк), Президентский экспертный совет, совет по конкурентоспособности.

Особое место в регулировании процесса конкурентоспособности занимают законодательные меры, направленные на пресечение недобросовестной конкуренции, и меры по стимулированию конкуренции и сдерживанию процессов монополизации.

В Японии также существует разветвленная система государственных и полугосударственных ведомств, других органов, общественных организаций, которые прямо или опосредованно воздействуют на конкурентоспособность национальной экономики, формирование и укрепление ее конкурентных преимуществ.

Вместе с тем, в отличие от американской системы, в Японии имеется главный, весьма авторитетный «дирижер», направляющий практически всю работу по решению проблем конкурентоспособности, ее внутренних и внешних аспектов, – это министерство внешней торговли и промышленности (МВТП). Наличие у МВТП эффективных рычагов воздействия на национальную экономику, на импульсы ее развития, а также создание конкурентных преимуществ с одновременным применением средств воздействия на структуру и эффективность внешнеэкономических связей страны делает политику достаточно действенной.

МВТП – государственный орган внешней торговли и промышленности, четко реализующий в рамках своей компетенции генеральную линию всемерного укрепления конкурентных позиций японских промышленных и иных фирм на внутреннем и внешнем рынках посредством

максимального использования в этих целях возможностей внешнеэкономических связей. Признанием возрастающей для Японии значимости проблемы конкурентоспособности является создание при МВТП в 1994 г. Консультативного совета по вопросам конкурентоспособности, в котором представлены руководители наиболее преуспевающих компаний.

В группу государственных органов межведомственного регулирования, оказывающих то или иное воздействие на решение проблемы конкурентоспособности, входят такие, как министерство иностранных дел, управление экономического планирования, министерство финансов, комиссия по обеспечению частных торговых сделок, Банк Японии и др.

К полугосударственным органам регулирования внешнеэкономических связей, также оказывающим заметное воздействие на конкурентоспособность позиций японских компаний на мировом рынке, относятся торговая конференция, консультативные советы и ассоциации, содействующие развитию экспорта и импорта.

Из числа западноевропейских стран, пожалуй, наиболее разработанным механизмом воздействия на национальную конкурентоспособность располагает Германия. Проблема конкурентоспособности экономики страны, государственных предприятий решается главным образом в рамках проводимой экономической, внешнеэкономической политики и осуществляется уполномоченными на это государственными органами (министерствами, комитетами). Этим занимаются в первую очередь министерства экономики и финансов.

Министерство экономики разрабатывает среднесрочные (на четыре года) целевые программы экономического развития страны, ежегодно корректируемые и продлеваемые на год. Наряду с этим федеральное правительство ежегодно утверждает годовые программы. Указанные программы охватывают лишь обобщающие экономические макропоказатели (ВВП, доля безработных в самодеятельном населении, сводный индекс цен и т.д.) и не разбиваются по отраслям и регионам.

Это же министерство ведает вопросами структурной политики (отраслевой и региональной), которая становится все более важным элементом программирования и воздействия на национальную конкурентоспособность. Министерство разрабатывает кратко- и среднесрочные программы для структурно-кризисных отраслей (судоостроение, черная металлургия, текстильная промышленности и др.), новейших наукоемких отраслей (производство ЭВМ, атомных реакторов, авиакосмическая отрасль), а в последние годы уделяет все большее внимание энергетическим программам.

В число основных функций министерства экономики входит разработка совместно с МИД основных направлений торговой и внешнеэкономической политики страны, политики в рамках западноевропейской экономической интеграции, кроме того (вместе с Федеральным банком), разработка мер по решению валютных проблем.

Воздействие государства на конкурентоспособность национальной экономики, ее составных частей с помощью планово-программирующих средств значительно различается в зависимости от страны. Наиболее широко они используются в Японии и Франции, в существенно меньшей степени – в США и Швейцарии [100].

Однако особым направлением планово-программной деятельности во всех развитых странах выделяется научно-техническая деятельность. Признание того факта, что в нынешних условиях НТР, ее успехи и результаты стали важнейшим фактором развития национальных экономик, их эффективности, конкурентоспособности, заставило эти государства не просто стимулировать научно-техническое развитие, а также расширение отдельных наиболее перспективных направлений развития техники и технологии, но и заниматься разработкой национальной технической политики, а в ее рамках – прибегать к планированию и программированию.

В то же время сам эффект воздействия колеблется в широких пределах, отражая возможности и конкретного средства воздействия, и всей их совокупности, равно как и неиспользуемый (количественный и качественный), но реальный потенциал конкурентоспособности [46].

К экономическим средствам повышения конкурентоспособности относятся меры, которые принимаются государственными органами по повышению конкурентоспособности экспортной продукции и ее национальных изготовителей и носят самый разнообразный характер. В их число входят прямое и косвенное субсидирование экспортеров, кредитование и страхование экспорта, содействие в организации требующейся для экспорта инфраструктуры, обеспечение экспортеров необходимой информацией, деятельность по созданию максимально благоприятных условий для национальных производителей на внешних рынках, моральное стимулирование экспортеров. Вместе с тем это разнообразие средств можно сгруппировать в три основных блока или направления действий.

Первое из них – это меры общего характера, направленные на укрепление национальной экономики и ее позиций в системе мирового

хозяйства, ведущие в конечном счете к повышению конкурентоспособности промышленности и ее продукции. Меры такого рода создают общеэкономический базис конкурентоспособности экономики страны.

Второе направление – прямое содействие компаниям-изготовителям в осуществлении ими экспортной деятельности.

Третье направление – меры по формированию спроса на продукцию национальных производителей на внешних рынках и созданию там других благоприятных для них предпосылок.

Прямое субсидирование экспорта – наиболее простой и традиционно используемый способ материального стимулирования внешних поставок национальными производителями и повышения ценовой конкурентоспособности их товаров. Ныне оно применяется преимущественно при вывозе сельскохозяйственной продукции. Помимо прямых дотаций из бюджета применяются средства косвенного стимулирования: налоговые льготы экспортерам, освобождение их от пошлин на импорт сырья и материалов, снижение тарифов государственными компаниями (транспортными, энергетическими и другими).

Особенно интересен французский опыт формирования так называемых полюсов конкурентоспособности – консорциумов (кластеры), объединяющих исследовательские организации, образовательные центры и промышленные предприятия. При этом ставится задача сформировать предприятия, привлекательные для имплантации частной инициативы в сферу исследований и разработок, конкурентоспособные с позиции международного разделения труда, и в то же время обеспечить эффективное решение региональных и социальных проблем.

Как показал анализ источников [39, 89, 102, 111, 153], европейские территории достаточно широко применяют разнообразные формы, методы и инструментарий в управлении своей конкурентоспособностью. Это подтверждается и тем, что территории становятся все более ответственными за процесс повышения своей конкурентоспособности. В этой связи многие страны вынуждены искать внешние средства для реализации своих целей, осуществлять маркетинг территории.

Таким образом, исследованный нами зарубежный опыт позволяет выделить ряд методов воздействия органов власти, направленного на повышение конкурентоспособности экономики: плановые (программные), организационно-управленческие и экономические.

Умело используя набор средств воздействия на конкурентоспособность национальной экономики, государства добиваются высоких результатов.

В России вопросами, связанными с обеспечением конкурентоспособности экономики регионов, в разной степени занимаются Министерство регионального развития [33], Министерство экономического развития [34], Министерство финансов [35].

Однако влияние последнего на конкурентоспособность носит скорее опосредованный характер, т.е. через регулирование финансовых взаимоотношений федерального бюджета с бюджетами субъектов Российской Федерации и местными бюджетами и т.п. Кроме того, можно сказать, что Минфин России в определенной мере «противодействует» деятельности региональных администраций по повышению конкурентоспособности экономики регионов, стремясь в конечном счете выравнять в региональном разрезе условия бюджетной обеспеченности выполнения федеральных мандатов. Например, для принятия решений о выделении средств Федерального фонда финансовой поддержки субъектов Российской Федерации (ФФПР) конкретному региону субфедерального уровня производится сопоставление рассчитываемого по специальной формуле индекса налогового потенциала субъекта Российской Федерации и индекса бюджетных расходов последнего, а также сравнение полученного результата с аналогичным показателем в среднем по консолидированным бюджетам субъектов Российской Федерации. При расчете этого индекса учитываются и такие специфические особенности региона, как структура его населения, социально-экономические, географические, климатические и другие объективные факторы и условия, влияющие на стоимость предоставления одного и того же объема бюджетных услуг в расчете на одного жителя.

Однако сам алгоритм расчета величины средств, выделяемых региону из ФФПР, построен таким образом, что увеличение налогового потенциала региона автоматически означает сокращение величины средств, на получение которых он может претендовать. Если исходить из того, что повышение налогового потенциала субъекта Российской Федерации влечет за собой сокращение финансовой поддержки из средств ФФПР, на которую он может рассчитывать, то перед региональными администрациями возникает задача сопоставления двух финансовых величин. Первая из них – размер финансовых затрат на повышение индекса налогового потенциала региона и, по-видимому, конкурентоспособности экономики региона (во всяком случае, той ее составляющей, которая выражена в бюджетных терминах). Вторая величина – получаемая регионом финансовая поддержка из ФФПР. Усилия региональных администраций

по повышению конкурентоспособности экономики подведомственных регионов будут финансово целесообразны только в том случае, если первая величина окажется меньше второй. Следовательно, федеральные органы государственной власти, реализуя закрепленные за ними функции, вместе с тем не решают проблемы повышения конкурентоспособности регионов с учетом их специфики. Это задача региональных органов власти. Но все же без последовательной региональной политики, направленной на повышение конкурентоспособности, не представляется возможным достижение не только коммерческого, но и социального и бюджетного эффектов. Кроме правительственных структур, вопросами конкурентоспособности экономики занимается Совет по национальной конкурентоспособности, Национальный институт конкурентоспособности и другие организации. Результаты их исследований выступают основой для принятия соответствующих решений федеральным, региональным уровнями и предпринимательскими структурами [92].

Бизнес-сообщество также предпринимает попытки решения вопроса повышения конкурентоспособности. Российский союз промышленников и предпринимателей готовит аналитические материалы (например, «Национальный доклад о политике повышения конкурентоспособности экономики России»), ведется разработка программы повышения конкурентоспособности приоритетных отраслей.

Одним из наиболее интересных и плодотворных направлений в процессе регионального управления является применение территориального маркетинга. Именно теория маркетинга как составного элемента общего менеджмента позволяет четко обозначить новое качество регионального управления в современных условиях, когда субъект управления должен таким образом организовать в условиях состязательности управление объектом, чтобы добиться потребительского предпочтения, которое будет выражаться в развитии и притоке на территорию человеческих, финансовых, материальных, инновационных ресурсов.

Серьезные наработки в сфере маркетинга территорий появляются не только в столице, но и других российских мегаполисах, городах. Создаются службы маркетинга при областных администрациях: например, в Тверской области, которая продвигает имидж «первого города на Волге»; в Республике Бурятия, Омской, Ивановской, Ростовской областях и целом ряде других регионов утверждены стратегии маркетинга и программы их реализации, фактически начато освоение и внедрение инструментов маркетинга территорий.

Можно сказать, что территориальный маркетинг – это особо точная, выверенная и обоснованная местная экономическая политика, необходимость которой обусловлена возрастающей конкуренцией между территориями за целевые группы потребителей ресурсов. Маркетинговый подход в территориальном управлении направлен на поддержание притягательности, престижа территории в целом, привлекательности сосредоточенных на ней ресурсов. В этом случае успешное развитие территории складывается за счет максимального удовлетворения нужд, потребностей, желаний людей, проживающих и/или ведущих деятельность коммерческого и некоммерческого характера на этой территории и сознательно отдавших ей предпочтение при сравнении с другими аналогичными территориями. В такой конкурентной борьбе многие территории применяют основные инструменты и направления стратегии маркетинга региона: маркетинг имиджа, маркетинг привлекательности, маркетинг инфраструктуры, маркетинг населения, персонала.

Маркетинг имиджа направлен на создание, распространение и общественное признание позитивного образа региона. Исходная точка длительного процесса формирования имиджа может быть различной. В качестве инструментов формирования имиджа применяются слоганы, визуальные символы, презентационные акции и имиджевое позиционирование. Они обуславливаются особенностями отраслевой специализации региона, наличием экспортного потенциала, территориальной удаленностью и транспортной освоенностью, интеллектуальным и инновационным потенциалом и его соответствием целям развития региона, уровнем развития социальной сферы, состоянием производственного потенциала и сложившимся уровнем инвестиционной активности (объемы инвестиций и качественные характеристики инвестиционной деятельности) и т.д.

В России весьма активную роль в формировании имиджа регионов играют географические, климатические, национальные и другие различия, связанные с большой протяженностью и другими параметрами крупной страны. В то же время имидж региона принципиально зависит от его экономики и той роли (донора или реципиента), которую регион играет в народном хозяйстве страны, от характера взаимоотношений с федеральными властями и центральными учреждениями и организациями, от сложившейся динамики макроэкономических региональных пропорций.

Маркетинг привлекательности позволяет повысить привлекательность региона для человека в силу лучшего набора гуманитарных преимуществ. При этом акцент может делаться на экономических и экологических преимуществах, природных достопримечательностях, высоком качестве специального образования и медицинской помощи, историко-архитектурных памятниках, развитой сети объектов туризма, отдыха и развлечений. В качестве механизма развития и популяризации особых свойств территории, гарантирующих ее конкурентные преимущества, рассматривается ориентация на человека, учет стилей жизни и потребностей отдельных целевых групп и аудиторий. В основном это мероприятия, направленные на повышение притягательности данной территории для человека, ее гуманизацию. Для туристов это чаще всего посещение историко-архитектурных объектов (Парфенон и другие здания древних эллинов – в Греции, Эйфелева башня и Триумфальная арка – во Франции, Тадж-Махал – в Индии, памятники архитектуры, соборы, церкви – в России).

Маркетинг инфраструктуры служит важнейшим и в долгосрочном плане наиболее стабилизирующим элементом маркетинга региона, поскольку сама инфраструктура, производственная, рыночная, бытовая и др., – его несущий каркас и фундамент одновременно. Надежное энергоснабжение, хорошее образование, чистая питьевая вода, развитые коммуникации, безопасность на улицах – признаки достаточно поддерживаемой инфраструктуры. Развитая инфраструктура еще не гарантирует рост конкурентоспособности, но ее отсутствие или плохое состояние делает такой рост невозможным.

Что касается маркетинга населения, персонала, то территории, характеризующиеся разным состоянием дел, проблемами и потребностями в сфере занятости, выбирают разные стратегии. Так, территории с низким уровнем занятости и дешевой рабочей силой могут выдвигать это как аргумент для привлечения промышленников, предпринимателей сферы услуг и др. с целью создания новых рабочих мест. Если рабочих рук не хватает, а рабочих мест в избытке, то территории, стремясь заполучить новые кадры, могут подчеркивать, рекламировать положительные возможности для проживания и перспективы роста, высокую заработную плату, возможность выбора профессии и т.п. Маркетинг персонала, работа с людьми – жителями региона, объединениями и союзами граждан, политиками, работа с общественностью ставит целью обеспечение поддержки маркетинговой активности региона изнутри.

Задача заключается, с одной стороны, в формировании местного патриотизма, с другой – в формировании и поддержании доброжелательной мотивации внутри региона по отношению к приезжим жителям и структурам, к их привлечению в регион. Недружелюбие по отношению к приезжим или отрицательное представление о жителях, предпринимателях какой-либо другой территории может свести к нулю все усилия и результаты, достигнутые по другим направлениям маркетинга региона. Иными словами, настроение жителей – это тоже важная часть региона как товарного продукта. К примеру, Силиконовая Долина, известнейший в мире регион с четкой профессиональной ориентацией, стала локомотивом всей американской экономики. На небольшой территории (примерно 65 квадратных километров) сосредоточилось более половины компаний, считающихся лидерами мировой компьютерной индустрии. Численность местного населения давно перевалила за 1,5 млн. человек, причем львиную долю из них составляют иностранные наемные специалисты. По данным статистики, темпы строительства жилья в Долине уже давно не поспевают за ростом числа рабочих мест.

К специфическим инструментам маркетинга территории относятся: выставки, ярмарки, в том числе постоянно действующие; тематические парки; декады, месячники культуры и искусства; гостиничное дело и туризм; конференции, симпозиумы; транспорт, связь, банковская система, налоговая политика; учреждения образования, культуры, здравоохранения и отдыха, спорта.

По нашему мнению, целесообразна систематизация концептуальных подходов к управлению конкурентоспособностью региона, которые представляют собой разное теоретическое (на уровне выдвигаемых гипотез) содержание и вносят определенный вклад в системное управление в данной сфере (табл. 1.11).

Таблица 1.11. **Концептуальные основы управления конкурентоспособностью региона**
(составлено автором)

Концепция	Основное содержание	Вклад в управление конкурентоспособностью региона
Системный подход	Объект управления необходимо рассматривать с позиций общей теории систем	Конкурентоспособность региона необходимо рассматривать как систему с учетом основных свойств региональной экономической системы
Теория государственного управления экономикой	Экономика региона – объект государственного регулирования и управления	Использование основных методов и инструментов системы государственного управления экономикой и ее конкурентоспособностью (формирование региональной экономической политики, системы индикативного планирования, системы регионального мониторинга)

Окончание таблицы 1.11

Теория управления региональной экономикой	Проблемы функционирования и развития экономики России рассматриваются как системы с учетом рационального пространственного распределения экономических ресурсов; территориальной и функциональной экономической дифференциации и интеграции	Использование теории рационального территориального распределения ресурсов и экономического взаимодействия на региональном уровне в интересах обеспечения конкурентоспособности региона
Кластерный подход	Рассматривается территориально-производственный принцип структуризации хозяйственных систем	Использование преимуществ кластеров в целях управления региональной конкурентоспособностью
Теории и концепции конкурентоспособности	Конкурентоспособность рассматривается как способность объекта конкурировать с аналогичными объектами в целевом пространстве	Позволяет идентифицировать сущность управления и обеспечения конкурентоспособности региона, выявлять факторы, влияющие на конкурентоспособность
Стратегический менеджмент	Управление строится на основе формирования и реализации стратегий, обеспечивающих достижение заявленных (гипотетических) целевых установок	Обеспечивает стратегическую конкурентоспособность региона на основе перспективного регионального прогнозирования и стратегического планирования регионального развития, позволяет уточнить систему целей управления конкурентоспособностью и формировать адекватные стратегии реализации поставленных целей
Концепция устойчивого развития	Управление в условиях целевой установки – сохранение природного потенциала в интересах будущих поколений	Учитывает совокупность экологических проблем и идентифицирует экологические преимущества как конкурентные
Концепция менеджериального подхода к государственному управлению экономикой	Использование теории и методов менеджмента организации в управлении территориальными экономическими системами	Дает возможность разработать инструментарий управления конкурентоспособностью, основанный на последних достижениях научного менеджмента
Концепция территориального маркетинга	Использование инструментария территориального маркетинга с целью повышения конкурентоспособности территории и управления ею на основе маркетинговой стратегии развития	Происходит формирование и улучшение имиджа территории, рост ее престижа, деловой и социальной конкурентоспособности, расширение участия территории и ее субъектов в реализации международных, федеральных, региональных программ за ее пределами. Дает возможность разработать инструментарий оценки конкурентоспособности региона, а также выработать стратегические ориентиры развития региона с точки зрения удовлетворения потребностей основных целевых групп

Достижение высокого уровня конкурентоспособности региона будет обеспечиваться в ходе реализации региональной политики, направленной на эффективное использование его экономического потенциала, обеспечиваемого природно-ресурсным потенциалом, населением и трудовыми ресурсами, производственным потенциалом, на создание конкурентных преимуществ, на реформирование системы регионального управления с помощью внедрения новых инструментов в данную систему.

Как нам представляется, главной задачей региональной социально-экономической политики в долгосрочной перспективе является обеспечение конкурентоспособности региона, что, в свою очередь, будет способствовать обеспечению его устойчивого, сбалансированного социально-экономического развития.

Формирование политики по повышению конкурентоспособности региона должно основываться на решении таких основных задач, как:

- ✓ удовлетворение потребностей основных целевых групп потребителей ресурсов территории (население, предприятия, инвесторы, малый бизнес, туристы);

- ✓ обеспечение высокого уровня жизни населения, что связано с предоставлением ему возможностей в целях получения качественного образования, медицинского и культурно-досугового обслуживания;

- ✓ развитие инфраструктурной обеспеченности территорий и создание условий для повышения конкурентоспособности экономики регионов и решения вопросов социального развития, включая повышение транспортной доступности территорий;

- ✓ скоординированность принятия решений по созданию условий для развития отраслей экономики и социальной сферы и формированию центров опережающего экономического роста с учетом конкурентных преимуществ;

- ✓ совершенствование механизмов управления конкурентоспособностью региона.

Таким образом, изучение теоретических основ конкурентоспособности регионов, проведенное в данной главе, позволяет нам сделать следующее резюме:

1. Интеграционные процессы, происходящие в мировой экономике, способствуют усилению конкуренции между фирмами, странами и регионами, а необходимость повышения своей конкурентоспособности признаётся как на страновом, так и региональном уровнях.

2. Сущность региональной конкурентоспособности заключается в способности регионов выдерживать конкуренцию со стороны других регионов в борьбе за население, предприятия, малый бизнес, инвесторов, туристов с целью устойчивого социально-экономического развития территории.

3. Конкурентоспособность в определяющей степени зависит от наличия конкурентных преимуществ, способности региональных органов власти их создавать и поддерживать.

4. Управление конкурентоспособностью региона предполагает проведение её оценки и использование в рамках регулирования социально-экономической политики широкого набора методов, в числе которых плановые, организационно-управленческие и экономические.

ГЛАВА 2. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ РОССИЙСКИХ РЕГИОНОВ

2.1. Анализ факторов конкурентоспособности региона

Конкурентоспособность региона определяется наличием конкурентных преимуществ, т.е. факторов, которые позволяют ему обрести более высокие позиции по сравнению с другими регионами. Определенными конкурентными преимуществами обладает и Вологодская область, в их число входит благоприятное географическое положение.

Вологодская область имеет для страны большое хозяйственное и стратегическое значение, располагаясь между индустриально развитыми субъектами Российской Федерации и преимущественно сырьевыми регионами ее Севера, обеспечивая транспортно-экономические связи северных регионов с Центром.

Близость крупных промышленных центров, прохождение через территорию области транспортных магистралей, соединяющих регионы Северо-Запада с Уралом и Сибирью и Центральные регионы с Севером России, позволяют развивать эффективные деловые связи межрегионального и международного характера в части торгово-экономического сотрудничества.

Являясь одним из крупнейших на Северо-Западе транспортных узлов, область имеет выходы на север (Мурманск, Архангельск, Карелия), на запад (С.-Петербург), на восток (Киров, Екатеринбург) и южные направления (Ярославль, Москва). По её территории проходят железные дороги, связывающие Москву с Архангельском и С.-Петербург с Уралом (с выходом на Транссибирскую магистраль), что обуславливает развитие стратегически ориентированных отраслей.

Территорию Вологодской области пересекают два крупных речных водных пути – это Волго-Балтийский канал и Северо-Двинская шлюзованная система. Воздушное пространство представляет коридор международных трасс с запада на восток. На хозяйственное развитие области благотворно влияет прохождение по её территории автотранспортных магистралей: М8 «Москва – Архангельск», А114 «Вологда – Новая Ладога». Транспортная сеть области, не отличаясь своей густотой, выполняет важные функции по обеспечению внутренних и транзитных перевозок. Однако заметим, что за 2000–2011 гг. объем перевозок грузов железнодорожным и автомобильным транспортом сократился на 22%, составив 47,9 тонны на душу населения, причем областные показатели ниже общероссийских (табл. 2.1). На протяжении всего исследуемого периода регион уступает свои конкурентные позиции республикам Карелия и Коми, ставя тем самым под угрозу достижение конкурентного преимущества по данному показателю.

Таблица 2.1. **Объем перевозок грузов железнодорожным и автомобильным транспортом, тонн на душу населения**

Территория	2000 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2011 г. к 2000 г., %
Республика Карелия	151,9	66,0	69,8	64,8	66,5	57,5	52,4	59,5	39,2
Республика Коми	67,2	64,6	60,7	58,8	56,6	51,8	51,9	54,0	80,4
Вологодская область	61,4	52,9	53,3	48,2	48,6	42,6	45,6	47,9	78,0
Архангельская область	28,9	38,9	45,9	41,3	40,2	31,8	38,3	42,4	146,9
Мурманская область	37,1	54,0	40,5	41,1	37,8	35,8	41,2	40,4	108,9
Ленинградская область	49,7	56,3	61,6	44,4	39,4	35,5	38,5	37,3	75,0
Новгородская область	37,0	42,2	35,6	34,5	33,5	24,4	28,3	31,4	84,8
Псковская область	15,0	15,0	16,8	14,4	13,8	10,3	16,2	19,6	131,3
Калининградская область	8,7	9,8	9,4	9,6	12,5	9,5	10,5	10,9	125,5
г. Санкт-Петербург	8,1	6,9	9,4	9,5	10,6	8,2	7,6	8,5	104,9
<i>СЗФО в целом</i>	<i>35,3</i>	<i>32,3</i>	<i>33,2</i>	<i>29,6</i>	<i>29,1</i>	<i>24,7</i>	<i>26,2</i>	<i>27,6</i>	<i>78,1</i>
<i>РФ (справочно)</i>	<i>47,3</i>	<i>55,6</i>	<i>56,5</i>	<i>57,5</i>	<i>57,4</i>	<i>44,5</i>	<i>45,8</i>	<i>49,2</i>	<i>104,0</i>

Источники: Регионы России. Социально-экономические показатели. 2007: стат. сб. / Росстат. – М., 2007. – С. 56, 659-661; Регионы России. Социально-экономические показатели. 2010: стат. сб. / Росстат. – М., 2010. – С. 60, 653-655.

Безусловным конкурентным преимуществом любого региона выступает высокий уровень экономического развития, отражаемый величиной валового регионального продукта.

По этому показателю в расчете на душу населения (264,1 тыс. руб.) в 2011 г. Вологодская область находилась на 6 месте среди регионов Северо-Западного федерального округа. Лидирующие позиции зани-

мали Республика Коми, г. Санкт-Петербург и Архангельская область. За период с 2000 по 2011 г. рост ВРП на душу населения в Вологодской области составил 4,9 раза, что ниже, чем в других регионах СЗФО и в среднем по России (табл. 2.2). В 2009 г. по сравнению с 2008 г. валовой региональный продукт на душу населения области уменьшился на 29% и составил 175,0 тыс. руб. на чел.

Таблица 2.2. **Валовой региональный продукт, в текущих основных ценах на душу населения** тыс. руб.

Территория	2000 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2011 г. к 2000 г., раз
Республика Коми	56,6	172,9	223	248,3	306,9	315,6	390,7	484,9	8,6
г. Санкт-Петербург	39,8	145,2	180,3	245	310,6	320,9	349,2	420,5	10,6
Архангельская обл.	44,8	128,2	167,9	210,6	235,3	256,7	302,8	361,1	8,1
Мурманская обл.	59,2	153	183,7	224,4	255	240,3	292,9	329,1	5,6
Ленинградская обл.	33,3	124,6	161,7	188,9	235,1	260,6	286,4	326,4	9,8
Вологодская обл.	53,4	156,4	164	198,6	244,3	175	217,8	264,1	4,9
Калининградская обл.	24,3	86,8	109,9	153,5	193,9	181,6	208,2	243,8	10
Новгородская обл.	29,3	95,3	113,3	132,3	177,9	182,6	200,2	235,9	8,1
Республика Карелия	38,5	110,1	121,1	151,2	170,1	154,8	186,6	222,9	5,8
Псковская обл.	20,5	55,5	71,6	86,8	104,8	107,6	128,6	152,8	7,5
<i>СЗФО в целом</i>	<i>40,6</i>	<i>131,6</i>	<i>161,8</i>	<i>204,8</i>	<i>252,2</i>	<i>253,2</i>	<i>289,6</i>	<i>345,3</i>	<i>8,5</i>
<i>РФ (справочно)</i>	<i>39,5</i>	<i>126,0</i>	<i>157,9</i>	<i>196,8</i>	<i>241,8</i>	<i>226,0</i>	<i>263,8</i>	<i>316,6</i>	<i>8,0</i>

Источник: Валовой региональный продукт на душу населения в 1998–2009 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/vvp/dusha98-09.xls

Наиболее удачным с точки зрения экономического роста оказался для области 2004 год, когда ВРП вырос на 9,7% к предыдущему году, затем рост продолжился, но уже не так стремительно (4–5% в год). По данным департамента экономики Правительства Вологодской области, в 2009 г. в результате влияния мирового финансового кризиса наблюдалось существенное снижение темпов роста ВРП (рис. 2.1).

В целом объем валового продукта в Вологодской области в 2011 г. по отношению к 2000 г. вырос на 31,2%, т.е. темпы его роста ниже, чем в среднем по РФ (82,2%). Следовательно, смещение области в 2011 г. на 6 место среди регионов СЗФО свидетельствует об утрате этого конкурентного преимущества. Таким регионам, как Республика Коми, Мурманская область, Архангельская область, г. Санкт-Петербург, напротив, удалось удержать достаточно высокий уровень экономического развития, что сказалось на укреплении конкурентного преимущества.

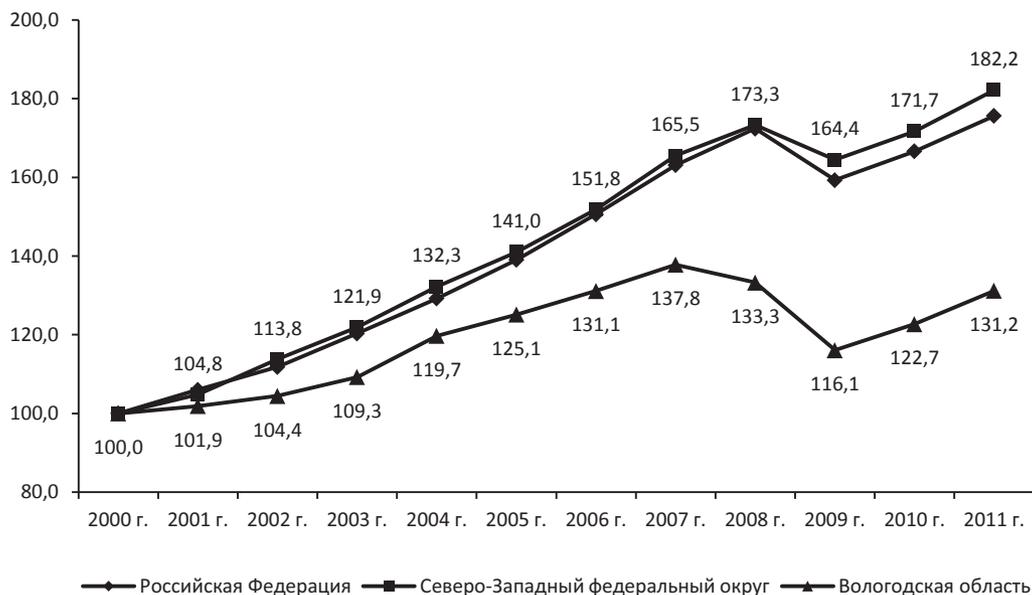


Рис. 2.1. Динамика темпов роста физического объема ВРП, в % к 2000 г.

В создании валового регионального продукта области весьма значительна (две трети его) роль производственного сектора (промышленность, сельское хозяйство, рыболовство и рыболовство, строительство), который обеспечивает ей достаточно сильное конкурентное преимущество (рис. 2.2). Причем основная доля (45,0%) приходится на промышленность, от эффективности функционирования которой в большей степени зависит социально-экономическое развитие региона.

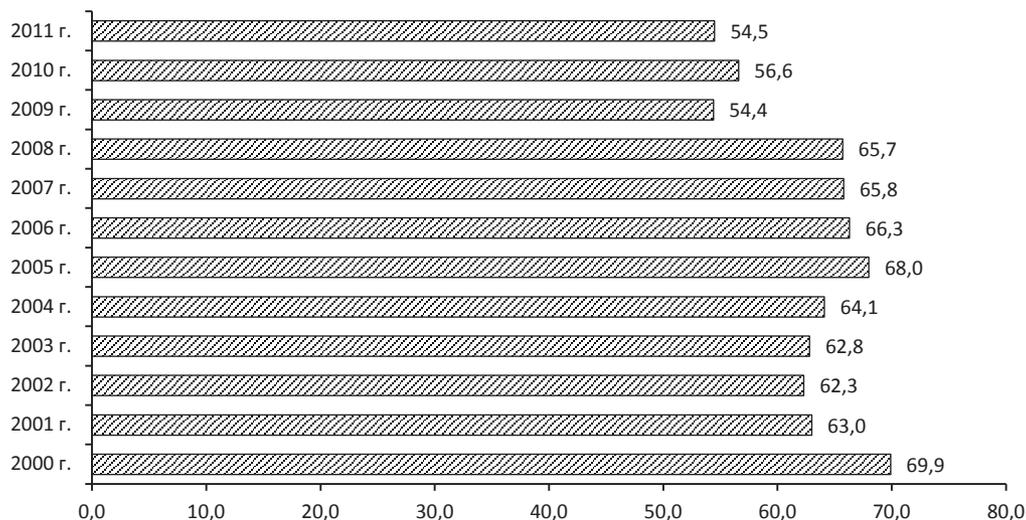


Рис. 2.2. Вклад отраслей, производящих товары, в валовой региональный продукт Вологодской области, %

Вместе с тем за годы рыночных преобразований наибольшее развитие получили экспортоориентированные отрасли, связанные с переработкой сырья, – химическая промышленность и черная металлургия (15,2 и 59,5% в общем объеме промышленной продукции региона соответственно). Несмотря на кризис, в 2008–2009 гг. их удельный вес остается достаточно высоким (табл. 2.3).

Таблица 2.3. Сдвиги в структуре промышленного производства Вологодской области, %

Вид экономической деятельности	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	Изменение 2004–2011 гг.
Промышленность	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	×
В т.ч. производства: металлургическое	68,3	66,6	65,8	69,8	62,2	59,9	57,8	59,5	-8,8
химическое	6,7	8,6	8,6	10,0	17,8	15,5	17,7	15,2	8,5
пищевых продуктов	4,6	5,9	5,9	6,0	5,5	9,5	6,4	6,6	2,0
производство машин и оборудования	5,4	4,0	4,9	6,5	3,8	4,6	2,7	3,6	-1,8
обработка древесины и производство изделий из дерева, целлюлозно-бумажное производство	5,8	3,7	6,7	4,2	3,0	4,6	2,7	3,3	-2,5
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	5,8	7,5	7,8	6,7	5,5	4,7	8,4	6,4	0,6
Источник: Добывающие, обрабатывающие производства и организации по производству и распределению электроэнергии, газа и воды: стат. сб. / Вологдастат. – Вологда, 2010. – С. 9.									

Об этом свидетельствует весьма существенный, особенно в машиностроении (35,4%), спад промышленного производства в 2008–2009 гг. (табл. 2.4).

Моноструктурность промышленности по-прежнему ставит экономику области в зависимость от колебаний мировых финансовых и товарных рынков, ведет к потере конкурентного преимущества.

Важнейшей составной частью региональной экономики является сельское хозяйство, от эффективности функционирования которого во многом зависит уровень жизни сельского населения. В целом высокий уровень развития этого сектора экономики должен составлять конкурентное преимущество региона. Однако в Вологодской области в 2009–2010 гг. наблюдался спад производства сельскохозяйственной

Таблица 2.4. **Индексы физического объема продукции промышленного и сельскохозяйственного производства в Вологодской области,**
в % к предыдущему году

Вид экономической деятельности	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	Изменение 2011–2004 гг.
Промышленность, всего	106,6	106,5	107,1	104,9	95,3	90,5	111,1	104,8	120,2
В т.ч.: Добыча полезных ископаемых	143,3	90,7	93,7	88,7	93,6	89,7	93,6	114,6	67,9
Обрабатывающие производства	106,3	106,8	107,4	105	95,1	90,6	111,1	105,2	121,3
из них:									
- производство пищевых продуктов	100,9	75,7	107,7	102,2	101,7	98,5	106,5	102,2	90,8
- текстильное и швейное производство	100,9	75,7	107,7	66,4	78,7	92,8	113,7	108,4	48,7
- обработка древесины и производство изделий из дерева	108,3	109,8	106,1	105,8	92,3	96,1	115,3	112,9	142,3
- целлюлозно-бумажное производство	119,2	108,8	90,2	108,6	109,8	82,2	107,4	125,5	129,7
- химическое производство	110,1	103,6	109,8	102,9	96,2	106,8	103,0	102,6	127,1
- металлургическое производство	110,1	103,6	109,8	105,9	92,3	87,3	113,5	105,6	116,3
- производство машин и оборудования	92,2	127,0	97,1	112,5	129,1	67,9	125,7	103,7	158,5
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	111,6	102,7	103,4	104,6	99,5	89,8	111,7	99,1	109,9
Сельское хозяйство	210,0	100,3	95,1	98,8	100,5	97,7	92,5	110,6	94,7
Источники: Добывающие, обрабатывающие производства и организации по производству и распределению электроэнергии, газа и воды: стат. сб. / Вологдастат. – Вологда, 2007. – С. 7; Добывающие, обрабатывающие производства и организации по производству и распределению электроэнергии, газа и воды: стат. сб. / Вологдастат. – Вологда, 2010. – С. 15.									

продукции, а большинство сельхозпредприятий находились в тяжелом финансовом состоянии. Согласно данным экспертного опроса, факторами, сдерживающими развитие промышленного и аграрного сектора региона, выступают: диспаритет цен на производимую продукцию (90% опрошенных), недостаточность бюджетной поддержки производителей (83%), недоступность кредитных ресурсов (78%), изношенность основных фондов (50%), недостаток кадров и низкий уровень их квалификации (38%) [101].

Сложное экономическое состояние области негативно отражается и на результатах деятельности предприятий. Хотя, как можно отметить, по объему полученной предприятиями прибыли Вологодская область в 2008 г. лидировала в СЗФО. Сальдированный финансовый результат деятельности предприятий области в расчете на душу населения (92,6 тыс. руб.) значительно превосходил показатель по РФ в целом (33,4 тыс. руб.). Однако уже в 2010 г. ситуация резко ухудшилась и результат принял отрицательное значение (табл. 2.5).

Таблица 2.5. **Сальдированный финансовый результат деятельности крупных и средних предприятий**, тыс. руб. на душу населения

Территория	2000 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2011 г. к 2000 г., %
Республика Коми	47,5	45,4	46,5	47,6	19,5	45,9	67,3	105,8	222,7
г. Санкт-Петербург	22,1	23,8	70,7	86,0	70,8	62,1	75,0	100,1	452,9
Мурманская область	46,7	30,8	50,2	72,8	54,8	47,5	53,4	51,8	110,9
Ленинградская область	22,9	44,3	41,5	56,0	46,0	30,6	39,9	38,0	165,9
Новгородская область	13,3	20,2	47,0	61,6	-3,8	51,1	26,8	36,8	276,7
Республика Карелия	13,6	28,4	18,1	20,9	14,2	-2,8	23,1	28,3	208,1
Вологодская область	71,0	75,1	78,8	86,9	92,6	10,2	-19,0	23,9	33,7
Калининградская область	14,4	19,4	12,6	18,0	-2,2	3,7	25,2	20,3	141,0
Псковская область	3,3	1,6	2,4	3,1	1,6	0,9	3,5	1,5	45,5
Архангельская область	18,1	17,6	0,2	1,2	-21,2	15,8	27,4	-10,0	X
<i>РФ (справочно)</i>	<i>26,8</i>	<i>39,1</i>	<i>63,8</i>	<i>60,2</i>	<i>33,4</i>	<i>35,8</i>	<i>47,0</i>	<i>49,9</i>	<i>186,2</i>

Источник: Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>.

Вследствие влияния кризиса прибыль вологодских предприятий в 2011 г. сократилась почти в 4 раза и составила 23,9 тыс. руб. в расчете на душу населения, что обусловило утрату регионом этого конкурентного преимущества. Полностью утратила конкурентное преимущество и Архангельская область, где наблюдался отрицательный финансовый результат деятельности предприятий на душу населения. Удержать кон-

курентные позиции удалось г. Санкт-Петербургу, Республике Коми, Мурманской и Ленинградской областям, при этом некоторое сокращение показателя все же имеет место.

Снижение прибыли сказалось на объемах инвестиционных вложений и на бюджете Вологодской области. В 2011 г. по сравнению с 2000 г. объем инвестиций в основной капитал области увеличился почти в 6 раз.

Значительное сокращение данного показателя наблюдалось в 2009 г. – 55,2 тыс. руб. на душу населения, в то время как по России в целом его значение составило 65,7 тыс. руб. на душу населения (табл. 2.6).

Таблица 2.6. **Объем инвестиций в основной капитал на душу населения, тыс. руб.**

Территория	2000 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2011 г. к 2000 г., раз
Республика Коми	57,5	93,8	126,5	95,1	108,4	135,1	135,0	215,4	3,7
Ленинградская область	39,0	85,6	115,5	100,0	111,0	119,6	170,4	176,6	4,5
Архангельская область	29,1	69,8	117,0	151,2	143,9	71,7	90,6	109,2	3,8
Вологодская область	18,3	86,2	86,6	89,9	77,3	55,2	64,1	98,4	5,4
Калининградская область	20,0	62,7	57,9	71,2	95,6	75,3	63,8	73,0	3,7
Мурманская область	26,3	42,8	48,2	47,3	72,6	59,2	51,0	70,5	2,7
Новгородская область	23,7	41,5	52,4	57,7	70,9	69,4	69,3	61,9	2,6
г. Санкт-Петербург	22,1	54,0	61,4	87,2	88,5	73,7	83,9	59,6	2,7
Республика Карелия	22,8	35,9	40,5	37,6	46,1	31,4	36,9	46,3	2,0
Псковская область	15,0	19,1	24,1	37,5	38,5	28,5	29,2	35,7	2,4
РФ (справочно)	30,9	49,5	57,8	70,9	77,9	65,7	69,6	75,4	2,4

Источники: Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>.

Об уровне конкурентоспособности свидетельствует состояние исполнения регионального бюджета. Его профицит позволяет региону создавать и в значительной мере развивать конкурентные преимущества. В 2011 г. на душу населения Вологодской области приходилось 48,7 тыс. руб. консолидированного бюджета, что в 6,6 раза выше, чем в 2000 г. (табл. 2.7).

Таблица 2.7. **Исполнение регионального бюджета на душу населения, тыс. руб.**

Территория	2000 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2011 г. к 2000 г., раз
г. Санкт-Петербург	8,1	31,3	47,9	61,6	74,9	69,8	50,3	82,6	10,2
Мурманская обл.	7,3	19,9	34	47,8	55,9	55	54	70,8	9,7
Республика Коми	9,9	24,9	30,8	35,3	45,8	47,3	50	66,7	6,7
Архангельская обл.	4,8	17,4	21,5	30,8	40,8	39	44,1	56,4	11,8
Республика Карелия	8,3	25,6	29	29,2	39,3	37,5	62,5	56,4	6,8
Калининградская обл.	4,6	16,1	22,2	29,5	39,7	44,9	44,2	51,3	11,2
Вологодская обл.	7,4	21,4	26,6	34,8	41,7	32,9	34,6	48,7	6,6
Ленинградская обл.	6	20,3	32,1	29,7	38,8	38,2	40,2	46,2	7,7
Новгородская обл.	4,7	16,7	18,3	22,7	33,7	36,6	42,1	44,6	9,5
Псковская обл.	4,1	12,6	15,6	20,4	26	28,5	74,1	42,4	10,3
<i>СЗФО в целом</i>	5,5	21	26,7	33,8	43,7	50,8	56,4	63,9	11,6
<i>РФ (справочно)</i>	7,3	21	26,7	34,1	43,7	41,8	46,4	53,6	7,3

Источник: Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>.

Кризис, повлиявший прежде всего на деятельность промышленных предприятий, отразился и на основном источнике бюджета области – налоге на прибыль. В результате объем поступлений от него сократился более чем на 20%, а область опустилась с 4-го места среди регионов СЗФО в 2008 г. на 7-е в 2011 г., теряя при этом казалось бы устойчивое конкурентное преимущество, наблюдавшееся в период 2000–2008 гг. Однако таким регионам, как Республика Коми, Архангельская область, Калининградская область, Мурманская область и г. Санкт-Петербург, удалось удержать конкурентное преимущество, а в некоторых случаях даже усилить его.

О конкурентоспособности Вологодской области свидетельствует её внешнеторговая деятельность. В 2011 г. область занимала 6-е место по объему внешнеторгового оборота на душу населения среди регионов СЗФО, значительно уступая г. Санкт-Петербургу, Ленинградской, Калининградской областям. Данный показатель в Вологодской области в 2011 г. по сравнению с 2000 г. увеличился в 3,5 раза и составил 4,2 тыс. долл. (табл. 2.8). Следует отметить, что в результате влияния кризиса в 2009 г. произошло значительное сокращение этого показателя – на 34% в расчете на душу населения, что также обусловило некоторое снижение конкурентных позиций области среди регионов СЗФО.

Таблица 2.8. **Внешнеторговый оборот на душу населения, тыс. долл. США**

Территория	2000 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2011 г. к 2000 г., раз
г. Санкт-Петербург	1,0	3,2	5,8	8,2	8,3	6,8	7,4	10,9	10,9
Ленинградская обл.	1,5	5,6	7,0	9,0	10,0	6,6	8,4	13,4	8,9
Калининградская обл.	8,4	4,9	6,8	9,0	8,2	6,2	9,1	12,3	1,5
Архангельская обл.	0,6	0,9	1,5	1,3	1,6	3,4	4,7	4,3	7,2
Мурманская обл.	0,7	1,6	2,5	2,9	2,3	2,4	2,5	4,2	6,0
Вологодская обл.	1,2	2,7	2,2	2,8	3,4	2,3	3,3	4,2	3,5
Республика Карелия	2,7	1,9	2,0	2,2	1,9	1,8	2,6	2,8	1,0
Новгородская обл.	0,4	1,6	1,6	1,9	2,0	1,6	2,3	3,0	7,5
Республика Коми	1,2	0,9	1,0	1,3	1,2	1,2	1,4	3,0	2,5
Псковская обл.	0,2	1,0	1,2	1,2	1,2	1,0	1,7	2,2	11,0
<i>СЗФО в целом</i>	<i>1,6</i>	<i>2,8</i>	<i>4,1</i>	<i>5,4</i>	<i>5,6</i>	<i>4,5</i>	<i>5,6</i>	<i>8,1</i>	<i>5,1</i>
<i>РФ (справочно)</i>	<i>3,7</i>	<i>2,5</i>	<i>3,2</i>	<i>3,8</i>	<i>4,0</i>	<i>3,3</i>	<i>4,4</i>	<i>5,7</i>	<i>1,5</i>

Источник: Регионы Северо-Западного федерального округа. Социально-экономические показатели: стат. сб. / Вологдастат. – Вологда, 2010. – С. 193.

Хотя внешнеторговый оборот на душу населения снизился и в г. Санкт-Петербурге, Ленинградской и Калининградской областях, им удалось удержать конкурентное преимущество. В то же время существенно укрепилась конкурентные позиции Мурманской области, в которой исследуемый показатель возрос в 2000–2011 гг. в 6 раз.

Вместе с тем положительное сальдо внешнеторгового баланса Вологодской области сохраняется. Однако в 2011 г. основу в общем объеме экспорта составляли черные и цветные металлы – 61%, химическая продукция – 31%, древесина и изделия из нее – 5,4%. В структуре импорта, напротив, ведущее место занимала машиностроительная продукция – 69%, черные и цветные металлы – 11,8%, продукция нефтехимического комплекса – 6,1% (табл. 2.9).

В 2011 г. предприятия и организации Вологодской области осуществляли внешнеторговые сделки с 93 странами мира. Наиболее крупными торговыми партнерами являются Индия (11,7% всего товарооборота), Китай (8,3%), Германия (7,9%), Беларусь (7,7%), Иран (5,3%), Украина (3,2%). Сырьевая направленность экспорта обусловлена недостаточной конкурентоспособностью выпускаемых в регионе товаров. Это приводит к упущению возможных доходов, неэффективному использованию конкурентных преимуществ региона, тогда как его предприятия могут выпускать высокотехнологичную продукцию с высокой долей добавленной стоимости и в дальнейшем реализовывать ее за рубежом.

Таблица 2.9. Структура экспорта и импорта товаров Вологодской области, %

Вид товаров	2000 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	Изменение 2011–2000 гг.
Экспорт	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	×
В т.ч.:									
черные и цветные металлы	74,3	75,3	67,5	64,0	56,2	64,3	66,4	61,2	-13,1
химическая продукция	16,6	15,0	19,8	23,9	36,1	26,7	26,3	31,0	14,4
древесина и изделия из нее	6,7	7,0	8,9	8,7	5,4	6,2	4,4	5,4	-1,3
машиностроительная продукция	0,6	0,4	0,6	0,7	0,6	1,4	1,4	0,9	0,3
топл.-энергет. продукция	0,5	1,0	1,2	1,2	0,7	0,4	0,7	0,8	0,3
продтовары и сырье для их производства	0,1	0,1	0,4	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,2
прочие товары	1,2	1,2	1,6	1,3	0,8	0,7	0,5	0,4	-0,8
Импорт	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	×
В т.ч.:									
машиностроительная продукция	41,1	66,6	60,9	65,3	55,6	67,4	52,4	69,0	27,9
черные и цветные металлы	11,0	10	11,7	11,9	13,6	10,1	16,2	11,8	0,8
химическая продукция	13,7	6,5	7,4	6,8	6,1	7,9	8,9	6,1	-7,6
продтовары и сырье для их производства	7,0	3,1	3,4	2,8	2,4	3,1	7,0	4,9	-2,1
топл.-энергет. продукция	0,9	0,5	0,7	0,6	0,6	1,3	1,7	1,0	0,1
древесина и изделия из нее	1,4	0,6	0,9	1,1	1,1	0,9	1,2	1,3	-0,1
прочие товары	24,9	12,7	15	11,5	20,6	9,3	12,6	5,9	-19,0
Источники: Статистический ежегодник Вологодской области: стат. сб. / Вологдастат. – Вологда, 2006. – С. 350; Статистический ежегодник Вологодской области: стат. сб. / Вологдастат. – Вологда, 2010. – С. 397.									

Узкая специализация в совокупности со слабой эффективностью использования факторов конкурентоспособности ослабляет сопротивляемость Вологодской области различным кризисам, снижая тем самым общий уровень ее конкурентоспособности. Зависимость промышленного производства от ОАО «Северсталь» (основного производителя металлопродукции) снижает устойчивость экономики региона, что, безусловно, влияет и на его конкурентоспособность. Так, в результате влияния мирового финансового кризиса произошло снижение цен на металлопродукцию: в 2011 г. цена одной тонны «плоского» проката сократилась в среднем на 8%, «длинного» проката – на 25% по отношению к уровню 2008 г. (табл. 2.10).

Таблица 2.10. **Цены на металлопродукцию на мировом рынке**

Виды металлопродукции	Долларов США за тонну					2011 г., в %			
	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
<i>«Плоский» прокат</i>									
Лист холоднокатаный	650,0	965,6	783,3	815,6	891,7	137,2	92,3	113,8	109,3
Лист горячекатаный	550,0	883,3	683,3	715,6	791,7	143,9	89,6	115,9	110,6
<i>«Длинный» прокат</i>									
Арматурная сталь	521,5	760,2	486,0	562,5	630,0	120,8	82,9	129,6	112,0
Катанка	533,3	1009,8	969,4	712,2	761,5	142,8	75,4	78,6	106,9
Источник: Commodity Price Data (Pink Sheet). The World Bank Group [Электронный ресурс]. – http://data.worldbank.org/data-catalog/commodity-price-data									

Спад цен на внешнем рынке привел к существенному сокращению объема производства в металлургии, вследствие чего значительно снизился уровень промышленного производства в целом.

Таким образом, конкурентоспособность Вологодской области в большой степени зависит от конъюнктуры на внешних рынках. В связи с тем что вывозятся прежде всего сырьевые товары либо продукция низкой степени переработки, происходит сокращение цепочки добавленной стоимости, а это, в свою очередь, тормозит развитие дополнительных конкурентных преимуществ области на товарных рынках.

Заметное влияние на конкурентоспособность региона оказывают межрегиональные отношения, поскольку они открывают новые рынки сбыта, предоставляют возможности для реализации крупных инвестиционных проектов.

Департаментом межрегиональных, внешних связей и выставочно-ярмарочной деятельности Правительства Вологодской области ведется целенаправленная работа по укреплению и расширению связей с другими регионами Российской Федерации.

Всего в настоящее время действуют 42 соглашения о торгово-экономическом, научно-техническом и культурном сотрудничестве Вологодской области с другими субъектами Российской Федерации (Астраханская, Брянская, Кировская и другие области) и три программы совместных мероприятий по реализации соглашений. Кроме того, Вологодская область ведет активное сотрудничество с регионами Северо-Западного федерального округа в таких сферах, как торгово-экономическая, научно-техническая, культурно-образовательная, лесной комплекс, дорожное строительство и транспорт, сельское хозяйство, здравоохранение, физическая культура, спорт и др.

Высокое качество жизни населения также является конкурентным преимуществом регионов. Рост качества жизни ведет к повышению их конкурентоспособности.

В Вологодской области за период с 2000 по 2011 г. среднедушевые доходы населения выросли в 7,7 раза и составили всего 15,6 тыс. руб. в месяц, что значительно ниже уровня по СЗФО и стране в целом (21,1 и 20,7 тыс. руб.; табл. 2.11). Характерные для региона размеры среднедушевых денежных доходов населения снижают платежеспособный спрос, без которого невозможно увеличение производства товаров и услуг.

Таблица 2.11. **Среднедушевые денежные доходы населения в месяц**, тыс. руб.

Территория	2000 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2011 г. к 2000 г., раз
г. Санкт-Петербург	2,56	12,26	13,69	16,21	16,95	21,55	24,82	26,00	10,2
Мурманская область	3,55	10,62	13,02	15,86	19,62	22,33	24,05	25,30	7,1
Республика Коми	3,14	11,45	13,78	16,76	19,33	20,09	22,26	23,90	7,6
Архангельская область	2,14	7,90	9,63	11,70	15,00	17,52	19,61	21,46	10,0
Республика Карелия	2,31	7,28	9,13	10,55	12,83	14,29	16,05	17,54	7,6
Новгородская область	1,81	5,48	7,21	8,61	11,65	13,39	15,60	16,98	9,4
Калининградская область	1,84	6,48	8,92	11,43	12,92	14,77	16,04	16,88	9,2
Ленинградская область	1,36	5,69	8,06	10,20	11,57	12,54	14,80	15,93	11,8
Вологодская область	2,02	6,35	8,68	10,52	12,23	12,24	14,12	15,64	7,7
Псковская область	1,38	4,93	6,42	7,92	10,34	11,44	12,80	14,19	10,3
<i>СЗФО в целом</i>	2,27	9,05	10,97	13,28	15,09	17,03	19,84	21,16	9,3
<i>РФ (справочно)</i>	2,28	8,11	10,20	12,60	14,94	16,89	18,95	20,76	9,1

Источник: Регионы Северо-Западного федерального округа. Социально-экономические показатели: стат. сб. / Вологдастат. – Вологда, 2010. – С. 57.

Конкурентные позиции Вологодской области по уровню доходов остаются достаточно низкими по сравнению с регионами, обладающими этим конкурентным преимуществом, такими как г. Санкт-Петербург, Мурманская область, Республика Коми, Архангельская область, Республика Карелия.

Невысокий уровень среднедушевых доходов в Вологодской области подтверждается его соотношением с величиной прожиточного минимума. В 2011 г. среднедушевые денежные доходы в регионе превосходили размер прожиточного минимума в 2,4 раза, тогда как в России это соотношение достигло 3,3 раза (табл. 2.12).

Таблица 2.12. **Соотношение среднедушевых денежных доходов и величины прожиточного минимума, раз**

Территория	2000 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	Изменение 2011–2000 гг.
г. Санкт-Петербург	1,2	3,5	3,4	3,4	3,5	4,1	4,3	4,2	3,0
Республика Коми	1,5	2,4	2,5	2,6	2,9	2,9	2,9	2,9	1,4
Мурманская обл.	1,5	1,9	2,1	2,1	2,6	2,8	2,9	2,9	1,4
Калининградская обл.	1,2	1,7	1,8	1,8	2,4	2,7	2,8	2,9	1,7
Архангельская обл.	1,0	1,7	2,1	2,2	2,4	2,8	2,8	2,8	1,8
Новгородская обл.	1,1	1,9	1,9	2,0	2,5	2,7	2,7	2,8	1,7
Ленинградская обл.	0,8	1,7	2,1	2,4	2,5	2,5	2,8	2,8	2,0
Псковская область	1,3	1,8	2,1	2,1	2,4	2,3	2,3	2,5	1,2
Вологодская обл.	1,2	1,9	1,9	1,8	2,1	2,3	2,4	2,4	1,2
Республика Карелия	1,0	1,6	1,7	1,8	2,3	2,4	2,4	2,3	1,3
<i>РФ (справочно)</i>	<i>1,4</i>	<i>2,3</i>	<i>2,5</i>	<i>3,1</i>	<i>3,3</i>	<i>3,3</i>	<i>3,3</i>	<i>3,3</i>	<i>1,9</i>

Источник: Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>.

Доля населения с доходами ниже величины прожиточного минимума в Вологодской области по сравнению с общероссийскими значениями достаточно высока. В 2011 г. 17% жителей региона имели доходы, которых не хватало даже на покупку минимального набора товаров. Но, как следует отметить, доля населения области с денежными доходами меньше величины прожиточного минимума снизилась за исследуемый период на 8,4 процентного пункта (табл. 2.13).

Таблица 2.13. **Доля населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума, % от общей численности**

Территория	2000 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	Изменение 2011–2000 гг.
Вологодская область	25,5	18,3	16,5	14,8	15,7	18,2	16,8	17,1	-8,4
Псковская область	44,8	19,2	18,3	16,9	15,9	16,2	15,6	16,7	-28,1
Республика Коми	26,3	14,9	14,6	13,8	15,1	16,5	15,6	16,4	-9,9
Республика Карелия	22,3	15,9	14,6	16,0	15,6	15,8	14,9	15,7	-6,6
Новгородская область	34,2	23,8	19,9	20,3	17,8	16,5	14,9	15,0	-19,2
Архангельская область	33,5	17,5	17,2	15,9	14,4	13,6	14,0	14,4	-19,1
Мурманская область	24,9	19,1	17,4	14,6	13,8	13,5	13,2	13,6	-11,3
Ленинградская область	50,9	21,1	14,9	13,2	13,5	14,1	12,6	13,0	-37,9
Калининградская область	37,7	19,9	14,2	12,4	13,6	13,1	12,4	12,7	-25,0
г. Санкт-Петербург	27,3	10,3	10,1	9,6	11,5	9,4	8,6	9,1	-18,2
<i>РФ (справочно)</i>	<i>29,0</i>	<i>17,8</i>	<i>15,2</i>	<i>13,3</i>	<i>13,4</i>	<i>13,0</i>	<i>12,5</i>	<i>12,7</i>	<i>-16,3</i>

Источник: Регионы Северо-Западного федерального округа. Социально-экономические показатели: стат. сб. / Вологдастат. – Вологда, 2010. – С. 63.

Значительное влияние на конкурентоспособность региона оказывают показатели занятости и безработицы. Безработный человек, не имеющий источника доходов, может рассчитывать лишь на помощь от государства в виде пособия, величина которого в области с учетом 15% северного коэффициента составляет от 850 до 4900 руб.

Уровень безработицы в Вологодской области в 2008 г. был одним из самых низких по СЗФО. Вследствие мирового финансового кризиса в 2009 г. произошло значительное увеличение данного показателя в регионе – до 7,8% (в среднем по РФ – 8,3%; табл. 2.14).

Таблица 2.14. **Уровень безработицы, %**

Территория	2000 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	Изменение 2011–2000 гг.
Мурманская область	13,4	8,7	6,7	6,3	6,6	7,5	8,6	8,6	-5,7
Калининградская область	15,6	6,5	4,4	3,4	8,6	10,9	10,3	9,1	-8,2
Республика Карелия	11,3	8,8	3,3	5,9	8,2	9,6	9,3	8,4	-4,3
Псковская область	11,7	6,3	7,2	4,8	6,5	11,0	9,5	9,3	-5,1
Республика Коми	12,0	11,1	12,1	10,2	7,1	11,4	10,1	8,2	-5,6
Вологодская область	8,3	5,2	5,4	4,0	5,6	7,8	7,8	7,3	-2,5
Архангельская область	12,4	5,5	5,8	5,4	6,8	7,2	6,9	5,9	-7,0
Новгородская область	7,6	5,8	5,5	5,3	4,9	6,1	5,6	4,9	-3,5
Ленинградская область	9,6	7,2	5,8	3,9	6,0	6,9	5,2	4,3	-6,4
г. Санкт-Петербург	6,2	2,2	2,4	2,1	2,0	4,1	2,6	2,0	-5,1
<i>СЗФО в целом</i>	<i>9,6</i>	<i>5,4</i>	<i>4,9</i>	<i>4,1</i>	<i>5,0</i>	<i>6,9</i>	<i>5,9</i>	<i>5,1</i>	<i>-5,6</i>
<i>РФ (справочно)</i>	<i>10,6</i>	<i>7,1</i>	<i>7,1</i>	<i>6,0</i>	<i>6,2</i>	<i>8,3</i>	<i>7,3</i>	<i>6,5</i>	<i>-5,1</i>

Источник: Регионы Северо-Западного федерального округа. Социально-экономические показатели: стат. сб. / Вологдастат. – Вологда, 2010. – С. 51.

Уровень и качество жизни в регионе характеризуются также состоянием развития здравоохранения, эффективность работы которого отражается таким показателем, как заболеваемость. Вологодская область по уровню заболеваемости находится на 5-м месте в округе, причем на каждую тысячу чел. населения за год приходится более 800 чел. заболевших, тогда как в Ленинградской области – лишь 553 чел. (1 место). По сравнению с 2000 г. существенное снижение заболеваемости в Вологодской области отмечалось в 2005 г. (табл. 2.15). В 2011 г. было зарегистрировано 882 случая различных заболеваний в расчете на 1 тыс. населения. В целом же уровень заболеваемости в регионе еще достаточно высок.

Таблица 2.15. **Заболеваемость на 1 тыс. населения, чел.**

Территория	2000 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2011 г. к 2000 г., %
Республика Карелия	1002,2	1027,1	1046,7	1027,7	1055,2	1108,3	1078,8	1100,9	109,8
Архангельская область	915,3	926,6	994,1	978,7	977,7	1036,2	1048,5	1061,1	115,9
Республика Коми	1092,3	960,4	966,3	989,1	986,4	1023,1	1035,2	1047,2	95,9
Новгородская область	796,8	834,6	894,7	856,5	870,3	906,1	881,7	897,1	112,6
Вологодская область	850,0	803,1	865,4	838,1	857,0	890,6	886,3	882,4	103,8
г. Санкт-Петербург	694,2	724,9	775,4	793,2	839,6	873,0	857,1	878,8	126,6
Мурманская область	870,1	799,3	844,2	852,4	853,1	894,3	891,9	851,2	97,8
Калининградская область	598,8	702,7	750,0	737,4	759,6	820,7	799,9	811,8	135,6
Псковская область	617,2	595,6	614,6	626,0	666,4	810,3	677,2	676,0	109,5
Ленинградская область	543,1	518,7	526,5	507,0	537,1	560,3	548,5	553,4	101,9
<i>СЗФО в целом</i>	<i>763,0</i>	<i>758,9</i>	<i>799,6</i>	<i>797,9</i>	<i>824,5</i>	<i>867,8</i>	<i>850,8</i>	<i>860,4</i>	<i>112,8</i>
<i>РФ (справочно)</i>	<i>730,5</i>	<i>743,7</i>	<i>760,9</i>	<i>767,3</i>	<i>767,7</i>	<i>797,5</i>	<i>780,0</i>	<i>796,9</i>	<i>109,1</i>

Источник: Регионы России. Социально-экономические показатели: 2012 стат. сб. / Росстат. – М., 2012. – С. 322.

Анализ факторов конкурентоспособности региона позволяет сделать вывод о динамичности исследуемой категории, причем эта динамика обусловлена внутренними факторами, значительная часть которых может рассматриваться как управляемые параметры. Региональные органы власти должны содействовать укреплению конкурентных преимуществ, которыми обладает территория, путем создания конкурентной среды и развития соответствующей инфраструктуры.

2.2. Оценка конкурентоспособности регионов СЗФО

Сопоставляя существующие методики оценки конкурентоспособности, можно прийти к заключению, что каждая из них имеет определенные преимущества и недостатки. Для комплексной оценки конкурентоспособности региона воспользуемся методикой интегральной оценки В.В. Меркушова и методикой, предложенной Л.И. Ушвицким и В.Н. Парахиной. Первая наиболее полно показывает уровень экономического потенциала и эффективности его использования, вторая – общее экономическое развитие региона, включая уровень жизни населения. Кроме того, эти методики основаны на статистических показателях, что облегчает формирование информационной базы.

В.В. Меркушова при расчете интегральной оценки конкурентоспособности предлагает использовать три группы показателей: экономический потенциал региона (Тпот), региональную эффективность (Тэфф), конкурентные преимущества (Тпреим).

Судя по оценке экономического потенциала регионов СЗФО за период с 2000 по 2011 г., первое место среди них устойчиво занимает Ленинградская область (с результатом 0,876). В данный период экономический потенциал этого региона по сравнению с другими значительно вырос – на 0,036 (табл. 2.16).

Таблица 2.16. **Оценка экономического потенциала регионов Северо-Западного федерального округа в 2000–2011 гг. (Тпот)**

Регион	2000 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	Изменение 2011–2000 гг.
Ленинградская обл.	0,840	0,858	0,908	0,884	0,835	0,839	0,938	0,872	0,876	0,036
Республика Коми	0,570	0,517	0,546	0,552	0,551	0,492	0,607	0,548	0,545	-0,025
Архангельская обл.	0,525	0,483	0,485	0,479	0,567	0,484	0,518	0,506	0,503	-0,022
Вологодская обл.	0,688	0,697	0,697	0,651	0,710	0,632	0,512	0,468	0,499	-0,189
Мурманская обл.	0,442	0,440	0,406	0,396	0,438	0,418	0,446	0,427	0,424	-0,018
Калининградская обл.	0,336	0,370	0,409	0,386	0,433	0,414	0,387	0,391	0,399	0,063
Новгородская обл.	0,262	0,243	0,250	0,257	0,296	0,232	0,327	0,267	0,267	0,005
Псковская обл.	0,276	0,256	0,243	0,239	0,247	0,216	0,234	0,244	0,240	-0,036
Республика Карелия	0,262	0,234	0,245	0,223	0,238	0,212	0,212	0,232	0,228	-0,034

Оценка частных показателей позволила выявить влияние таких факторов, как достаточно высокая численность экономически активного населения (в 2011 г. – 921 тыс. чел. – 1 место в СЗФО), численность работников малых предприятий (120,7 тыс. чел. – 1 место), стоимость основных фондов (1046,0млн. руб. – 2 место), высокие внутренние затраты на исследования и разработки (3644,2 млн. руб. – 1 место), сальдированный финансовый результат (44 065 млн. руб. – 1 место), инвестиции в основной капитал (193 246 млн. руб. – 1 место), объем ВРП (563 572 млн. руб. – 1 место).

Достаточно высокий уровень экономического потенциала имеют также Республика Коми (0,545), Архангельская область (0,503), Вологодская область (0,499). Следует отметить, что активная политика по укреплению экономического потенциала велась в Республике Коми и при этом основными способствующими этому факторами стали: стоимость

основных фондов (1084,9 млн. руб. – 1 место среди регионов СЗФО), высокие внутренние затраты на исследования и разработки (1824,0 млн. руб. – 3 место), сальдированный финансовый результат деятельности организаций (36 436 млн. руб. – 2 место), инвестиции в основной капитал (108 360 млн. руб. – 2 место), объем ВРП (433 768 млн. руб. – 3 место).

В Архангельской области к высокому результату привело влияние следующих факторов: численность экономически активного населения (678 тыс. чел. – 3 место), стоимость основных фондов (968 107 млн. руб. – 3 место), внутренние затраты на исследования и разработки (1155,5 млн. руб. – 4 место), объем инвестиций в основной капитал (66 002 млн. руб. – 3 место), объем ВРП (440 162 млн. руб. – 2 место).

Что касается Вологодской области, то, несмотря на достаточно высокий уровень ее экономического потенциала (в 2011 г. – 0,499), говорить об эффективности экономической политики, проводимой региональными органами власти, не приходится. Лидирующее положение среди регионов СЗФО по уровню экономического потенциала область занимала лишь до 2008 г. В 2008–2011 гг. произошло значительное снижение основных показателей её экономической деятельности, что, в свою очередь, не могло не отразиться на экономическом потенциале: в целом за 2000–2011 гг. он снизился на 0,189, а в 2009 г. по сравнению с 2007 г. – на 0,198. Основными факторами резкого падения экономического потенциала области стали: снижение среднесписочной численности работников малых предприятий (66,9 тыс. чел. – 4 место в СЗФО), низкие внутренние затраты на исследования и разработки (298,8 млн. руб. – 8 место), сокращение сальдированного финансового результата деятельности организаций (10 624 млн. руб. – 6 место), объема ВРП (316 953 млн. руб. – 4 место).

Низкий уровень экономического потенциала, зафиксированный и в Мурманской области (0,424), явился следствием влияния таких факторов, как сокращение численности работников малых предприятий (38,3 тыс. чел. – 9 место в СЗФО), низкая доля посевных площадей в хозяйствах всех категорий (7,2 тыс. га – 9 место), низкие объем инвестиций в основной капитал (41 312 млн. руб. – 6 место) и объем ВРП (260 264 млн. руб. – 5 место). Потенциал Калининградской области (0,399) снизился вследствие воздействия следующих факторов: стоимость основных фондов (346 298 млн. руб. – 7 место), сальдированный финансовый результат деятельности организаций (3074 млн. руб. – 7 место), объем ВРП (230 254 млн. руб. – 6 место).

Для Новгородской, Псковской областей и Республики Карелия характерны общие факторы снижения экономического потенциала, к которым относятся низкие показатели численности экономически активного населения и среднесписочной численности работников малых предприятий, стоимости основных фондов, объема ВРП, инвестиций в основной капитал.

Оценка региональной эффективности свидетельствует о том, что лидирующие позиции в СЗФО занимают Республика Коми и Мурманская область (0,740 и 0,710 соответственно) (табл. 2.17).

Таблица 2.17. **Оценка эффективности регионов Северо-Западного федерального округа в 2000–2011 гг. (Тэфф)**

Регион	2000 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	Изменение 2011– 2000 гг.
Республика Коми	0,773	0,742	0,789	0,621	0,704	0,661	0,628	0,703	0,740	-0,033
Мурманская обл.	0,863	0,860	0,740	0,628	0,715	0,724	0,576	0,729	0,710	-0,153
Ленинградская обл.	0,630	0,584	0,653	0,558	0,653	0,675	0,516	0,610	0,607	-0,023
Новгородская обл.	0,528	0,523	0,598	0,603	0,703	0,559	0,561	0,582	0,590	0,062
Вологодская обл.	0,912	0,886	0,796	0,808	0,753	0,904	0,512	0,568	0,589	-0,323
Калининградская обл.	0,613	0,593	0,590	0,501	0,735	0,592	0,456	0,583	0,579	-0,034
Республика Карелия	0,601	0,462	0,671	0,487	0,560	0,561	0,376	0,531	0,521	-0,080
Архангельская обл.	0,689	0,641	0,637	0,409	0,486	0,476	0,450	0,541	0,520	-0,169
Псковская обл.	0,350	0,358	0,363	0,331	0,376	0,369	0,278	0,346	0,346	-0,004

К факторам, способствующим удержанию региональной эффективности этих двух регионов, относятся: производство ВРП на одного занятого в экономике региона; производство ВДС, созданной в промышленности на одного занятого в промышленности; уровень рентабельности продукции, реализованной организациями промышленности.

При этом, как можно отметить, за исследуемый период значительно снизилась эффективность большинства регионов СЗФО, за исключением Новгородской области (0,062).

Такое резкое падение региональной эффективности обусловливается влиянием мировых экономических процессов на производственный сектор, снижением его финансовых результатов.

В экономике Вологодской области, занимавшей на протяжении 2000–2008 гг. достаточно устойчивые позиции по уровню экономического развития среди других регионов СЗФО, уже в 2009 г. произошел значительный спад, который в большей степени отразился на про-

мышленном производстве. Сократилось производство валовой добавленной стоимости, создаваемой в промышленности; производство ВРП на 1 руб. стоимости основных фондов региона в 2009 г. составило 0,15 руб. (для сравнения: в 2008 г. – 0,26 руб.); уровень рентабельности реализованной в 2009 г. продукции снизился до 4,5% (для сравнения: в 2008 г. – 22,9%).

Самое высокое значение оценки конкурентных преимуществ в регионах СЗФО было зафиксировано в 2011 г. в Калининградской (0,836) и Ленинградской (0,750) областях (табл. 2.18). Достижению этих показателей способствовала поддержка субъектов малого и среднего бизнеса и создание благоприятных условий для их деятельности органами власти. Удельный вес занятых на малых предприятиях в общей численности занятых в Калининградской области составляет 20,1% (1 место в СЗФО), Ленинградской области – 13,2% (2 место). На предприятиях частной формы собственности занято соответственно 54 и 48% от общей численности занятых. Два этих региона являются также крупнейшими транспортными узлами в СЗФО. Густота железнодорожных путей в Калининградской области достигает 409 км на 10 000 кв. км территории (1 место), автомобильных путей – 438 кв. км территории (1 место). На втором месте Ленинградская область – соответственно 289 км на 10 000 кв. км территории и 127 кв. км территории (4 место). По урожайности зерновых культур в хозяйствах всех категорий Калининградская область занимает 1 место (38,3 ц/га), Ленинградская – 2 место (29,3 ц/га).

Таблица 2.18. **Оценка конкурентных преимуществ регионов Северо-Западного федерального округа в 2000–2011 гг. (Тпреим)**

Регион	2000 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	Изменение 2011–2000 гг.
Калининградская обл.	0,766	0,835	0,852	0,796	0,822	0,867	0,851	0,827	0,836	0,070
Ленинградская обл.	0,772	0,816	0,774	0,753	0,735	0,687	0,732	0,753	0,750	-0,022
Республика Коми	0,581	0,578	0,556	0,594	0,532	0,512	0,595	0,564	0,562	-0,019
Новгородская обл.	0,553	0,572	0,567	0,531	0,523	0,518	0,584	0,550	0,549	-0,004
Вологодская обл.	0,563	0,619	0,579	0,525	0,519	0,478	0,495	0,540	0,536	-0,027
Псковская обл.	0,582	0,562	0,529	0,517	0,498	0,472	0,520	0,526	0,518	-0,064
Республика Карелия	0,514	0,531	0,506	0,515	0,499	0,467	0,507	0,506	0,504	-0,010
Архангельская обл.	0,417	0,461	0,450	0,476	0,515	0,490	0,486	0,471	0,478	0,061
Мурманская обл.	0,399	0,425	0,398	0,361	0,365	0,386	0,409	0,392	0,391	-0,008

Снижение оценки конкурентных преимуществ прослеживается практически во всех регионах СЗФО, за исключением Калининградской и Архангельской областей. Для Вологодской области в период 2000–2004 гг. было характерно некоторое наращивание конкурентных преимуществ, выразившееся в росте стоимости основных фондов на одного занятого в экономике, объема инвестиций в основной капитал на душу населения, урожайности зерновых культур в хозяйствах всех категорий.

С 2004 по 2011 г. в области наблюдается тенденция к снижению конкурентных преимуществ, вызванная влиянием таких факторов, как сокращение числа занятых на малых предприятиях в общей численности занятых региона, снижение уровня годности основных фондов, уменьшение густоты автомобильных путей общего пользования.

По результатам интегральной оценки конкурентоспособности регионов СЗФО лидирующие позиции занимают Ленинградская область и Республика Коми (0,744 и 0,615 соответственно). Высокий уровень конкурентоспособности демонстрирует и Вологодская область, однако его снижение (-0,180) является одним из самых заметных в СЗФО (табл. 2.19). Снижение уровня конкурентоспособности зафиксировано в большинстве регионов СЗФО, за исключением Новгородской области, где рост составил 0,021, и Калининградской области – 0,032.

Таблица 2.19. **Уровень конкурентоспособности регионов Северо-Западного федерального округа в 2000–2011 гг. (Y_{RC})**

Регион	2000 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	Изменение 2011–2000 гг.
Ленинградская обл.	0,747	0,753	0,778	0,732	0,741	0,733	0,729	0,745	0,744	-0,003
Республика Коми	0,641	0,612	0,630	0,589	0,596	0,555	0,610	0,605	0,615	-0,026
Калининградская обл.	0,572	0,599	0,617	0,561	0,663	0,624	0,565	0,600	0,604	0,032
Вологодская обл.	0,721	0,734	0,691	0,661	0,661	0,671	0,506	0,525	0,541	-0,180
Мурманская обл.	0,568	0,575	0,515	0,462	0,506	0,509	0,477	0,516	0,509	-0,059
Архангельская обл.	0,544	0,528	0,524	0,455	0,523	0,483	0,485	0,506	0,501	-0,043
Новгородская обл.	0,448	0,446	0,472	0,464	0,507	0,436	0,491	0,466	0,469	0,021
Республика Карелия	0,459	0,409	0,474	0,408	0,432	0,413	0,365	0,423	0,418	-0,041
Псковская обл.	0,403	0,392	0,379	0,362	0,374	0,352	0,344	0,372	0,368	-0,035

Группировка регионов по уровню конкурентоспособности показала следующие результаты:

1. Ни один из регионов не получил высокой оценки уровня конкурентоспособности.

2. Достаточно высоким уровнем конкурентоспособности обладают Ленинградская (0,744) и Калининградская области (0,604), Республика Коми (0,615), имеющие высокие оценки экономического потенциала, региональной эффективности, конкурентных преимуществ.

3. Средний уровень конкурентоспособности имеют: Вологодская (0,541), Новгородская (0,469), Архангельская (0,501), Мурманская (0,509) области и Республика Карелия (0,418). При этом оценки их экономического потенциала, региональной эффективности, конкурентных преимуществ достаточно разнятся (одни факторы, как правило, «вытягивают» другие).

4. Псковская область (0,368) может быть признана регионом с низким уровнем конкурентоспособности, что позволяет сделать вывод о недостаточно эффективной региональной экономической политике.

Оценка конкурентоспособности регионов по методике Л.И. Ушвицкого и В.Н. Парахиной представляет собой расчет интегрального уровня конкурентоспособности регионов СЗФО на основе трех частных коэффициентов: $K_{ин}$ – коэффициент инвестиционной привлекательности и активности региона; $K_{ур}$ – коэффициент уровня жизни населения; $K_{эр}$ – коэффициент наличия и эффективности использования ресурсов региона.

Судя по данным расчета коэффициента инвестиционной привлекательности регионов СЗФО (табл. 2.20), лидирующие позиции занимает Ленинградская область (0,897). Это свидетельствует об активности региональных органов власти в решении вопросов, связанных с созданием инвестиционного климата. Рост коэффициента инвестиционной привлекательности и активности в Ленинградской области обеспечен динамичным процессом инвестирования в основной капитал (1 место в округе), ростом инвестиций на 1 руб. ВРП (0,45 руб. – 1 место), инвестиций на душу населения (118 502 тыс. руб./чел. – 1 место). Такая тенденция характерна также для Республики Коми и Новгородской области.

Таблица 2.20. Коэффициент инвестиционной привлекательности и активности регионов Северо-Западного федерального округа в 2000–2011 гг. ($K_{ин}$)

Регион	2000 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	Изменение 2011–2000 гг.
Ленинградская обл.	0,812	0,871	0,910	0,947	0,798	0,902	0,965	0,886	0,897	0,085
Республика Коми	0,933	0,626	0,797	0,791	0,584	0,673	0,807	0,869	0,858	-0,075
Новгородская обл.	0,423	0,293	0,450	0,401	0,400	0,451	0,563	0,596	0,631	0,208
Калининградская обл.	0,438	0,570	0,661	0,480	0,546	0,646	0,478	0,546	0,561	0,123
Вологодская обл.	0,430	0,766	0,840	0,587	0,635	0,527	0,437	0,465	0,479	0,049
Мурманская обл.	0,463	0,337	0,423	0,369	0,342	0,468	0,402	0,401	0,392	-0,071
Архангельская обл.	0,597	0,530	0,710	0,851	0,923	0,777	0,395	0,683	0,696	0,099
Республика Карелия	0,564	0,429	0,408	0,340	0,325	0,358	0,262	0,384	0,358	-0,206
Псковская обл.	0,288	0,232	0,215	0,214	0,282	0,263	0,222	0,245	0,239	-0,049

Республика Коми (0,858), в которой по сравнению с другими регионами СЗФО более заметно снижение указанного коэффициента (-0,075), находится на втором месте. Высокий коэффициент инвестиционной привлекательности и активности в 2011 г. имела Новгородская область (0,631) – 3 место в округе, она показала и высокий темп роста коэффициента (0,208) за исследуемый период.

Можно отметить, что в Вологодской области этот коэффициент до 2005 года был одним из наиболее высоких в округе – 0,840, в 2011 г. – 0,479. Область с 2007 г. теряет инвестиционную привлекательность: 0,635 против 0,479 в 2009 г., как уже отмечалось выше. Что касается остальных регионов, то здесь прослеживается аналогичная ситуация. В такой ситуации возрастает необходимость формирования целенаправленной политики региональных органов власти по обеспечению инвестиционной привлекательности и активности, позиционированию своей территории как площадки для реализации инвестиционных проектов.

Динамика коэффициента уровня жизни населения регионов СЗФО показывает, что первое место по этому параметру в 2011 г. занимала Мурманская область (0,867) (табл. 2.21). К факторам, обеспечивающим высокий уровень жизни населения области, относятся: среднемесячная начисленная заработная плата работников организаций (26 591 тыс. рублей – 1 место в округе), величина прожиточного минимума (7579 рублей – 1 место), объем платных услуг на душу населения (46 689 руб. – 1 место), среднедушевые денежные доходы населения (21 153 руб. – 1 место).

Высокие темпы роста наблюдаются в Республике Коми (0,808 – 2 место). Их достижению способствовали: величина прожиточного минимума (6210 руб. – 3 место в СЗФО), объем платных услуг на душу населения (34 995 руб. – 2 место), доля населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума (14,0% – 2 место).

Таблица 2.21. **Коэффициент уровня жизни населения регионов Северо-Западного федерального округа в 2000–2011 гг. ($K_{ур}$)**

Регион	2000 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	Изменение 2011–2000 гг.
Мурманская обл.	0,885	0,822	0,859	0,857	0,854	0,913	0,893	0,869	0,867	-0,018
Республика Коми	0,821	0,815	0,809	0,769	0,781	0,851	0,819	0,809	0,808	-0,013
Архангельская обл.	0,690	0,738	0,770	0,739	0,773	0,816	0,839	0,766	0,777	0,087
Вологодская обл.	0,747	0,765	0,747	0,712	0,760	0,759	0,716	0,744	0,743	-0,004
Республика Карелия	0,758	0,721	0,684	0,740	0,680	0,709	0,716	0,715	0,709	-0,049
Калининградская обл.	0,618	0,661	0,660	0,708	0,768	0,718	0,721	0,693	0,704	0,086
Ленинградская обл.	0,602	0,646	0,654	0,654	0,714	0,713	0,724	0,672	0,682	0,080
Новгородская обл.	0,673	0,634	0,641	0,649	0,650	0,732	0,737	0,674	0,674	0,001
Псковская обл.	0,583	0,658	0,610	0,583	0,624	0,658	0,633	0,621	0,627	0,044

Повышение данного коэффициента отмечается и в других регионах округа. Это можно объяснить общей тенденцией роста начисленной заработной платы работников организаций, увеличения прожиточного минимума, повышения объема платных услуг на душу населения, снижения числа зарегистрированных преступлений на 10 000 чел. населения.

Самый низкий коэффициент уровня жизни отмечен в Псковской и Новгородской областях (0,627 и 0,674 соответственно). В Вологодской области в 2011 г. наблюдалось незначительное снижение среднедушевых денежных доходов. Возросла и численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума – с 16,0% в 2008 г. до 17,2% в 2009 г.

Самое высокое значение коэффициента эффективности использования ресурсов было зафиксировано в 2011 г. в Ленинградской области (0,745) (табл. 2.22). Такое положение области обеспечено достаточно высоким объемом ВРП на душу населения (326,4 тыс. руб. – 2 место в СЗФО), низким удельным весом убыточных организаций (34,0% – 2 место), значительным объемом экспорта продукции в дальнее и ближнее зарубежье на душу населения (4388,5 тыс. долл.).

Таблица 2.22. Коэффициент наличия и эффективности использования ресурсов в регионах Северо-Западного федерального округа в 2000–2011 гг. ($K_{эп}$)

Регион	2000 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	Изменение 2011–2000 гг.
Ленинградская обл.	0,542	0,610	0,623	0,738	0,666	0,691	0,745	0,769	0,745	0,203
Калининградская обл.	0,581	0,590	0,581	0,641	0,655	0,538	0,585	0,596	0,598	0,017
Новгородская обл.	0,531	0,560	0,565	0,567	0,520	0,579	0,570	0,556	0,560	0,029
Мурманская обл.	0,472	0,496	0,448	0,502	0,461	0,436	0,458	0,468	0,467	-0,005
Республика Карелия	0,488	0,462	0,480	0,468	0,439	0,405	0,418	0,451	0,446	-0,042
Псковская обл.	0,395	0,500	0,504	0,485	0,452	0,381	0,350	0,438	0,444	0,049
Вологодская обл.	0,605	0,614	0,574	0,571	0,550	0,575	0,488	0,442	0,424	-0,181
Республика Коми	0,440	0,416	0,402	0,445	0,399	0,394	0,412	0,415	0,412	-0,028
Архангельская обл.	0,314	0,349	0,337	0,418	0,402	0,381	0,497	0,385	0,396	0,082

Весьма устойчивые позиции по коэффициенту наличия и эффективности использования ресурсов в 2011 г. занимают Ленинградская, Калининградская и Новгородская области. Этому способствуют рост таких показателей, как объем ВРП на душу населения, оборот розничной торговли на душу населения, густота автомобильных путей общего пользования.

Менее эффективно используют ресурсы Вологодская, Псковская Архангельская области, республики Карелия и Коми, бесспорно, имеющие определенные конкурентные преимущества. Рассматриваемые территории нуждаются в более эффективной региональной политике, направленной на повышение уровня их конкурентоспособности.

Отметим, что наибольшее снижение коэффициента зафиксировано в Вологодской области. За 2008–2011 гг. его величина сократилась на 0,151, причем существенное снижение (на 0,087) отмечено в 2009 г. по сравнению с 2008 г.

Представленные выше коэффициенты ($K_{ин}$, $K_{ур}$, $K_{эп}$) дают возможность определить интегральный сводный коэффициент ($K_{сн}$) уровня конкурентоспособности регионов СЗФО (табл. 2.23).

Высокий уровень конкурентоспособности в 2011 г. демонстрируют Ленинградская область (0,830), Республика Коми (0,692), Калининградская область (0,637). Это обусловлено прежде всего ростом коэффициента их инвестиционной привлекательности и активности. Высоким здесь является также коэффициент наличия и эффективности использования ресурсов.

Таблица 2.23. **Интегральный (сводный) коэффициент уровня конкурентоспособности регионов Северо-Западного федерального округа в 2000–2011 гг. ($K_{сн}$)**

Регион	2000 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	Изменение 2011–2000 гг.
Ленинградская обл.	0,642	0,700	0,719	0,770	0,724	0,763	0,805	0,831	0,830	0,188
Республика Коми	0,696	0,596	0,638	0,647	0,567	0,609	0,648	0,698	0,692	-0,004
Калининградская обл.	0,540	0,606	0,633	0,602	0,650	0,630	0,587	0,612	0,637	0,097
Новгородская обл.	0,533	0,470	0,546	0,529	0,513	0,576	0,618	0,609	0,621	0,088
Архангельская обл.	0,506	0,515	0,569	0,640	0,660	0,623	0,548	0,573	0,584	0,078
Мурманская обл.	0,578	0,516	0,546	0,541	0,512	0,571	0,548	0,579	0,575	-0,003
Вологодская обл.	0,579	0,711	0,711	0,620	0,643	0,613	0,535	0,550	0,548	-0,031
Республика Карелия	0,593	0,523	0,512	0,490	0,459	0,468	0,428	0,517	0,505	-0,088
Псковская обл.	0,405	0,424	0,404	0,393	0,430	0,404	0,366	0,435	0,437	0,032

Что касается других регионов, то в них прослеживаются снижение уровня рассматриваемого показателя и явная необходимость корректировки региональной экономической политики с целью обеспечения инвестиционной привлекательности, повышения уровня жизни населения, эффективности использования ресурсов.

Как выяснено, результаты оценки конкурентоспособности регионов СЗФО по двум представленным методикам оказались несколько сходны, однако они занимают разные позиции (рис. 2.3). К примеру, расчеты в первом случае показывают, что Вологодская область в 2011 г. занимала 4 место в СЗФО, интегральный коэффициент уровня ее конкурентоспособности равен 0,541. Судя по результатам второй методики, область находится на 7 месте с уровнем 0,548. Аналогичная ситуация складывается в Новгородской области: в соответствии с первой методикой ей принадлежит 7 место (0,469), а согласно второй – 4-е (0,621).

Исследование подходов к оценке и ее методического инструментария позволяет отметить особенность этих методик. Во-первых, они в большей степени направлены на оценку экономического потенциала регионов, что отчетливо видно по слагаемым интегрального коэффициента. Во-вторых, по нашему мнению, концепция оценки и ее инструментарий применительно к региону являются несколько ограниченными. Объясняется это изменением вектора социально-экономической политики регионов, необходимостью корректировки управленческих решений органами власти и управления, влиянием мирового финансового кризиса на экономическое и социальное развитие региона.

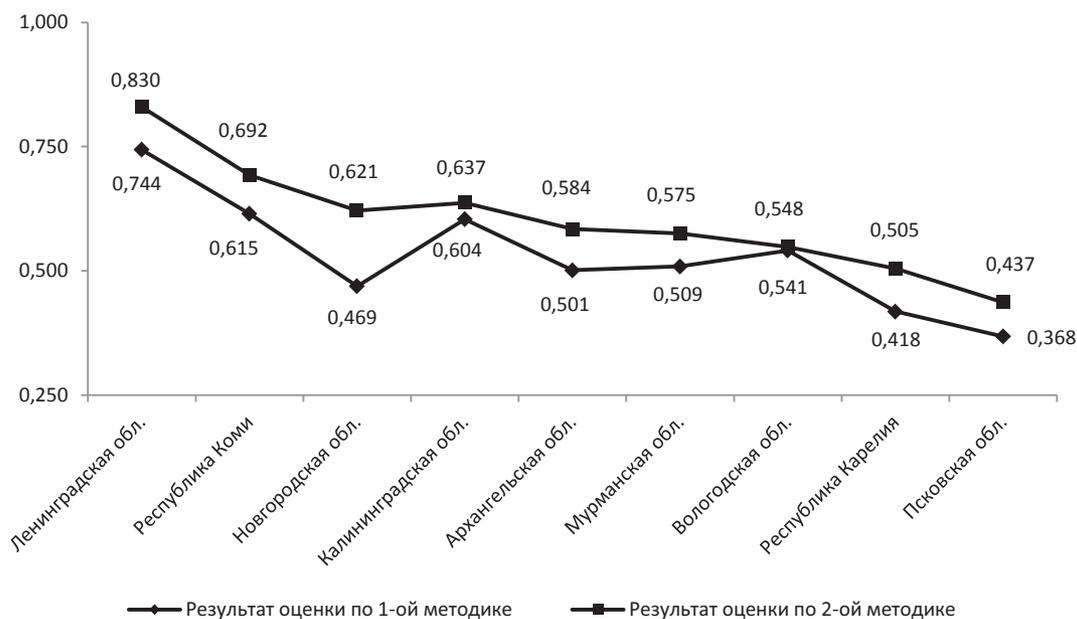


Рис. 2.3. **Сопоставление результатов оценки конкурентоспособности регионов СЗФО в 2011 г. по двум методикам**

Переориентация на рыночные условия хозяйствования, в которых регион предстаёт как «продавец» товаров, а основными потребителями выступают целевые группы, требует совершенствования методического инструментария оценки конкурентоспособности регионов, применения более эффективных схем и механизмов ее повышения.

2.3. Проблемы управления конкурентоспособностью региона

Управление конкурентоспособностью представляет собой совокупность концептуального обоснования изучаемого явления и инструментария управления им.

Характеристика государственного управления конкурентоспособностью региона представлена в таблице 2.24.

Для регулирования процесса повышения конкурентоспособности в Вологодской области применяются различные методы воздействия государственных органов власти.

1. Законодательные методы. На государственных органах власти лежит ответственность за создание законов и правил, регулирующих экономическую деятельность, и контроль за их исполнением. Создание законодательной базы – это установление правил поведения экономических агентов, юридических принципов экономического общения,

Таблица 2.24. Характеристика государственного управления конкурентоспособностью региона

Управление конкурентоспособностью региона	Виды	Сущность
Методы	Экономические	Инвестиционная политика, налоговое, финансово-кредитное, страховое регулирование, разработка региональных программ по повышению конкурентоспособности
	Законодательные	Принудительная демонополизация экономики, разработка и реализация законодательных и нормативных актов, способствующих развитию рыночных отношений, государственной системы стандартизации и технического регулирования
Сфера	Финансовая	Обеспечение финансирования стратегически важных направлений развития региональной экономики, реализация мероприятий, повышающих инвестиционную привлекательность хозяйственных субъектов, поддержка высокотехнологичных секторов экономики, стимулирование приобретения зарубежных наукоемких производств
	Промышленная	Обеспечение государственной поддержки экспорта и защиты интересов предприятий региона на мировых рынках, финансирование или льготное кредитование стратегически важных производств, стимулирование и поддержка технического перевооружения производства, обеспечение поддержки развития малого и среднего бизнеса
	Коммунальная	Финансирование и поддержка инфраструктуры городов и поселков, строительство новых объектов
	Транспортная	Строительство новых дорог, нормативное регулирование транспортного обеспечения
	Научно-технологическая	Финансирование стратегически важных научно-исследовательских проектов, организационная и нормативная поддержка инновационной деятельности, поддержка высокотехнологичных секторов экономики, в том числе приобретения зарубежных высокотехнологичных активов
	Образовательная	Адаптация системы образования к потребностям рынка, а также создание условий для высокой профессиональной мобильности людей на рынке труда
	Социальная	Снижение напряженности в обществе, поддержка спроса на продукцию за счет социальной поддержки малообеспеченных слоев населения
	Контрольно-надзорная	Осуществление эффективной политики технического регулирования, контроля и надзора в сфере производства и реализации безопасной продукции в целях обеспечения безопасности жизни, здоровья и имущества граждан и окружающей среды, таможенное регулирование

Характер воздействия	Ограничивающее	Законодательные и нормативные акты, ограничивающие деятельность в определенных сферах (запрет на осуществление деятельности, оказывающей вредное воздействие на жизнь и здоровье граждан и окружающую среду, антикоррупционная и антимонопольная политика)
	Поддерживающее	Законодательные и нормативные акты, поддерживающие определенную деятельность предприятий и организаций в различных сферах (ограничение проверок в малом и среднем бизнесе)
	Стимулирующее	Мероприятия и нормативные документы, стимулирующие определенную деятельность предприятий и организаций
Способ воздействия	Прямое	Принятие законодательных и нормативных актов, осуществление мероприятий, оказывающих прямое влияние на предприятия и организации (финансирование, контроль и надзор за деятельностью, нормативно-техническое обеспечение – разработка технических регламентов и др.)
	Косвенное	Принятие законодательных и нормативных актов, осуществление мероприятий, оказывающих косвенное воздействие на предприятия и организации (поднятие пошлин на ввозимые в страну иностранные товары, контроль за ценами на энергоносители и др.)

которых обязаны придерживаться в своих действиях все экономические производители, потребители и само государство. На федеральном уровне приняты основные (базовые) законы, регулирующие конкуренцию, а также обеспечивающие гарантии ее существования и развития. Это прежде всего Программа развития конкуренции в РФ №691-р от 19.05.2009 г., Федеральный закон «О защите конкуренции» №135-ФЗ от 26.07.2006 г., Федеральное антимонопольное законодательство (ФАС). Кроме того, необходимо отметить Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24 июля 2007 года №209-ФЗ, Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 года №132-ФЗ, Федеральный закон «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» от 22.07.2005 г. №116-ФЗ и др.

На региональном уровне также существует нормативно-правовая база, регулирующая процессы повышения конкурентоспособности. Прежде всего, отметим законы области «О развитии малого и среднего предпринимательства в Вологодской области» от 5.12.2008 г. №1916-03 и «О государственном регулировании инвестиционной деятельности осуществляемой в форме капитальных вложений на территории Вологодской области» от 03.02.2009 г. №1950-03.

Законодательные методы регулирования процесса повышения конкурентоспособности в Вологодской области направлены в первую очередь на формирование благоприятного инвестиционного, предпринимательского климата, развитие отраслей реального сектора экономики (промышленность, АПК, туризм) и на повышение на этой основе конкурентоспособности региона.

2. Плановые методы регулирования процесса повышения конкурентоспособности региональными органами власти предполагают разработку стратегии социально-экономического развития региона, различных областных целевых программ и проектов, направленных на повышение конкурентоспособности, а также контроль над процессом их реализации.

Основные программные документы, реализуемые в Вологодской области, обобщены в таблице 2.25.

Таблица 2.25. Основные стратегии и программы, направленные на регулирование процесса повышения конкурентоспособности в Вологодской области (составлено автором)

Документы	Наименование документа
Общие	Стратегия социально-экономического развития Вологодской области на период до 2020 г.
	Стратегия инвестиционного развития Вологодской области на период до 2020 г.
	ГП «Развитие агропромышленного комплекса и потребительского рынка Вологодской области на 2013–2020 годы» от 11.03.2013 № 249
	ГП «Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в Вологодской области на 2013–2016 годы» от 01.04.2013 № 339
	Региональный проект «Система менеджмента качества. Руководство по качеству» №09-ДП/883 от 20.09.2007г.
Отраслевые	ДЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Вологодской области на 2013–2018 годы» от 13.09.2012 № 1080
	Стратегия развития лесопромышленного комплекса до 2020 г.
	Стратегия развития агропромышленного комплекса до 2020 г.
	ДЦП «Развитие конкурентоспособной льносодержащей продукции в рамках льняного кластера Вологодской области на 2013–2015 годы» от 11.03.2013 № 248
	ДЦП «Развитие и совершенствование сети автомобильных дорог общего пользования регионального значения Вологодской области на период 2009–2014 годов»

3. Экономические методы регулирования представляют собой совокупность способов воздействия путем создания региональными органами власти экономических условий, побуждающих хозяйствующие субъекты функционировать в региональной экономике, действовать в нужном направлении и добиваться повышения конкурентоспособности. Указанные методы можно разделить на прямые и косвенные (2.26).

Таблица 2.26. **Экономические методы регулирования процесса повышения конкурентоспособности Вологодской области**

Методы	Содержание метода
Прямые	Частичная компенсация процентной ставки по кредитам, полученным в кредитных организациях области на инвестиционные цели
	Возмещение затрат на страхование
	Обеспечение государственным заказом и др.
Косвенные	Предоставление налоговых льгот субъектам инвестиционной деятельности;
	Предоставление на конкурсной основе государственных гарантий по инвестиционным проектам за счет средств областного бюджета
	Предоставление субъектам инвестиционной деятельности объектов недвижимости, находящихся в собственности области, в аренду на льготных условиях.
	Снижение (освобождение от) арендной платы за нежилые помещения государственной собственности Вологодской области
	Финансирование подготовки и повышения квалификации кадров и др.

По сути данные методы свидетельствуют о том, что деятельность органов власти Вологодской области направлена на создание благоприятного инвестиционного климата, на поддержку развития малого предпринимательства, что однозначно способствует повышению конкурентоспособности региональной экономики.

4. Организационные методы регулирования процесса повышения конкурентоспособности представляют собой формирование отлаженного организационного обеспечения, включающего создание необходимых организационных структур, обеспечивающих действия по инициации, развитию и контролю за достижением поставленных целей политики, направленной на повышение конкурентоспособности региона. Согласно данным таблицы 2.27, в Вологодской области деятельность, способствующую повышению конкурентоспособности, осуществляет достаточно большое количество различных организаций, ассоциаций и союзов, приоритетными направлениями их деятельности являются: поддержка предпринимательства и ведущих отраслей промышленности области, развитие ее туристской сферы, а также поддержка инновационной и инвестиционной деятельности.

Поддержка заключается в создании соответствующих условий, в предоставлении различного рода консультаций (информационная поддержка), проведении деловых встреч, выделении целевых средств из бюджетов различных уровней (финансовая поддержка) для реализации приведенных выше направлений.

Вместе с тем необходимо заметить, что деятельность данных организаций происходит только лишь в рамках их компетенции. Особо важным

Таблица 2.27. **Организационные методы регулирования процесса повышения конкурентоспособности Вологодской области***

Направление	Организации, государственные структуры
Поддержка инвестиционной деятельности	Департамент экономики Правительства области
	Экспертный совет по инвестиционной деятельности Вологодской области
	Центр венчурных инвестиций «Вологодчина»
	Корпорация развития Вологодской области
Поддержка инновационной деятельности	Инновационно-технологический центр ВоГТУ
	Центр венчурных инвестиций «Вологодчина»
	Областная общественная организация ВОИР
Бизнес-инкубатор	
Содействие развитию кластеров	Департамент экономики Правительства области
Поддержка малого предпринимательства	Департамент экономики Правительства области
	Клуб деловых людей г. Вологды
	Вологодская торгово-промышленная палата
	Бизнес-инкубатор
Поддержка промышленности	Департамент экономики Правительства области
	Ассоциация «Машиностроительные предприятия Вологодской области».
	Союз промышленников и предпринимателей Вологодской области
	Вологодская торгово-промышленная палата
	Стратегическое партнерство «Северо-Запад»
Поддержка ЛПК	«Союз лесопромышленников и лесозэкспортёров Вологодской области»
	Департамент лесного комплекса области
Поддержка туризма	Департамент международных, межрегиональных связей и туризма Вологодской области
	БУ ВО «Информационно-презентационный центр»
Поддержка АПК	Департамент сельского хозяйства, продовольственных ресурсов и торговли Вологодской области
	АККОР
	ООО «Агропромсоюз Вологодской области»
* Составлено автором на основе положений структурных подразделений Правительства области, уставов организаций.	

в этой связи является объединение интересов всех участников процесса повышения конкурентоспособности региона, согласованность их деятельности и объединение усилий.

Важным аспектом деятельности органов государственной власти по повышению конкурентоспособности выступает реализация проектов, которые формируют бизнес-среду региона. В Вологодской области реализуются следующие проекты, которые способствуют росту конкурентоспособности региона и повышению уровня жизни населения (табл. 2.28).

Таблица 2.28. **Основные проекты, способствующие росту конкурентоспособности региона**

Проект	Направления деятельности	Результат
Индустриальный парк «Шексна»	Высокоточная металлопереработка; производство продукции стройиндустрии; производство автомобильных компонентов; высокотехнологичная деревопереработка.	Диверсификация экономики на основе создания современных высокотехнологичных производств с высокой добавленной стоимостью продукции, увеличение поступлений в бюджеты всех уровней.
		Увеличение производства продукции стройиндустрии для обеспечения роста жилищного строительства.
		Повышение конкурентоспособности формируемых в России автомобильных кластеров за счет создания ряда производств в индустриальном парке.
Индустриальный парк «Сокол»	Деревообработка (пиломатериалы, плиты ОСП, производство пеллет и др.); стройиндустрия; производство мягких кровельных материалов и утеплителя; производство мебели и фурнитуры.	Диверсификация экономики на основе создания современных высокотехнологичных производств с высокой добавленной стоимостью продукции, увеличение поступлений в бюджеты всех уровней. Развитие индустриального малоэтажного домостроения Модернизация градообразующих предприятий, стабилизация экономической обстановки, нивелирование социальной напряженности.
Великий Устюг – родина Деда Мороза (при поддержке Правительства г. Москвы)	Проектирование и строительство объектов туристской и транспортной инфраструктуры (резиденция Деда Мороза с сувенирной лавкой, мастерская, тронный зал, музей и почта Деда Мороза, гостиничный комплекс).	Увеличение туристического потока и позиционирование Вологодской области как региона с высоким туристским потенциалом.
	Мероприятия по улучшению сервиса на транспорте (расширение сферы транспортных услуг, экскурсионное обслуживание).	
	Подготовка и обучение кадров (программа образовательного аспекта «Академия Деда Мороза», задача программы – подготовка высокопрофессиональных кадров для работы с детьми: психологов, педагогов, социальных педагогов, работников культуры. Обучение по специальности «Туризм» ведется в Великоустюгском педагогическом колледже и Вологодском техническом университете).	

Система менеджмента качества на предприятиях Вологодской области	Улучшение и совершенствование систем менеджмента организации в целом, внедрение современных и эффективных информационных систем, систем контроля качества продукции (услуги) на всех этапах жизненного цикла продукции, а также проведение сертификации для подтверждения соответствия системы менеджмента международным стандартам.	Систему менеджмента качества, сертифицированную на соответствие международным стандартам качества, имеют 48 предприятий области: 12 – лесного комплекса, 10 – пищевых, 10 – машиностроения, 7 – металлургических, 2 – химических, 2 – стекольных, 2 – по производству транспортных средств и оборудования.
Бизнес-инкубатор (при поддержке Минэкономразвития Российской Федерации)	Обеспечение прямых коммуникаций между малым бизнесом и органами государственной и муниципальной власти – организация взаимодействия объединений предпринимателей с представителями муниципальной и региональной законодательной и исполнительной власти для выработки наиболее эффективных методов решения актуальных проблем малого и среднего бизнеса, согласование и представительство интересов предпринимателей и их объединений.	Улучшение стартовых условий создания бизнеса. Специальный отбор прошли и начали свою деятельность в бизнес-инкубаторе такие предприятия, как: ООО «Новотех-Медпром», ООО «Экология и ресурсы», ООО «Национальный проект «Доступное жилье», АНО «Ресурсный центр «Женщина и бизнес», консультативно-бухгалтерская служба «Налоговый аудит» и индивидуальные предприниматели.
Развитие лесного сектора	Увеличение объема выпуска продукции глубокой переработки, рост инвестиционной активности и реализация высокоэффективных инвестиционных проектов по установке нового и модернизации существующего оборудования.	Стратегия развития лесопромышленного комплекса до 2020 года, в рамках которой разработаны концептуальные основы создания и структурирования лесного кластера области.
Формирование льняного кластера	Создание условий для повышения конкурентоспособности льняной отрасли и поддержания доходности сельскохозяйственных товаропроизводителей за счет построения вертикально интегрированного льняного кластера и проведения комплексной реструктуризации сельскохозяйственных организаций области. Оптимизация системы государственной поддержки отрасли. Решение проблемы кадрового обеспечения отрасли. Содействие занятости граждан путем сохранения существующих и создания новых рабочих мест. Создание и совершенствование благоприятного инвестиционного климата в льнокомплексе области.	Увеличение производительности труда. Повышение жизнеобеспеченности поселков в сельской местности. Увеличение конкурентоспособности продукции из льна. Внедрение технологии углубленной переработки льна, что обеспечит производство новых видов продукции (нетканых материалов, сорбентов, целлюлозы и др.), востребованных различными отраслями экономики.
* Составлено автором на основе материалов, представленных Правительством области.		

Вместе с тем проведенное исследование позволяет определить основной спектр инструментов, способствующих повышению конкурентоспособности Вологодской области, важнейшими из которых выступают: стратегически ориентированное региональное управление, переход экономики на инновационный путь развития, территориальный маркетинг, формирование региональных кластеров [62, 92, 95, 101, 114].

Стратегически ориентированное региональное управление включает в себя определение стратегического видения будущего региона, разработку концепции стратегии (стратегического плана) развития региона на 10–15 лет, реализацию стратегии, оценку и постоянный мониторинг программ, проектов и мероприятий стратегического характера. В современных условиях значение территориального стратегического планирования постоянно возрастает. Не является исключением и Вологодская область. Горизонты планирования расширяются до 10–15 лет: разрабатывается Стратегия развития до 2020 г., целью которой является повышение качества и уровня жизни населения на основе устойчивого сбалансированного развития экономики.

В Стратегии определены четыре основных институциональных проекта преобразования экономического пространства области: «коридоры развития», структурирование межгородской агломерации «Вологда–Череповец», ускоренное развитие лесного кластера и развитие местного самоуправления [11].

В рамках Стратегии определены как геометрия «коридоров развития» (их направления, местоположение), так и их специализация.

В Северном коридоре в рамках структурирования лесного кластера ведется модернизация Сокольского ЦБК, имеющая своей целью освоение нового рынка высококачественного бумажного продукта.

В рамках Восточного коридора осваивается производство биотоплива (пеллеты), фанерное, плитное производства, развивается туристская индустрия – реализуется межрегиональный гуманитарный проект для детей «Великий Устюг – родина Деда Мороза».

В агломерации «Вологда–Череповец» располагается индустриальный парк «Шексна», сырьевая база которого находится на территории Западного коридора. В настоящее время в индустриальном парке выполнены проектно-изыскательские работы, реконструирован отвод дороги от федеральной трассы А–114, строятся подъездные пути к площадке парка. По оптимистичным прогнозам региональных органов власти реализация проекта позволит увеличить ВРП к 2017 году более чем на 30%.

Одним из стратегических направлений развития региона является структурирование и развитие лесного кластера. Для обеспечения реализации этого направления, повышения эффективности деятельности, и прежде всего эффективности использования заготавливаемой древесины путем её глубокой переработки, разработана Стратегия развития лесного комплекса области до 2020 года. В 2008 г. разработан и утвержден Лесной план до 2017 г., развивается сеть лесных дорог, реализуются инвестиционные проекты модернизации и реконструкции предприятий, создаются новые производства по переработке древесины [117].

В Вологодской области успешно осуществляются приоритетные национальные проекты. Наряду с этим ведется работа по реализации приоритетных региональных проектов, нацеленных на развитие лесного сектора, социокультурной сферы в сельских населенных пунктах, повышение доступности массового малоэтажного жилья, а также доступности массового спорта и физической культуры; создание благоприятного предпринимательского климата.

Вместе с тем нужно отметить, что при использовании стратегически ориентированного управления применяются всё же традиционные (устоявшиеся) способы управления региональным развитием, что следует отнести к недостаткам. Кроме того, отсутствие четкого механизма взаимодействия федеральных и региональных органов власти ведет к разрозненности их усилий по достижению стратегических целей, к узкому использованию современных инструментов управления территорией.

В последние годы все большее осознается необходимость *перевода экономики на инновационный путь развития*, т.е. доминирующую роль должны играть наукоемкое производство и способность к постоянному обновлению продукции и технологий. Основные направления инновационной политики, приоритеты и этапы ее реализации определяются потребностями экономики региона и наличием инвестиционных ресурсов.

Проблемы применения инновационного подхода к управлению конкурентоспособностью заключаются, на наш взгляд, в недостаточной ориентации производства на активизацию инновационной деятельности в области базовых наукоемких технологий, являющихся двигателями развития производственной сферы региона. Факторы производства и инвестиции должны быть средствами научно обоснованной инновационной деятельности, а не ее целью.

Для поддержки научно-инновационной деятельности в Вологодской области приняты следующие законодательные инициативы:

- Стратегия социально-экономического развития Вологодской области на период до 2020 г.;
- Закон области «О премиях Вологодской области», утвержденный постановлением Правительства области от 10.02.2008 г. № 1749-ОЗ;
- Закон области «О государственных научных грантах Вологодской области», принятый постановлением Законодательного Собрания области от 26.09.2007 г. № 745.

С целью стимулирования инвестиционной и инновационной активности, способствующей развитию и стабилизации экономики области по приоритетным направлениям, действуют «Стратегия инвестиционного развития Вологодской области» и целевая программа «Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в Вологодской области на 2013–2016 годы» (утверждена постановлением Правительства Вологодской области от 01.04.2013 г. № 339). В целях повышения эффективности экономики региона на основе использования инновационных технологий и разработок, определения стратегических ориентиров развития отраслей хозяйственного комплекса функционирует Совет по развитию научно-технического потенциала Вологодской области [2, 6, 8].

Для активизации научно-технической деятельности на территории региона ежегодно проводится ряд мероприятий, однако они носят локальный, фрагментарный характер и нередко слабо связаны между собой. Чтобы привести их в единую эффективно действующую систему, разработана областная Программа развития научно-технического потенциала на долгосрочную перспективу. Среди мероприятий программы можно отметить:

- присуждение государственных премий Вологодской области по науке и технике [4];
- конкурсы проектов (например, городской конкурс им. Христофора Леденцова «Лучший инновационный и инвестиционный проект года»);
- конкурсы на звание «Лучший конструктор», «Лучший технолог», «Лучший рационализатор», «Лучший изобретатель»;
- региональные выставки товаров и услуг (например, промышленно-технологическая выставка «Инновации – Производство – Рынок»), ярмарки (например, «Российский лес», «Российский лен», «Свой дом»);

- систематические семинары-совещания по вопросам развития изобретательского дела, улучшения использования в народном хозяйстве открытий, изобретений и рационализаторских предложений;
- грантовая поддержка научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ студентов, аспирантов, ученых и исследователей в финансировании проектов, направленных на обновление технологических процессов производств, создание промышленных образцов, внедрение результатов НИОКР в хозяйственный оборот и др.

Благодаря усилиям органов власти и управления в области созданы определенные условия и возможности для построения целостной региональной инновационной системы (в настоящее время она находится в стадии становления), элементы которой достаточно успешно функционируют.

Следует отметить, что в регионе уже действуют: Научно-образовательный центр по направлению «Экономика и информационные системы», созданный на базе Института социально-экономического развития территорий РАН; Корпоративный университет г. Вологды; Инновационно-технический центр, созданный под эгидой ассоциации машиностроительных предприятий Вологодской области на базе ОАО «Вологодский оптико-механический завод» [117].

В регионе располагается представительство Российской сети трансфера технологий (RTTN) в лице ИСЭРТ РАН, который с апреля 2005 г. является ее сертифицированным членом, с декабря 2005 г. – членом Британо-Российской инновационной сети (BRIN), а с июня 2006 г. – членом Франко-Российской сети (RFR). Это позволяет оказывать клиентам содействие в поиске партнеров по технологической кооперации в других регионах России, а также в ряде европейских стран и СНГ [62, 63].

Таким образом, хотя региональная политика Вологодской области имеет определенные предпосылки для того, чтобы стать инновационно ориентированной, необходимо подчеркнуть, что предпринимаемые в последнее время меры отличаются нескоординированностью и бессистемностью. Кроме того, отсутствуют четко сформулированные приоритеты и ориентиры развития научно-технической сферы. Применительно к Вологодской области переход экономики на инновационный путь развития возможен при построении региональной инновационной системы, функционирующей на основе интеграции усилий органов власти и управления по созданию необходимых условий для реализации бизнес-проектов в результате активной научно-технической политики

на уровне региона и осуществления конкретных проектных инициатив. В свою очередь, региональная инновационная система посредством функционирования ее элементов, безусловно, будет способствовать формированию инновационно ориентированной экономики, что в итоге приведет к повышению конкурентоспособности региона.

Эффективным методом поддержки местного экономического развития и привлечения инвестиций, необходимым условием динамичного и устойчивого развития территории, способом существенного усиления социальной ориентации управления является *территориальный маркетинг*.

Первые шаги к использованию инструментария территориального маркетинга были сделаны органами власти Вологодской области еще в 1997 г. Заключались они в применении одного из его стратегических направлений – маркетинга имиджа – как необходимого фактора экономического развития области. Основу данного направления составляют коммуникационные мероприятия, демонстрирующие открытость территории для контактов и позволяющие внешним субъектам лучше узнать ее, удостовериться в существенности имеющихся у нее преимуществ [95].

В результате в 1999 г. информационно-аналитическому отделу департамента экономики Администрации Вологодской области было решено постепенно передать такие функции информационного маркетинга, как:

1. Создание и реализация в регионе концепции информационного маркетинга области, предусматривающей широкое продвижение информации о регионе как во внешнюю, так и внутреннюю среду.
2. Создание и постоянное обновление справочника «Вологодская область» на русском, английском, немецком, французском языках в электронном (CD и www-страница/сервер) и печатном виде.
3. Создание и распространение представительского пакета области.
4. Информационная поддержка мероприятий Администрации области (конференции, выставки, презентации и т.п.), направленных на комплексный маркетинг региона на внешнем рынке.
5. Проведение рекламных и PR-кампаний.
6. Участие в информационных проектах федерального центра.
7. Взаимодействие с рейтинговыми агентствами («Эксперт», МФК «Ренессанс», EA-Rating) для распространения объективной информации о регионе.

8. Взаимодействие со средствами массовой информации – областными и центральными, ведущими российскими информагентствами (РИА, Прайм-ТАСС, Росбизнесконсалтинг, АКМ).

В этом направлении происходят позитивные изменения: в частности, растет рейтинг общественного мнения в отношении деятельности Губернатора и Правительства области. Об эффективности рекламных и PR-кампаний на российском рынке можно судить по возникновению у российской общественности стойких ассоциаций, представлений о Вологодской области как о регионе стабильности, родине Деда Мороза, Северной Фиваиде, центре льноводства и лесной промышленности и т.д.

На повышение конкурентоспособности направлены также проводимые в области выставочно-ярмарочная деятельность и конкурсы. Основные мероприятия обобщены в таблице 2.29.

Таблица 2.29. **Основные мероприятия, способствующие росту конкурентоспособности Вологодской области**

Мероприятия	Ответственные организации	Цели
Выставка-ярмарка «Российский лен»	Департамент сельского хозяйства, продовольственных ресурсов и торговли Вологодской области	Содействие развитию льняного комплекса
Выставка-ярмарка «Российский лес»	Союз лесопромышленников Вологодской области Департамент лесного комплекса области	Поддержка лесопромышленного комплекса
Выставка «Ворота Севера»	Комитет по туризму Вологодской области	Развитие внутреннего и въездного туризма
«Милютинская ярмарка»	Управление городской экономики и торговли г. Череповца	Выявление лучшего предприятия в сфере торговли и услуг в
Конкурс лучших предприятий и предпринимателей «Серебряный Меркурий»	Торгово-промышленная палата Вологодской области	Динамичное развитие региональной экономики и содействие общественному признанию достижений лучших представителей деловых кругов области
Областные конкурсы профессионального мастерства среди рабочих основных профессий различных отраслей экономики области	Союз промышленников и предпринимателей Вологодской области, ассоциация «Машиностроительные предприятия Вологодской области» Вологодская торгово-промышленная палата Областная общественная организация ВОИР	Повышение престижности основных профессий соответствующей отрасли, рост профессионального мастерства работников
Конкурс профессионального мастерства «Маркетинг»	Клуб маркетологов предприятий АПК Департамент сельского хозяйства, продовольственных ресурсов и торговли Вологодской области	Рост профессионального мастерства специалистов данной отрасли

Конкурс «Участник молодежного научно-инновационного конкурса»	Инновационно-технологический центр ВоГТУ	Поиск и поддержка инновационного предпринимательства среди студентов
Конкурс им. Христофора Семеновича Леденцова	Клуб деловых людей г. Вологды	Поиск и поддержка предпринимательских идей
Конкурс «Лучший инновационный проект»	Центр венчурных инвестиций «Вологодчина», создан в 2006 году на базе Института менеджмента и информационных технологий в г. Череповце	Отбор и подготовка инвестиционных заявок на финансирование разработок и инновационных проектов для частных инвесторов, помощь в подготовке бизнес-планов, подборе инвесторов, осуществление электронных торгов инновационными проектами
Межрегиональная выставка-ярмарка «Вологда – площадка инноваций»	Департамент экономического развития администрации г. Вологды. МАУ «Центр содействия развитию предпринимательства и туризма»	Демонстрация перспективных инновационных решений, готовых к внедрению и имеющих опыт применения на практике, создание базы инновационных идей и проектов, обмен опытом в сфере внедрения инноваций в экономической деятельности, поиск потенциальных партнеров и инвесторов
Межрегиональная ярмарка «Российские губернаторы в глубинке»	Администрации муниципальных районов Правительство Вологодской области	Создание условий для углубления интеграции между сопредельными административными районами субъектов РФ

Управление конкурентоспособностью региона может выражаться в форме целевых региональных программ и проектов. Основными субъектами регионального управления, которые решают задачи территориального маркетинга в Вологодской области и реализуют масштабные проекты, являются следующие:

1. Департамент экономики Вологодской области. Его ключевая задача – повышение конкурентоспособности региональной экономики, переориентация на новые способы оценки и управления территорией, от которых будут зависеть мотивы и успешность настройки всех видов и форм региональной деятельности [91].

В целях позиционирования Вологодской области как площадки для реализации интересов инвесторов, активизации инновационно-инвестиционной деятельности предприятий департаментом разработан региональный проект «Индустриальный парк «Шексна».

Основное промышленное ядро индустриального парка сегментировано по следующим видам деятельности: высокоточная металлопереработка; производство продукции стройиндустрии; производство автомобильных компонентов; высокотехнологичная деревопереработка.

На территории индустриального парка зарегистрировано ЗАО «Северсталь» – Трубопрофильный завод «Шексна» по производству круглых, квадратных и прямоугольных труб диаметром сечения от 127 до 426 мм, а также предприятие по производству легких стальных конструкций – ЗАО «Северсталь «Стальные решения»; осуществляются предпроектные работы по реализации инвестиционных проектов строительства целлюлозно-бумажного комбината и завода по выпуску ориентированно-стружечной древесной плиты [11].

Реализация проекта «Система менеджмента качества на предприятиях Вологодской области» – это еще один шаг к комплексному управлению конкурентоспособностью региона. Проект направлен на улучшение и совершенствование системы менеджмента качества в целом, внедрение современных и эффективных информационных систем, систем контроля качества продукции (услуги) на всех этапах жизненного цикла продукции, проведение сертификации для подтверждения соответствия системы менеджмента международным стандартам.

Система менеджмента качества внедрена на таких предприятиях, как ОАО «Северсталь», «Северсталь-метиз», ОАО «Аmmoфос», ОАО «Череповецкий «Азот», ЗАО «Вологодский подшипниковый завод», ООО «Чагодощенский стеклозавод и К^о», ЗАО «Череповецкий ФМК», ООО «Шекснинский КДП», ОАО «Сокольский ДОК».

В настоящее время систему менеджмента качества, сертифицированную на соответствие международным стандартам качества, имеют предприятия лесного, машиностроительного, металлургического, химического комплексов и др.

В целом в регионе осознана необходимость совместной работы органов власти, малого бизнеса, научных учреждений, населения над повышением конкурентоспособности региональной экономики.

На поступательное развитие региона и рост его конкурентоспособности направлен проект «Бизнес-инкубатор», который реализуется при поддержке Минэкономразвития Российской Федерации основной задачей которого является оказание комплекса необходимых услуг для поддержки предпринимателей и малых предприятий – их деятельность должна быть ориентирована на развитие новых конкурентоспособных товаров и услуг, инновационных технологий.

Свою деятельность в Бизнес-инкубаторе начало более 25 малых предприятий, прошедших специальный отбор.

2. В целях реализации программного подхода к развитию лесного комплекса Департаментом лесного комплекса Вологодской области разработаны и последовательно реализуются основополагающие стратегические проекты, способствующие росту конкурентоспособности региона. Одним из них выступает региональный проект «Развитие лесного сектора», целью которого является увеличение объема выпуска продукции глубокой переработки, рост инвестиционной активности и реализация высокоэффективных инвестиционных проектов по установке нового и модернизации существующего оборудования.

Программный подход, в свою очередь, содействует опережающему развитию всех отраслей лесного комплекса.

Целенаправленная работа по укреплению позиций Вологодской области как социально стабильного, динамично развивающегося, инвестиционно привлекательного региона ведется Департаментом международных и межрегиональных связей и Государственным учреждением «Областной центр маркетинга и продвижения туристских программ Вологодской области».

Основная цель данных структур – определение приоритетных направлений развития туризма, повышение эффективности использования объектов инфраструктуры, создание условий для ее развития и обновления. Способствуют этому выставочно-ярмарочная деятельность и конкурсы различной целевой направленности.

Увеличению туристского потока и позиционированию Вологодской области как региона с высоким туристским потенциалом способствует реализация проекта «Великий Устюг – родина Деда Мороза».

Основная деятельность по реализации проекта заключается:

- в проектировании и строительстве объектов туристской и транспортной инфраструктуры (резиденция Деда Мороза с сувенирной лавкой, мастерская, тронный зал, музей и почта Деда Мороза, гостиничный комплекс);
- проведении мероприятий по улучшению сервиса на транспорте (расширение сферы транспортных услуг, экскурсионное обслуживание);
- организационных мероприятиях (осуществляет ОАО «Дед Мороз», основная деятельность – проведение выставок-ярмарок народных промыслов, издание рекламно-информационной продукции);
- мероприятиях в области образования, культуры и молодежной политики (организация работы тематических кружков, уроков, мастер-классов и творческих мастерских по истории, литературе, краеведению, традиционным народным ремеслам с использованием образа Деда Мороза);

- подготовке и обучении кадров (программа образовательного аспекта «Академия Деда Мороза»);
- мероприятиях по физической культуре и спорту (детские олимпиады, спартакиады по зимним и летним видам спорта);
- социальных мероприятиях (обработка детских писем, организация детских лагерей, концертно-игровые программы);
- природоохранных мероприятиях (создание заповедника).

По нашему мнению, органам власти Вологодской области необходимо ввести региональный маркетинг в региональную систему управления, тем более что предпосылки к этому имеются. Он должен стать стержнем такой системы, обеспечить согласование интересов при ориентации системы органов управления региона на маркетинговую стратегию, распределение прав и обязанностей между уровнями хозяйствования.

Одним из важных элементов политики в сфере повышения конкурентоспособности предприятий и региона в целом может быть *развитие региональных кластеров*.

Территориальное развитие конкурентоспособного экономического комплекса заключается в формировании в рамках отраслей межрегиональной специализации Вологодской области региональных кластеров, а также стимулировании развития экономического потенциала всех муниципальных образований на основе формирования системы зон опережающего развития и полюсов роста.

Модернизация промышленности, поддержка и развитие конкурентоспособных на глобальном рынке территориальных производственных кластеров – одно из направлений социально-экономического развития регионов. Вследствие того, что в современной экономике высокая конкурентоспособность территории держится на сильных позициях отдельных кластеров, в промышленной политике Вологодской области взят курс на переход от отраслевой к кластерной модели развития [69, 76].

При этом кластерная политика характеризуется тем, что главное внимание уделяется укреплению сетей взаимосвязей между экономическими субъектами – участниками кластера – в целях упрощения доступа к новым технологиям, распределения рисков в различных формах совместной экономической деятельности, в том числе рисков совместного выхода на внешние рынки, а также организации совместных НИОКР, совместного использования знаний и основных фондов, ускорения процессов обучения за счет концентрации и физических контактов специалистов мирового уровня, снижения транзакционных издержек

в различных областях за счет усиления доверия между участниками кластера.

К кластерным инициативам Вологодской области можно отнести следующие проекты:

1. Разработка департаментом экономики Правительства Вологодской области проекта промышленно-производственного назначения «Индустриальный парк «Шексна» и его презентация на первом федеральном конкурсе проектов особых экономических зон.

2. Разработка департаментом экономики Правительства Вологодской области проекта туристско-рекреационного типа «Великий Устюг – родина Деда Мороза».

3. Разработка департаментом экономики Правительства Вологодской области совместно с ИКФ «АЛЪТ» пилотного проекта «Формирование льняного кластера Вологодской области», претендующего на получение государственной поддержки за счет средств Инвестиционного фонда Российской Федерации.

Целью проекта является привлечение инвестиций для развития льняного сектора Вологодской области, имеющего значительный экспортный потенциал и большое значение для экономики региона.

4. Заключение соглашения о сотрудничестве между Министерством сельского хозяйства и Правительством Вологодской области по реализации национального проекта «Развитие агропромышленного комплекса».

Проект содержит три направления:

- ускоренное развитие животноводства;
- функционирование малых форм аграрного бизнеса;
- кадровая политика на селе (строительство и предоставление жилья специалистам и молодым семьям).

5. Создание проекта «Бизнес-инкубатор». Организация поддержки предпринимателей и малых предприятий, деятельность которых направлена на развитие новых конкурентоспособных товаров и услуг, инновационных технологий.

Участие региональных органов власти в создании и развитии кластеров особенно важно на первых этапах их формирования и сводится к оценке экономического потенциала региона, к выбору наиболее перспективных кластеров, содействию в их формировании. В дальнейшем участие региональных властей сокращается и главную роль начинают играть законы рыночной экономики, стимулирующие развитие наиболее выгодных производств, а роль региональных органов власти заключается в поддержке важнейших кластеров [46, 69].

Кроме того, территориальные производственные кластеры должны стать формой интеграции и поддержки малого и среднего бизнеса. То есть традиционные макроэкономические и отраслевые подходы к развитию малого и среднего бизнеса необходимо дополнить региональными, выражающимися в формировании территориальных производственных кластеров.

Таким образом, нашим исследованием установлено, что конкурентоспособность региона определяется наличием конкурентных преимуществ, т.е. факторов, которые позволяют ему занять более высокие позиции по сравнению с другими регионами. Конкурентными преимуществами обладают все без исключения регионы, но в разной степени.

Утрата конкурентных преимуществ грозит региону снижением его привлекательности для основных целевых групп потребителей ресурсов, а следовательно, и снижением уровня конкурентоспособности. Это наглядно показала Вологодская область, которая за период 2008–2009 гг. потеряла конкурентные преимущества по ряду факторов: в 2009 г. объем ВРП на душу населения составлял 175,0 тыс. руб. (8 место в СЗФО), в 2008 г. – 244,3 тыс. руб. (4 место); соответственно сальдированный финансовый результат деятельности крупных и средних предприятий на душу населения – 20,8 тыс. руб. (6 место в СЗФО) против 79,4 тыс. руб. (1 место); исполнение регионального бюджета на душу населения – 32,9 тыс. руб. (9 место) против 41,7 тыс. руб. (4 место); уровень безработицы – 7,9% (5 место в СЗФО; в 2008 г. – 7-е место).

Закljučая главу, отметим, что региональные органы власти и управления призваны проводить более обоснованную политику повышения конкурентоспособности региона, используя преимущества и резервы, связанные с диверсификацией экономики, формированием мощного научно-технического комплекса, использованием экономики знаний.

Для учета тенденций развития регионов-конкурентов, выбора обоснованного подхода к корректировке социально-экономической политики Вологодской области была проведена оценка уровня её конкурентоспособности за период 2000–2011 гг. Выявлено, что по этому показателю область занимала 4–7 место среди регионов СЗФО. Изучение факторов по блокам показателей позволяет утверждать, что регион не смог продемонстрировать устойчивое развитие всех составляющих конкурентоспособности. Однако во многом результат оценки зависит от того, применялся ли к разработке методического инструментария

оценки комплексный (системный) подход и учитывалась ли специфика региональной социально-экономической политики в сфере повышения конкурентоспособности региона.

Исследование подходов к данной оценке и ее методического инструментария дало возможность выявить особенности двух рассмотренных выше методик. Во-первых, они в большей степени направлены на оценку экономического потенциала регионов, что отчетливо видно по слагаемым интегрального коэффициента. Во-вторых, по нашему мнению, концепция оценки и ее инструментарий применительно к региону являются несколько ограниченными. Объясняется это изменением вектора социально-экономической политики регионов, необходимостью корректировки управленческих решений, принимаемых органами власти, влиянием мирового финансового кризиса на экономическое и социальное развитие регионов. Переориентация на рыночные условия хозяйствования, в которых регион предстает как «продавец» товаров, а основными потребителями выступают целевые группы, требует совершенствования методического инструментария оценки конкурентоспособности регионов, применения более эффективных схем и механизмов ее повышения.

Поэтому четкая позиция здесь заключается в том, что методика проведения оценки конкурентоспособности должна представлять оценку конкурентоспособности по каждой целевой группе потребителей ресурсов территории: «Население», «Туристы», «Инвесторы», «Малый бизнес», «Предприятия», а также интегральный показатель для комплексного сопоставления с уровнем конкурентоспособности соперничающих регионов. В связи с этим необходимы корректировка и обоснование перечня индикаторов, характеризующих конкурентные преимущества региона, и совершенствование подходов к расчету интегрального показателя.

Проблемы управления конкурентоспособностью региона проявляются в отсутствии сконцентрированных действий со стороны всех участников процесса повышения конкурентоспособности, что ведет к единичным результатам, в разрозненности и несогласованности решений, принимаемых структурными подразделениями местных администраций, в отсутствии эффективно реализованных программно-плановых мероприятий.

Вместе с тем проведенное исследование позволяет сделать вывод о необходимости создания в регионе комплексного механизма управления конкурентоспособностью, что позволит скоординировать действия региональных органов власти по обеспечению её высокого уровня.

ГЛАВА 3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ

3.1. Формирование механизма управления конкурентоспособностью региона

Усиление межрегиональной конкуренции, высокий динамизм изменений, происходящих как во внешней среде, так и внутри региона, приводят к возрастанию необходимости разработки механизма управления его конкурентоспособностью. Комплексность решения современных социально-экономических задач, эффективность использования ресурсов, новые формы взаимосвязи науки и бизнеса, глобализация конкуренции и кооперации, требования международной стандартизации – все это вызывает неизбежность применения системного подхода к разработке механизма управления конкурентоспособностью региона, к необходимости учета внешних и внутренних региональных факторов, причем в их динамическом развитии.

Создание и реализация такого механизма позволит достичь повышения конкурентоспособности региона, что, в свою очередь, будет способствовать устойчивому социально-экономическому развитию и обеспечению на этой основе высокого качества жизни населения.

Поэтому с переходом к рыночным отношениям все более актуальной становится проблема исследования экономических механизмов, их формирования, взаимодействия и влияния на экономические процессы в обществе. Экономическая литература оперирует такими понятиями, как «хозяйственный механизм», «экономический механизм», «финансовый механизм» и другие. При этом само понятие «механизм», как правило, не раскрывается с сущностной стороны, рассматриваются лишь его структурные элементы и формы их взаимосвязей. Поэтому целесообразно, на наш взгляд, прежде всего уточнить понятие «механизм».

В современной экономической теории понятие «механизм» наиболее часто сочетается со словами «управление», «хозяйственный», «экономический», «финансовый» и др. Разные авторы вкладывают в это понятие собственный смысл сообразно приверженности к той или иной научной школе [31, 32, 51, 57, 72].

В.Г. Афанасьев под механизмом управления понимает «...практические меры, средства, рычаги, стимулы, посредством которых органы управления воздействуют на общество, производство, любую систему социального порядка с целью достижения поставленных задач» [39].

Г.Х. Попов считает, что экономический механизм управления включает «централизованные плановые задания и нормативы, систему финансирования и кредитования, ценообразования, фондирования по линии материально-технического снабжения, систему хозрасчета и хозрасчетного стимулирования, систему оплаты труда» [98].

В вышеприведенных определениях прослеживается директивный характер отношений, идея построения механизма из центра, что характерно для административно-командной экономической системы.

Понятие «хозяйственный механизм» большинством авторов рассматривается на макроуровне и трактуется как совокупность организационных структур и конкретных форм хозяйствования, методов управления и правовых норм, с помощью которых общество использует экономические законы с учётом конкретно складывающейся обстановки.

И. Бернар, Ж.-К. Колли определяют экономический механизм как способ взаимодействия хозяйственных явлений [42]. Они считают, что экономических механизмов существует столько, сколько возможных комбинаций и равновесий между экономическими явлениями, взятыми попарно. Даже в рыночных условиях экономические механизмы не являются независимыми от законодательно и распорядительно определяемых рамок, в которых они функционируют.

В настоящее время в отношении определения экономического механизма сложились два основных подхода: функциональный и структурный.

Первый подход преобладает в зарубежной экономической литературе, рассматривающей экономический механизм как функцию одних явлений от других. Так, А. Кульман понимает под ним систему «взаимосвязей экономических явлений, которые возникают в определенных условиях под воздействием начального импульса» [77].

Второй подход характерен для отечественной литературы, в которой экономический механизм, рассматриваемый через призму его структурного содержания, определяется как совокупность его составляющих, связанных и взаимодействующих форм, методов, явлений. Как нам видится, при определении данного понятия нельзя придерживаться только функционального или только структурного подхода. С одной стороны, согласно определению, которое дано выше, экономический механизм – это система событий и явлений, берущих свое начало от определенного импульса. В этом смысле представляет интерес взаимосвязь и взаимообусловленность явлений. С другой стороны, согласно тому же определению, это устройство, с помощью которого осуществляется движение. Создание такого устройства служит решением вопроса структуризации. Поэтому представляется целесообразным рассматривать экономический механизм в совокупности функционального и структурного подходов.

«Механизм» в нашем понимании – это организованная и одновременно организующая система событий, явлений, процессов, подчиняющихся законам, имеющая цель, определенную структуру, с помощью которой достигается поставленная цель. Выделенные характеристики, присущие данной категории, позволяют раскрыть особенности и дополнить содержание этого понятия применительно к процессу формирования конкурентоспособности. Необходимо отметить, что механизм представляет собой результат целенаправленной деятельности и некоторую совокупность институций, норм, правил, обеспечивающих при определенных условиях формирование заданных явлений.

В соответствии с принятой общей схемой построения регуляционного механизма модельное представление изучаемого нами механизма включает в себя следующие элементы [57]:

- ✓ субъект – движущая сила, осмысленно запускающая в действие данный механизм, т.е. органы государственной власти региона;
- ✓ цели – программируемые желаемые результаты действия механизма; в нашем случае – повышение конкурентоспособности региона;
- ✓ методы – инструментарий, способы и технологии процессов достижения поставленных целей;
- ✓ форма – организационное и правовое оформление методического обеспечения;
- ✓ средства – совокупность видов и источников ресурсов, используемых для достижения поставленных целей;
- ✓ объекты – хозяйствующие субъекты, экономическая среда.

Таким образом, под комплексным механизмом управления конкурентоспособностью региона будем понимать совокупность методов, форм и обеспечивающих их действие систем, при помощи которых органы государственного управления воздействуют на социально-экономические процессы в целях повышения конкурентоспособности региона и решения на этой основе первоочередных задач социально-экономического развития.

К числу главных целей функционирования рассматриваемого механизма относятся: создание конкурентных преимуществ, стимулирование предпринимательства, инновационной деятельности и повышение качества жизни населения.

Структура комплексного механизма управления конкурентоспособностью региона представлена на рисунке 3.1.

Представленный механизм создается и приводится в действие органами регионального управления, которые руководствуются региональной политикой, разработанной в соответствии с общегосударственной социально-экономической политикой. Вместе с тем рассматриваемый механизм управления формируется на основе принципов регионального управления (децентрализация, партнерство, субсидиарность, мобильность и адаптивность, выделенная компетенция), присущих ему функций, специальных структур, имеющих ресурсы, традиционных и новых способов и современных технологий управления.

В составе механизма управления конкурентоспособностью выделяются три блока.

Первый – формы реализации процесса повышения конкурентоспособности – призван формировать институциональные рамки, благоприятствующие повышению конкурентоспособности региона. Основу блока составляют стратегия развития региона, отраслевые стратегии, целевые федеральные программы и проекты, целевые региональные и муниципальные программы и проекты.

Ключевой составляющей механизма управления конкурентоспособностью является второй блок, представляющий собой совокупность используемых методов, которые могут меняться в зависимости от характера решаемых задач, материальных возможностей, имеющих в регионе, опыта регулирования и других факторов. Так, по характеру регуляционного воздействия органа управления на участников проведения политики выделяются методы правового и административного регулирования, по функционально-инструментальному признаку – программно-целевые и нормативно-целевые методы, методы прямого

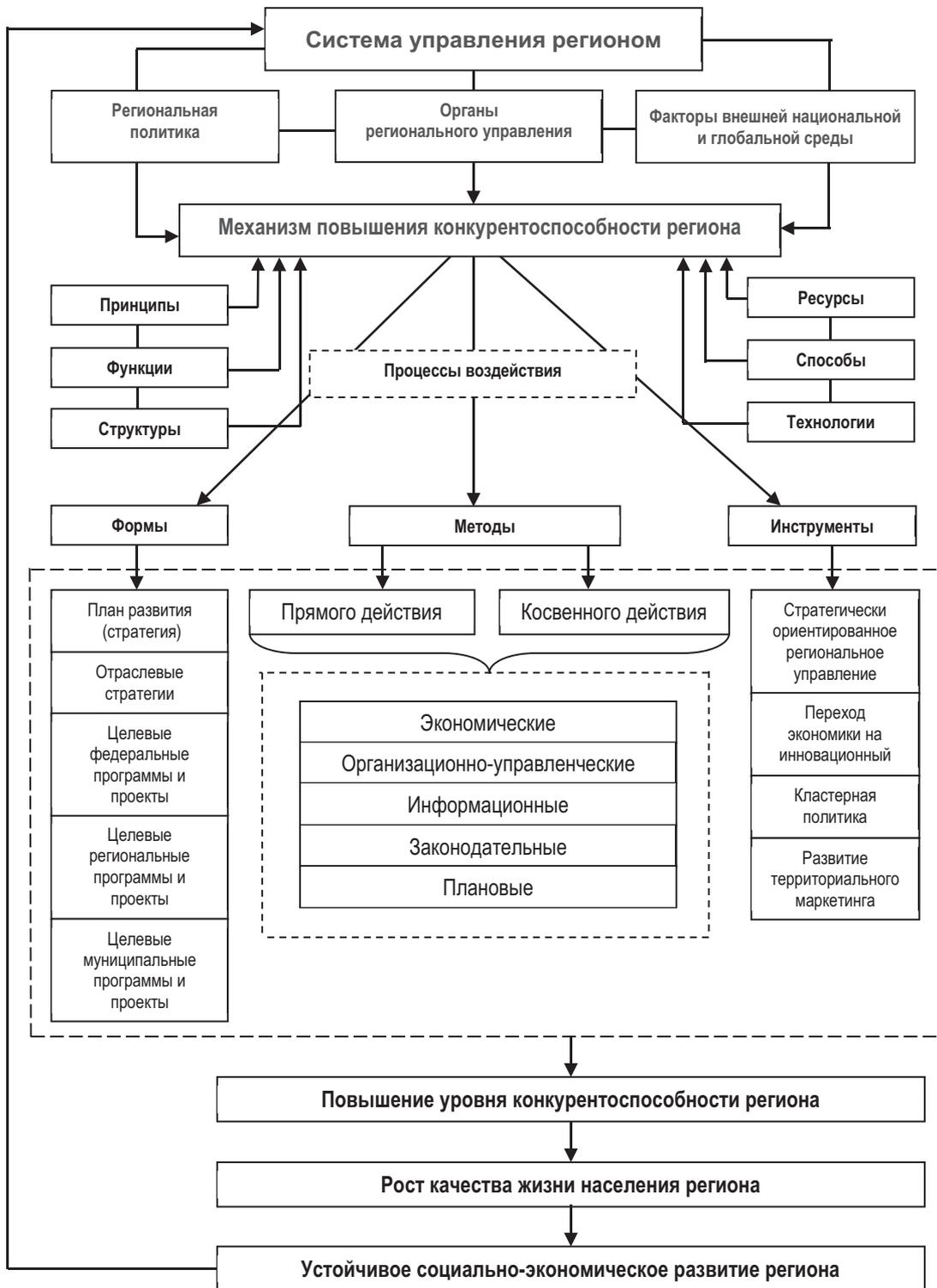


Рис. 3.1. Механизм управления конкурентоспособностью региона (составлено автором)

регулирования. Заметим, что функционирование механизма направлено на создание условий, способствующих оживлению и активизации процесса повышения конкурентоспособности региона.

Таким образом, по характеру воздействия органов власти методы, с помощью которых реализуется механизм повышения конкурентоспособности, могут быть разделены на прямые и косвенные (активные и производственные). По виду функциональной направленности они могут быть классифицированы на следующие группы: экономические, организационно-управленческие, информационные, законодательные, плановые.

Состав методов, используемых для регулирования процесса конкурентоспособности в регионе, представлен в таблице 3.1. Отметим многообразие существующего инструментария, который, на наш взгляд, позволяет дифференцированно подходить к его выбору в зависимости от особенностей этапов рыночной трансформации.

Таблица 3.1. **Методы государственного регулирования политики по повышению конкурентоспособности региона**

Функциональная направленность методов	Методы прямого действия	Методы косвенного действия
Экономические	<p>Льготное кредитование Бюджетное финансирование Дотации Субсидии Беспроцентные ссуды Выпуск займов Ценовые компенсации Обеспечение государственным заказом</p>	<p>Льготное налогообложение Ускоренная амортизация Стимулирование банков и других финансовых институтов к инвестированию реального сектора Реструктуризация долгов и платежей предприятий Предоставление гарантий за счет средств бюджета Имущественная поддержка инвесторов Регулирование цен и тарифов Финансовое обеспечение подготовки и переподготовки кадров Страхование рисков</p>
Организационные	<p>Создание специализированного подразделения по вопросам политики повышения конкурентоспособности в системе органов регионального управления Создание на территории региона организационной структуры, содействующей оживлению процесса повышения конкурентоспособности с участием органов управления региона (например, агентство содействия повышению конкурентоспособности)</p>	<p>Проведение мероприятий, направленных на формирование и укрепление привлекательного имиджа территории Организация выставок-презентаций проектов Проведение выставок-ярмарок, направленных на продвижение местной продукции Проведение конференций, семинаров по вопросам повышения конкурентоспособности территории</p>

Информационные	Разработка паспортов региона и составляющих его муниципальных образований Проведение систематической оценки состояния социально-экономической среды и прогнозов ее развития Формирование баз данных проектов по повышению конкурентоспособности	Оказание поддержки при подготовке аналитических справочников организаций Формирование системы оказания консалтинговых услуг
Законодательные	Принятие законодательных актов, регламентирующих политику повышения конкурентоспособности	Формирование и дальнейшее совершенствование пакета нормативно-правовых документов с целью создания благоприятного правового поля для реализации политики по повышению конкурентоспособности. Эта политика должна быть направлена: - на регламентацию деятельности по повышению конкурентоспособности на инновационной основе; - активизацию деятельности собственных и привлеченных инвесторов; - развитие инфраструктуры, способствующей повышению конкурентоспособности; - формирование конкурентоспособного имиджа территории.
Плановые	Разработка процесса реализации проекта Экспертиза реализации проекта Мониторинг проекта	Разработка стратегического плана развития территории Разработка комплексных целевых программ развития отраслей Формирование кластерных инициатив

При этом подчеркнем, что в трансформационный период, отличающийся нестабильностью, наличием случайных явлений, использование ряда методов не может быть жестко заданным на длительный период времени, так как по мере развития региональной экономики, рыночной среды они должны меняться (пересматриваться целесообразность их применения). Это, в свою очередь, требует гибкой и мобильной системы управления конкурентоспособностью региона в целом.

Третий блок представляет арсенал инструментов, количество, сочетания и степень использования которых может принимать различные значения в зависимости от конкретных задач, решений, ситуаций. Поэтому всегда необходимо учитывать определенную комплексность влияния разных инструментов, в совокупности составляющих системный инструментальный механизм. Важно также отметить, что перечень конкретных инструментов воздействия претерпевает изменения в связи с изменениями внешних и внутренних факторов, появлением новых

инструментов, совершенствованием элементов системы регионального управления (органов управления, структур, ресурсов, технологий и др.).

Отметим, что актуальность реализации такого инструмента повышения конкурентоспособности, как кластерная политика, в Вологодской области существенно возрастает. Это подтверждается оценкой потенциала кластеризации в регионе с помощью расчетов коэффициентов специализации, локализации и душевого производства [137].

Расчет коэффициента специализации свидетельствует о том, что отраслями промышленной специализации региона являются металлургическая, химическая, деревообрабатывающая, пищевая, производство машин и оборудования, а также неметаллических минеральных продуктов. Значение коэффициента в этих отраслях превышает единицу (табл. 3.2).

Таблица 3.2. **Коэффициенты специализации по видам экономической деятельности Вологодской области**

Вид экономической деятельности	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	Рост/снижение
Металлургическое производство и производство готовых металлических изделий	7,50	7,53	9,31	10,49	10,72	8,75	8,10	↑
Обработка древесины и производство изделий из дерева	4,68	5,26	6,47	5,75	7,64	6,16	6,17	↑
Химическое производство	2,95	3,11	4,19	6,48	6,28	4,79	4,76	↑
Производство машин и оборудования	1,46	1,54	2,25	2,11	2,47	2,08	1,66	↑
Производство прочих неметаллических минеральных продуктов	0,97	0,98	1,2	1,19	1,58	1,42	1,21	↑
Производство пищевых продуктов, включая напитки	0,86	0,94	1,1	1,15	1,45	1,17	1,11	↑
Текстильное и швейное производство	0,65	0,61	0,55	0,57	0,76	0,63	0,52	↓
Целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	0,36	0,39	0,46	0,51	0,67	0,56	0,55	↑
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	0,22	0,26	0,34	0,22	0,22	0,16	0,13	↓
Производство транспортных средств и оборудования	0,07	0,08	0,13	0,18	0,20	0,12	0,09	↑
Производство резиновых и пластмассовых изделий	0,22	0,14	0,11	0,10	0,23	0,12	0,19	↓
Здесь и далее: Расчет произведен на основе официальных статистических данных Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/								

Степень концентрации (или локализации) отрасли в регионе определяется значением коэффициента локализации (Кл).

Коэффициент локализации данного производства на территории региона представляет собой отношение удельного веса данного сектора экономики в структуре производства региона к удельному весу того же сектора в структуре производства страны. Его расчет может производиться по валовой товарной продукции, основным промышленным фондам или численности промышленно-производственного персонала.

Так, согласно проведенным расчетам, наиболее развитыми секторами промышленности региона являются металлургический, химический и деревообрабатывающий, обеспечивающие экспорт-вывоз товаров и услуг за пределы региона (табл. 3.3).

Таблица 3.3. Коэффициенты локализации по видам экономической деятельности Вологодской области

Вид экономической деятельности	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	Рост/ Снижение
Металлургическое производство и производство готовых металлических изделий	3,35	3,29	3,29	3,37	3,58	4,87	5,07	↑
Обработка древесины и производство изделий из дерева	2,13	2,27	2,27	1,85	2,55	3,43	3,86	↑
Химическое производство	1,22	1,36	1,47	2,08	2,10	2,67	2,98	↑
Производство машин и оборудования	0,65	0,68	0,84	0,68	0,82	1,16	1,04	↑
Производство прочих неметаллических минеральных продуктов	0,44	0,43	0,43	0,38	0,53	0,79	1,26	↑
Производство пищевых продуктов, включая напитки	0,38	0,41	0,39	0,37	0,49	0,65	0,70	↑
Текстильное и швейное производство	0,27	0,25	0,22	0,18	0,25	0,35	0,33	↑
Целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	0,17	0,17	0,17	0,16	0,22	0,31	0,34	↑
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	0,09	0,11	0,12	0,07	0,08	0,09	0,08	↑
Производство транспортных средств и оборудования	0,03	0,03	0,04	0,06	0,07	0,07	0,06	↓
Производство резиновых и пластмассовых изделий	0,09	0,04	0,01	0,03	0,08	0,06	0,12	↑

Коэффициент душевого производства (Кд) исчисляется как отношение удельного веса вида экономической деятельности региона в соответствующей структуре вида экономической деятельности страны к удельному весу населения региона в населении страны.

Расчет коэффициента душевого производства в Вологодской области показал, что в половине видов экономической деятельности его значение выше единицы либо близко к ней. Это свидетельствует о способности данных секторов экономики удовлетворять своей продукцией как внутренний спрос, так и потребности других регионов страны (табл. 3.4).

Таблица 3.4. **Коэффициенты душевого производства по видам экономической деятельности Вологодской области**

Вид экономической деятельности	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	Рост/снижение
Металлургическое производство и производство готовых металлических изделий	9,30	8,11	8,01	8,68	6,83	6,87	7,38	↓
Обработка древесины и производство изделий из дерева	5,80	5,67	5,65	4,76	4,87	4,83	5,62	↓
Химическое производство	3,65	3,36	3,61	5,36	4,00	3,76	4,33	↑
Производство машин и оборудования	1,81	1,67	1,94	1,74	1,57	1,63	1,54	↓
Производство прочих неметаллических минеральных продуктов	1,20	1,06	1,04	0,99	1,01	1,12	1,10	↓
Производство пищевых продуктов, включая напитки	1,06	1,01	0,94	0,95	0,92	0,92	1,01	↓
Текстильное и швейное производство	0,80	0,66	0,47	0,47	0,49	0,50	0,48	↓
Целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	0,45	0,41	0,39	0,42	0,42	0,44	0,50	↑
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	0,27	0,28	0,29	0,18	0,14	0,13	0,12	↓
Производство транспортных средств и оборудования	0,08	0,08	0,11	0,15	0,13	0,10	0,09	↑
Производство резиновых и пластмассовых изделий	0,28	0,15	0,09	0,08	0,15	0,09	0,18	↓

Таким образом, судя по рассчитанным коэффициентам, можно выделить четыре отрасли специализации Вологодской области, которые обладают наибольшим потенциалом кластеризации: металлургическую, химическую, производство машин и оборудования, обработку древесины и производство изделий (значения всех коэффициентов в данных отраслях выше единицы либо близки к ней).

Обратим внимание на то, что Правительство Вологодской области видит приоритетным направлением развитие лесопромышленного комплекса, который занимает одну из лидирующих позиций в реальном секторе экономики. Он объединяет предприятия лесозаготовительной, деревообрабатывающей, целлюлозно-бумажной, лесохимической промышленности, мебельные предприятия, организации по производству оборудования для лесной отрасли. Следовательно, на территории региона присутствует полный цикл производства – от добычи сырья до выпуска конечных продуктов. Деревообрабатывающая промышленность представлена множеством предприятий, которые традиционно сконцентрированы в местах пересечения водных и железнодорожных путей. Наиболее крупными центрами деревообработки являются города Сокол, Харовск, Череповец, поселки Вохтога и Шексна. Крупные лесопильно-деревообрабатывающие комбинаты, такие как Сокольский, Харовский, Монзенский, обладают мощностями для комплексной переработки древесины, что обеспечивает максимальное использование древесного сырья. Положительным моментом для создания лесного кластера является выгодное географическое положение Вологодской области, а именно близость к рынкам сбыта и транспортным «коридорам» страны. Структура лесопромышленного кластера области представлена на рис. 3.2.

Особое значение имеет оценка эффективности функционирования региональных производственных кластеров, корректировка форм и методов государственной поддержки их развития. В этом направлении сотрудниками ИСЭРТ РАН проделана определенная работа по формированию организационно-экономического механизма управления инновационно-инвестиционной деятельностью в лесопромышленном комплексе Вологодской области, разработан экономико-математический инструментальный оценки эффекта его кластеризации [129].

Кластерная организация лесопромышленного производства благодаря оптимизации технологических цепочек, маркетинговых, снабженческих, финансовых связей позволяет получить максимальный эффект при минимальных затратах, т.е. оптимизирует эффект производственной функции «затраты – выпуск». В целях оценки эффекта кластеризации с точки зрения рационального использования природных ресурсов проводится анализ эффективности технологического процесса, описание которого представлено производственной функцией «ресурсы – выпуск». Чем больше полезного продукта можно получить при переработке древесины, тем выше эффективность предлагаемой организационной структуры.

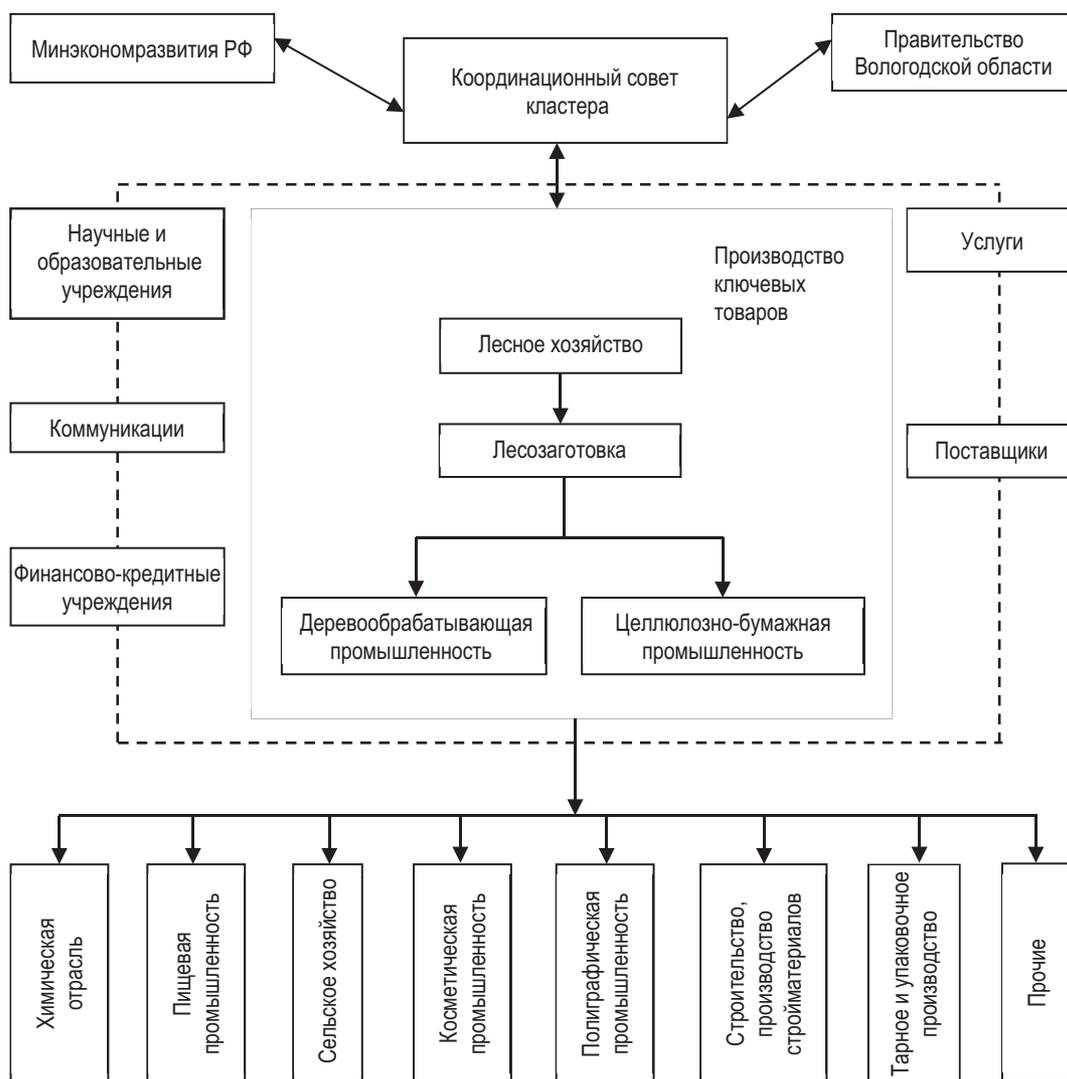


Рис. 3.2. Структура кластера ЛПК Вологодской области

Таким образом, эффект кластеризации, обеспечиваемый за счет более полного использования ресурсов и капитала (основных фондов, в частности производственных мощностей), характеризуется притоком выпуска продукции, снижением затрат, ростом производительности труда, рентабельности производства, товарности кубического метра древесины. Количественные показатели эффекта кластеризации в ЛПК описываются рядом тождеств (табл. 3.5).

Если указанные тождества подтверждаются, то кластер можно считать более эффективной территориальной организацией хозяйствующих субъектов – агентов лесных отношений, чем существующая организация.

Таблица 3.5. **Экономико-математический инструментарий оценки эффекта кластеризации лесопромышленного комплекса региона**

Тождество	Методика расчета
<p>$Y_k / Y_6 > 1$, где Y_k – совокупный выпуск продукции предприятиями в рамках кластера, выраженный в сопоставимых ценах; Y_6 – совокупный выпуск продукции предприятиями, функционирующими вне кластера (в базовой структуре ЛК), выраженный в сопоставимых ценах.</p>	<p>$Y_k = Y_6 + \Delta Y_k$, где ΔY_k – прирост выпуска продукции участниками кластера по сравнению с базовой структурой ЛПК, обусловленный полной загрузкой мощностей за счет лучшего снабжения сырьем и другими ресурсами, потребляемыми в процессе производства.</p> $\Delta Y_k = \sum_n^1 Y_6 \times (M_k - M_6) \times Z_6$ <p>где n – количество участвующих в технологическом процессе (ПФ) производств; M_k – проектируемые коэффициенты использования производственных мощностей в рамках кластера; M_6 – коэффициенты использования производственных мощностей в базовой структуре ЛПК; Z_6 – цена реализации единицы продукции, выпускаемой предприятиями ЛК (в базовой структуре).</p>
<p>$U3_k - U3_6 < 0$, где $U3_k$ – затраты на рубль выпуска и реализации продукции (по сумме предприятий) в рамках кластера, коп.; $U3_6$ – затраты на рубль выпуска и реализации продукции (по сумме предприятий) в базовой структуре ЛПК, коп.</p>	<p>$U3_k = C_k / Y_k$, $U3_6 = C_6 / Y_6$, где C_k и C_6 – себестоимость продукции (по сумме предприятий) соответственно в рамках кластера и в базовой структуре ЛПК.</p> $C_k = C_6 - \Delta C_k$ <p>где ΔC_k – изменение себестоимости, обусловленное в рамках кластера.</p> $\Delta C_k = \Delta C_{yn} + \Delta C_m$ <p>где ΔC_{yn} – изменение себестоимости, обусловленное ростом объема выпуска и связанным с ним снижением условно-постоянных расходов; ΔC_m – изменение себестоимости, обусловленное оптимизацией взаимодействия участников кластера (аутсорсинг и кооперация снабженческих и маркетинговых и других услуг) и связанным с ней снижением транзакционных издержек.</p> $\Delta C_{yn} = (U3_6 - U3_6 \times K_6 \times Y_6 / Y_k) \times Y_k$ <p>где K_6 – доля условно-постоянных расходов в себестоимости продукции (по сумме предприятий ЛПК, функционирующих в базовой организационной структуре).</p> $\Delta C_m = (B_k - B_6) \times Y_k \times K_n$ <p>где B_k и B_6 – стоимость маркетинговых и сбытовых услуг, в долях цены реализации; K_n – доля продукции, реализуемая через посреднические фирмы.</p>
<p>$PT_k / PT_6 > 1$, где PT_k и PT_6 – производительность труда работающего в денежном выражении, соответственно в рамках кластера и в базовой структуре.</p>	<p>$PT = TP / PPP$, где TP – товарная продукция, руб.; PPP – численность промышленно-производственного персонала, чел.</p>
<p>$P_k - P_6 > 0$, где P_k и P_6 – рентабельность производства продукции, выраженная в процентах, соответственно в рамках кластера и в базовой структуре.</p>	<p>$P = (100 - U3) / U3 \times 100$, где $U3$ – затраты на рубль выпуска и реализации продукции (по сумме предприятий).</p>

$T_k / T_6 > 1$, где T_k и T_6 – товарность одного кубометра древесины в круглом виде, соответственно в рамках кластера и в базовой структуре.	$T = TP / V$, где: TP – объем товарного выпуска ЛК в денежном исчислении; V – физический объем рубок леса на территории области или физический объем вывозки, т.е. объем древесины, доставленной к конечным пунктам ее потребления, расположенным на территории области, для раскряжевки на сортименты и их последующей реализации в круглом виде за пределы области или поставки на деревоперерабатывающие предприятия регионального ЛК для глубокой переработки.
--	--

Показатели эффекта кластеризации, рассчитанные по предлагаемой методике, базируются на данных статистической отчетности и материалах Лесного плана Вологодской области, разработанного департаментом лесного комплекса Правительства области. При этом моделирование эффекта кластеризации основано на условном предположении, что кластер уже сформирован и охватывает весь лесопромышленный комплекс региона (табл. 3.6).

Таблица 3.6. **Эффект кластеризации лесопромышленного комплекса Вологодской области**

Показатели	Ед. изм.	Соотношение	2008 г.	2013 г.	2017 г.
Выпуск товарной продукции	Млн. руб.	$Y_k / Y_6 > 1$	1,06	1,03	1,03
Затраты на рубль выпуска и реализации продукции	Коп.	$U3_k - U3_6 < 0$	-5,81	-5,16	-5,07
Производительность труда	Тыс. руб./ чел.	$PT_k / PT_6 > 1$	1,14	1,14	1,13
Рентабельность производства	%	$P_k - P_6 > 0$	8,00	8,96	9,04
Товарность кубического метра древесины по заготовке	Руб.	$T_k / T_6 > 1$	1,045	1,022	1,018

Активизация работ в данном направлении позволит повысить конкурентоспособность региональной экономики, что является важнейшей задачей региональных органов власти и управления в условиях возрастающей конкуренции.

Динамичность внешней и внутренней среды региона, его однородность и многогранность требуют, чтобы в процессе повышения конкурентоспособности государство, хозяйствующие субъекты использовали сочетания различных методов, инструментария с соответствующим разнообразием форм, стимулов и ограничений хозяйственной деятельности.

Все названные выше блоки реализации механизма, направленные на повышение конкурентоспособности региона, смогут бесперебойно функционировать только при условии отлаженного организационного сопровождения, включающего создание необходимых структур, обеспечивающих действия по инициации целей, их развитию и контролю за их достижением. Конкурентоспособность во многом определяется деятельностью соответствующих структур на всех иерархических уровнях. Региональный уровень выделяется своей значимостью в связи с тем, что процесс повышения конкурентоспособности осуществляется на конкретной территории субъекта РФ, где сталкиваются интересы самого большого количества участников. И от того, насколько четко организована реализация региональной политики, зависит эффективность функционирования представленного механизма.

Алгоритм действий, направленных на повышение конкурентоспособности региона, по нашему мнению, должен включать шесть основных этапов, при этом важная роль здесь принадлежит субъектам регионального управления, которые находятся в центре этого процесса, осуществляя необходимые организационно-управленческие действия (рис. 3.3).

Использование приведенного нами алгоритма действий позволит обеспечить региональные органы государственной власти и управления полной и достоверной информацией для определения возможности решения текущих и долгосрочных задач социально-экономического развития региона за счет применения прогрессивных форм, методов, инструментов, способствующих повышению его конкурентоспособности.

Из рисунка видно, что в рамках первого этапа поступательного повышения конкурентоспособности региона осуществляется анализ его социально-экономического развития и специфических особенностей, а также имеющихся конкурентных преимуществ с целью дальнейшего их усиления и реализации.

Второй этап предполагает выявление факторов конкурентоспособности. Важно знать, какие факторы способствуют повышению конкурентоспособности каждого региона, чтобы уметь управлять ими или же, наоборот, отказаться от бесперспективного соперничества в тех областях, где шансов практически нет.

Для любого предмета конкуренции существует набор факторов конкурентоспособности региона. Каждый фактор показывает наличие определенных свойств, востребованных или особо ценимых потреби-

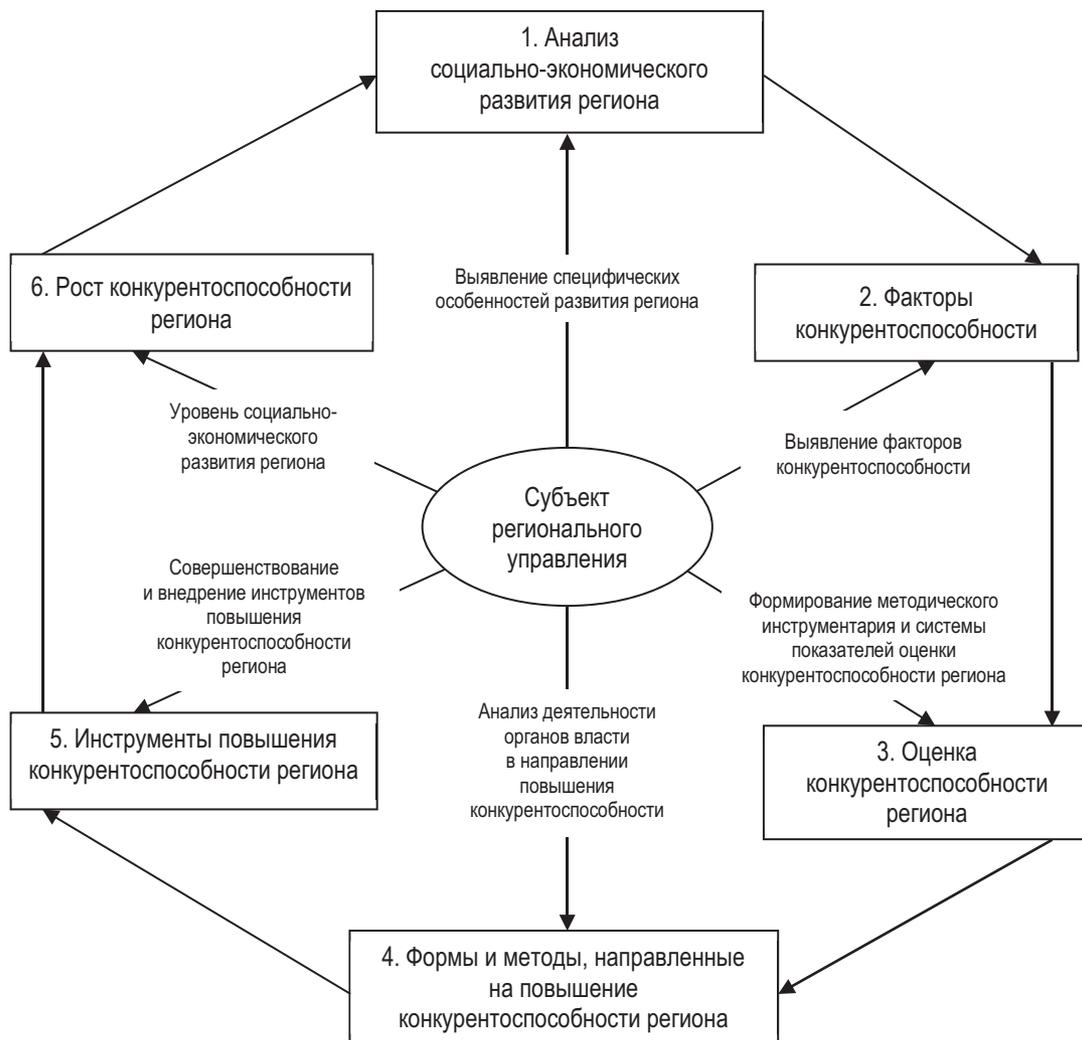


Рис. 3.3. Алгоритм действий региональных органов власти в сфере повышения конкурентоспособности региона

телем при решении вопроса о поселении в регионе, размещении производств, перемещении груза или посещении туристами определенных мест. Требования и их весомость изменяются и во времени в зависимости от характера и особенностей потребителя. Этим обусловлено включение в схему второго этапа.

На третьем этапе осуществляется оценка конкурентоспособности региона, чтобы определить его положение относительно регионов-конкурентов и его конкурентные преимущества, фактически способные увеличить конкурентоспособность или же, напротив, негативно влияющие на ее уровень.

Результатом трех первых этапов является проведение анализа деятельности государственных органов власти в исследуемой сфере, позволяющего перейти к выделению действующих форм и методов повышения конкурентоспособности региона, т.е. к четвертому этапу.

Необходимым для дальнейшей эффективной работы органов власти по повышению конкурентоспособности региона представляется пятый этап – совершенствование и внедрение соответствующих инструментов. Результатом реализации данных инструментов ожидается повышение уровня развития региона, рост его конкурентоспособности, получение дополнительных ресурсов для устойчивого социально-экономического развития и повышения на этой основе уровня жизни населения.

3.2. Совершенствование методического инструментария оценки конкурентоспособности территорий

Опираясь на работы ряда исследователей [87, 103, 129], мы полагаем, что конкурентоспособность регионов не может быть полностью отражена одним или несколькими экономическими или социальными показателями микро- или макроуровня, а также их сопоставлением с аналогичными показателями других территорий. К одному из способов, позволяющих разносторонне оценивать факторы конкурентоспособности и оказываемое ими влияние, относится построение индексов. В социальных науках индекс толкуется как искусственно созданный инструмент количественной или качественной оценки определенной области, образуемый субиндикаторами. С помощью индекса целесообразнее оценивать концепты, которые не могут определяться одним показателем (например, конкурентоспособность, индустриализация, согласованность, интеграция рынков, развитие общества знаний и др.). Целью применения индекса конкурентоспособности является комплексная оценка экономических и социальных аспектов развития территории.

По нашему мнению, применение в масштабе малой открытой экономики или региона показателей, на которых основаны расчеты индексов IMD и Мирового экономического форума [157], приводит к тому, что часть таких показателей невозможно получить из-за сложности расчета. Это стимулирует поиск новых методов оценки конкурентоспособности на уровне региона.

Конкурентоспособность региона становится приоритетным фактором его социального и экономического развития и одновременно предметом фундаментального экономического анализа.

Особую актуальность приобретает совершенствование инструментария анализа и методики оценки конкурентоспособности регионов. Как нам видится, эта методика должна устанавливать основные положения, принципы, систему показателей и алгоритм комплексной оценки уровня конкурентоспособности региона.

Данная оценка как инструмент диагностики используется при сравнительном анализе регионального развития за отчетный и ретроспективный периоды. На основе анализа ее результатов оценивается эффективность мер, предпринимаемых региональными органами государственной власти по реализации социально-экономической политики [60, 67, 124, 125].

Уровень конкурентоспособности региона выступает интегрированным выражением степени использования факторов и предпосылок регионального развития для достижения адекватных социально-экономических результатов.

Основной целью комплексной оценки уровня конкурентоспособности региона является определение возможности решения текущих задач социального и экономического развития на основе внутренних резервов и источников экономического роста, а также эффективности мер, принимаемых органами местного самоуправления по реализации социально-экономической политики.

В качестве ресурсов мы рассматриваем людей, капитал, финансы, информацию. Обладателями этих ресурсов выступают население (жители региона, туристы, население других регионов и стран) и организации (малый, средний и крупный бизнес).

В результате конкурентоспособность региона складывается из конкурентоспособности всех ее составляющих (рис. 3.4).

Следовательно, повысить конкурентоспособность региона возможно:

- ✓ при достижении высокого уровня жизни населения (конкурентоспособность населения);
- ✓ эффективности функционирования хозяйственного механизма региона (конкурентоспособность на рынке товаров или конкурентоспособность хозяйствующих субъектов);
- ✓ инвестиционной привлекательности (конкурентоспособность на рынке капитала или конкурентоспособность финансов);

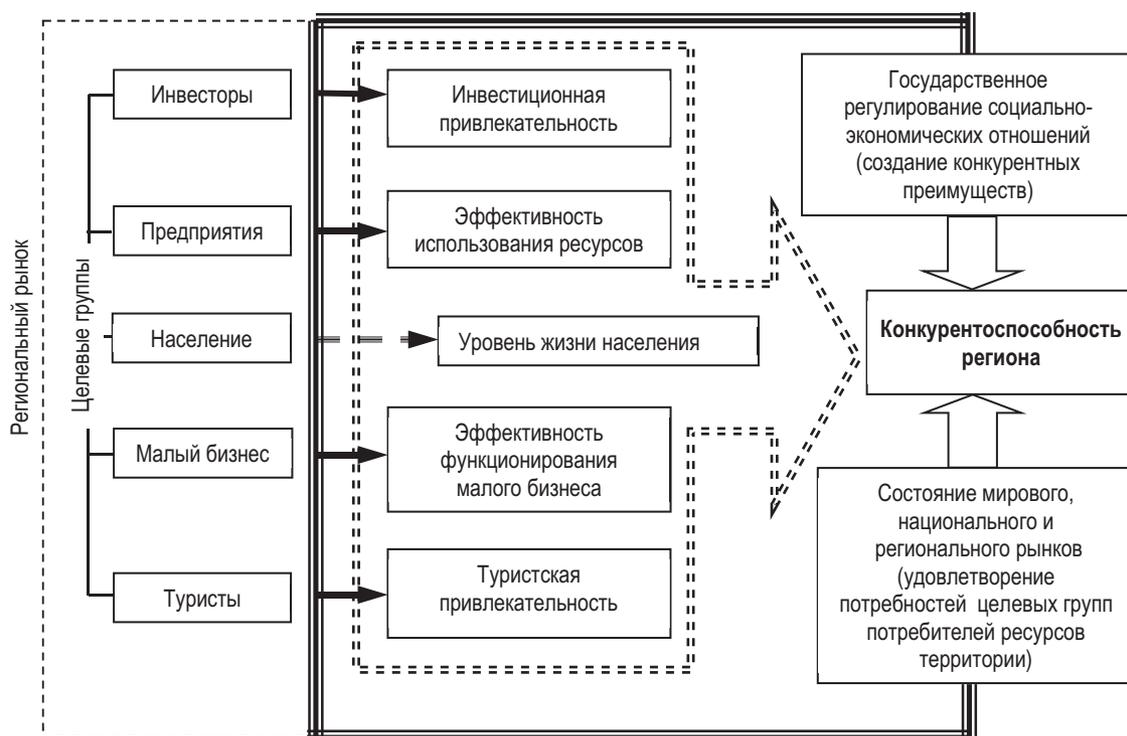


Рис. 3.4. Составляющие оценки конкурентоспособности региона

- ✓ эффективности функционирования малого предпринимательства (конкурентоспособность субъектов малого бизнеса);
- ✓ туристской привлекательности территории (конкурентоспособность рынка туристских услуг).

Алгоритм оценки конкурентоспособности региона, на наш взгляд, заключается в выполнении ряда последовательных этапов (рис. 3.5).

На первом этапе обосновывается система показателей.

Главной целевой группой региона является население, которое именно в регионе реализует свои экономические интересы и удовлетворяет потребности. В связи с этим при оценке конкурентоспособности региона целесообразно учесть следующие показатели: уровень зарегистрированной безработицы; средняя номинальная начисленная заработная плата; доля населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума; соотношение среднедушевых денежных доходов и величины прожиточного минимума; площадь жилых помещений, приходящаяся на одного человека; удельный вес семей, состоящих на учете в очереди на получение жилья; оборот розничной торговли; численность детей на 100 мест в дошкольных образовательных учреждениях; число зарегистрированных преступлений.

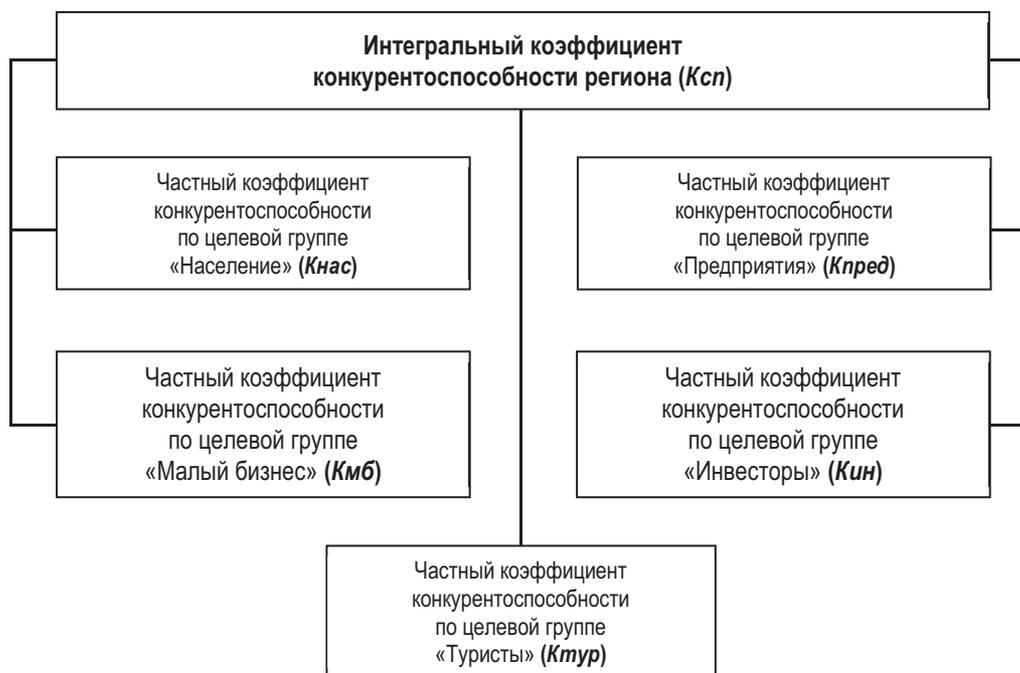


Рис. 3.5. Алгоритм оценки конкурентоспособности региона

Обеспечение высоких темпов и качества экономического развития предполагает повышение конкурентоспособности регионов, которое тесно связано с активизацией инновационных процессов на предприятиях – внедрением высоких технологий в производство и расширением выпуска инновационной продукции, обладающей лучшими потребительскими свойствами и способной успешно соперничать на внутреннем и внешнем рынках. Поэтому учет интересов целевой группы «Предприятия» очень важен для обеспечения высокого уровня конкурентоспособности регионов.

К показателям, характеризующим данную группу, отнесем следующие: объем ВРП; объем промышленной продукции, объем сельскохозяйственной продукции; доля экономически активного населения в общей численности населения региона; удельный вес убыточных организаций; удельный вес полностью изношенных основных фондов крупных и средних организаций; доля персонала, занятого исследованиями и разработками, в общей численности экономически активного населения.

В связи с тем что малый бизнес в рыночной экономике является главным вектором, определяющим темпы экономического роста, структуру

и качество валового регионального продукта, не представляется возможным повышение уровня конкурентоспособности без учета целевой группы «Малый бизнес». Среди показателей, характеризующих уровень его развития, выделим такие, как: доля налоговых поступлений от субъектов малого предпринимательства в консолидированном бюджете области; доля работников, занятых в малом предпринимательстве, в общей численности занятых в экономике; оборот продукции малых предприятий в % к ВРП; число преступлений в сфере экономики в общем количестве зарегистрированных преступлений; доля банковских кредитов в инвестициях в основной капитал; густота автомобильных дорог общего пользования с твердым покрытием.

Высокий уровень социально-экономического развития регионов, повышение их конкурентоспособности на российском и мировом рынках недостижимы без проведения эффективной инвестиционной политики, направленной на позиционирование территории как площадки для реализации инвестиционно-инновационных решений, что способствует усилению инвестиционной привлекательности регионов. В качестве показателей, характеризующих целевую группу «Инвесторы», нами предлагаются следующие: доходы консолидированных бюджетов РФ; инвестиции в основной капитал; доля инвестиций поступающих от иностранных инвесторов, в общем объеме инвестиций; средние цены на первичном рынке жилья; внешнеторговый оборот; производительность труда.

Влияние туризма на конкурентоспособность региона можно исследовать при помощи целевой группы «Туристы» и таких показателей, входящих в ее состав, как: численность зрителей театров; численность посетителей музеев; объем платных услуг населению; оборот общественного питания; выбросы загрязняющих веществ в атмосферный воздух от стационарных источников; густота железнодорожных путей сообщения; объем финансирования целевых туристических программ из областного бюджета; объем въездных туристических потоков; число гостиниц и аналогичных средств размещения.

По каждой целевой группе осуществляется сбор данных в отношении этих показателей и формируется матрица исходных данных. Все частные признаки конкурентоспособности включаются в расчет интегральных (сводных) значений с единицами измерения, выраженными относительными величинами – душевыми, темповыми, долевыми (табл. 3.7).

Таблица 3.7. Состав показателей (факторов) для определения уровня конкурентоспособности по целевым группам и интегрального уровня конкурентоспособности региона

Показатели, характеризующие конкурентоспособность региона в разрезе целевых групп		
Целевая группа	Показатель	Ед. изм.
Население	Уровень зарегистрированной безработицы	%
	Средняя номинальная начисленная заработная плата	Руб./чел.
	Доля населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума	%
	Соотношение среднедушевых денежных доходов и величины прожиточного минимума	%
	Площадь жилых помещений, приходящаяся на одного человека	М ² /чел.
	Удельный вес семей, состоявших на учете на получение жилья	%
	Оборот розничной торговли на душу населения	Руб./чел.
	Численность детей на 100 мест в дошкольных образовательных учреждениях	Чел.
	Число зарегистрированных преступлений на 1000 чел. населения	Ед.
Предприятия	Объем ВРП на душу населения	Тыс. руб./чел.
	Объем промышленной продукции на душу населения	Тыс. руб./чел.
	Объем сельскохозяйственной продукции на душу населения	Тыс. руб./чел.
	Доля экономически активного населения в общей численности населения	%
	Доля персонала, занятого исследованиями и разработками, в общей численности экономически активного населения	%
	Удельный вес убыточных организаций	%
	Коэффициент обновления основных фондов организаций	%
	Коэффициент выбытия основных фондов организаций	%
	Сальдированный финансовый результат деятельности организаций	%
Малый бизнес	Доля налоговых поступлений от субъектов малого предпринимательства в консолидированном бюджете области	%
	Доля работников, занятых в малом предпринимательстве, в общей численности занятых в экономике	%
	Оборот продукции малых предприятий, в % к ВРП	%
	Число преступлений в сфере экономики в общем количестве зарегистрированных преступлений	%
	Доля банковских кредитов в инвестициях в основной капитал	%
	Густота автомобильных дорог общего пользования с твердым покрытием	Км/1000 км ²
	Затраты на технологические инновации на душу населения	Тыс. руб./чел.
	Перевозки грузов автомобильным транспортным организаций всех видов деятельности на душу населения	Тыс. тонн/чел.
	Объем платных услуг на душу населения	Тыс. руб./чел.

Инвесторы	Доходы консолидированных бюджетов РФ на душу населения	Тыс. руб./чел.
	Инвестиции в основной капитал на душу населения	Тыс. руб./чел.
	Доля инвестиций, поступающих от иностранных инвесторов, в общем объеме инвестиций	%
	Доля инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции	%
	Средние цены на первичном рынке жилья	Руб./м ²
	Внешнеторговый оборот на душу населения	Тыс. долл. США/чел.
	Производительность труда*	Тыс. руб./чел.
	Число организаций с участием иностранного капитала, выпускающих продукцию и оказывающих услуги на 10000 чел. населения	Ед.
	Внутренние затраты на исследования и разработки на душу нас.	Руб./чел.
Туристы**	Численность зрителей театров на 1000 чел. нас.	Ед.
	Численность посещений музеев на 1000 чел. нас.	Ед.
	Платные услуги на душу населения	Тыс. руб./чел.
	Оборот общественного питания на душу населения	Тыс. руб./чел.
	Выбросы загрязняющих веществ в атмосферный воздух от стационарных источников на душу населения	Кг/чел.
	Густота железнодорожных путей сообщения	Км/10000 км ²
	Объем финансирования целевых туристических программ из областного бюджета на душу населения	Тыс. руб./чел.
	Объем въездных туристических потоков на 1000 чел. населения	Чел.
	Число гостиниц и аналогичных средств размещения на душу нас.	Ед./чел.
* Расчет производительности труда выполнен по методике Международной организации труда.		
** В настоящее время существует сложность в учете статистических показателей по целевой группе «Туристы». Необходима значительно более широкая система показателей для анализа туристского потенциала региона.		

На втором этапе создается матрица стандартизированных коэффициентов. Для учета весомости показателей и степени различий в их уровне по регионам, а также для расчета единого комплексного индикатора уровня развития целесообразно применить метод многомерного сравнительного анализа. Основанный на методе евклидовых расстояний, он позволяет учитывать не только абсолютные величины показателей каждого региона, но и степень их близости (дальности) от показателя-эталона. В связи с этим координаты сравниваемых регионов выражаются в долях соответствующих координат эталона, взятого за единицу:

k_i – оценка уровня развития по каждому показателю:

$$k_i = \frac{x_i}{\max(x_i)} \text{ – прямой показатель; } k_i = \frac{\min(x_i)}{x_i} \text{ – обратный показатель.}$$

В результате создается матрица стандартизированных коэффициентов.

На третьем этапе производится расчет коэффициента конкурентоспособности по каждой целевой группе, при этом все элементы матрицы стандартизированных коэффициентов по каждому региону и показателю целевой группы возводятся в квадрат и суммируются. Из полученной суммы извлекается квадратный корень:

$$K_i = \sqrt{\sum_{j=1}^m X_{ij}^2}, \quad (3.1)$$

где $i = 1 \dots 5$ – целевая группа, $j = 1 \dots m$ – показатель по целевой группе;
 X_{ij}^2 – значение стандартизированного коэффициента по целевой группе.

Четвертый этап – расчет комплексной оценки конкурентоспособности региона. Интегральный коэффициент (уровень) предлагается рассчитывать по формуле средней геометрической:

$$K_{cn} = \sqrt[5]{\prod_{i=1}^5 K_i}, \quad (3.2)$$

где n – количество целевых групп;
 K_i – коэффициент конкурентоспособности по целевой группе.

В зависимости от значения интегрального коэффициента можно выделить пять уровней конкурентоспособности региона (табл. 3.8).

Таблица 3.8. **Значения интегрального коэффициента (уровня) конкурентоспособности региона**

Границы коэффициента	Уровни конкурентоспособности региона
$2,0 < K_{cn} \leq 3,0$	1. Очень высокий уровень конкурентоспособности, характеризуется максимально эффективным использованием конкурентных преимуществ региона, четко выстроенной социально-экономической политикой
$1,8 < K_{cn} \leq 2,0$	2. Высокий уровень конкурентоспособности, высокая степень использования конкурентных преимуществ
$1,6 < K_{cn} \leq 1,8$	3. Средний уровень, характеризуется развитием нескольких факторов, способствующих достижению конкурентоспособности
$1,0 < K_{cn} \leq 1,6$	4. Низкий уровень, с низким развитием факторов конкурентоспособности
$0 \leq K_{cn} \leq 1,0$	5. Очень низкий уровень, возможность исчезновения с конкурентного поля (депрессивная территория)

Данная методика оценки конкурентоспособности региональных социально-экономических систем позволяет:

- провести сравнительную оценку конкурентоспособности различных территорий;

- более обоснованно оценить перспективы социально-экономического развития региона;
- определить эффективность использования ресурсов территории;
- объективно оценить эффективность работы региональных органов государственной власти;
- оценить возможность повышения конкурентоспособности территории в целом и по каждой целевой группе.

Апробация данной методики проведена на примере регионов Северо-Западного федерального округа.

Коэффициент конкурентоспособности по целевой группе «Население» показывает прежде всего удовлетворенность населения социально-экономическими условиями, комфортностью проживания в том или ином регионе (т.е. регион должен максимально удовлетворять потребности конкретного индивида при выборе им места проживания или ведения бизнеса и т.д.). Целью социально-экономического развития региона является создание качественной среды для людей, уже живущих и работающих в нем, его потенциальных жителей (внешних лиц). Региональные органы власти, бизнес-сообщества, специалисты в области социально-экономического развития концентрируют усилия на обеспечении надлежащего состояния школ, медицинских объектов, детских учреждений, регулируют вопросы занятости населения, улучшения криминогенной обстановки в регионе и т.д.

Судя по данным расчета коэффициента конкурентоспособности регионов СЗФО по целевой группе «Население» (табл. 3.9), лидирующие позиции занимает Архангельская область (2,760) с одним из самых высоких темпов роста (0,412).

Таблица 3.9. Частный коэффициент конкурентоспособности регионов Северо-Западного федерального округа в 2000–2011 гг. по целевой группе «Население» ($K_{\text{нас}}$)

Регион	2000 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	Изменение 2011–2000 гг.
Архангельская обл.	2,348	2,585	2,425	2,381	2,544	2,690	2,712	2,760	0,412
Мурманская обл.	2,650	2,292	2,245	2,245	2,410	2,637	2,562	2,689	0,039
Калининградская обл.	2,154	2,355	2,450	2,583	2,521	2,571	2,609	2,627	0,473
Республика Коми	2,659	2,601	2,535	2,540	2,611	2,531	2,580	2,594	-0,065
Новгородская обл.	2,224	2,281	2,270	2,212	2,436	2,513	2,548	2,579	0,355
Ленинградская обл.	1,909	2,196	2,333	2,417	2,469	2,496	2,485	2,513	0,604
Республика Карелия	2,404	2,410	2,494	2,321	2,367	2,386	2,397	2,396	-0,008
Псковская обл.	2,013	2,213	2,147	3,418	2,357	2,351	2,365	2,382	0,369
Вологодская обл.	2,411	2,389	2,340	2,317	2,385	2,326	2,361	2,371	-0,040

Это свидетельствует в большей степени о наличии «северных» льгот: высоких коэффициентов, дополнительных надбавок и отпусков для населения. Льготы действуют также в Мурманской области, республиках Коми и Карелия. Однако по комфортности условий проживания северные территории значительно уступают регионам, расположенным в центральной полосе, что выражается в миграционной убыли населения.

Что касается Вологодской области, то до 2005 года значение частного коэффициента конкурентоспособности по целевой группе «Население» было одним из наиболее высоких в округе – 2,389. За период с 2000 по 2011 г. в области зафиксировано снижение коэффициента (на 0,040), которое вызвано некоторым повышением уровня безработицы, доли малоимущего населения, низким оборотом розничной торговли. В целом по регионам наблюдается выравнивание (сглаживание) уровня регионального развития. Весомая роль здесь принадлежит реализации приоритетных национальных проектов «Образование», «Здоровье», «Доступное жилье», направленных на улучшение социально значимых сфер экономики в регионе.

Динамика коэффициента конкурентоспособности по целевой группе «Предприятия» (табл. 3.10) показывает, что первое место среди регионов СЗФО в 2011 г. занимала Ленинградская область (2,018). Второе место – у Республики Коми (1,935). Калининградская область замыкает тройку лидеров с результатом 1,856.

Таблица 3.10. **Частный коэффициент конкурентоспособности регионов Северо-Западного федерального округа в 2000–2011 гг. по целевой группе «Предприятия» ($K_{пред}$)**

Регион	2000 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	Изменение 2011–2000 гг.
Ленинградская обл.	1,810	1,979	2,073	1,981	1,918	2,167	1,988	2,018	0,208
Республика Коми	1,996	1,946	1,993	1,909	1,821	1,998	1,944	1,935	-0,061
Калининградская обл.	1,576	1,734	1,745	1,927	1,707	1,831	1,847	1,856	0,280
Архангельская обл.	1,498	1,547	1,693	1,715	1,638	1,801	1,796	1,819	0,321
Вологодская обл.	1,989	1,965	1,920	1,834	1,920	1,745	1,700	1,789	-0,200
Мурманская обл.	2,090	1,862	1,852	1,732	1,688	1,745	1,828	1,785	-0,305
Республика Карелия	1,702	1,709	1,696	1,695	1,651	1,665	1,686	1,684	-0,018
Новгородская обл.	1,422	1,468	1,491	1,409	1,529	1,586	1,484	1,495	0,073
Псковская обл.	1,384	1,403	1,369	1,330	1,308	1,584	1,396	1,398	0,014

В Вологодской же области, вошедшей в число 17 регионов СЗФО, наиболее пострадавших от кризиса, по сравнению с другими регионами были весьма значительными спад промышленного производства, инвестиционной активности и рост социальной напряженности, что обусловило ее смещение в 2009–2011 гг. на 5 место в округе (с 1,745 до 1,789).

Рассмотрим целевую группу «Малый бизнес». Коэффициент конкурентоспособности региона по этой группе отражает его состояние, эффективность комплекса мероприятий, направленных на его развитие. Это весьма важно знать в свете того, что в настоящее время малый бизнес приобретает первостепенное значение, выступая ключевым фактором устойчивого и долгосрочного экономического роста регионов, повышения региональной конкурентоспособности и благосостояния населения.

Расчеты коэффициентов конкурентоспособности по данной целевой группе свидетельствуют о том, что резульативный показатель в регионах СЗФО остается на протяжении исследуемого периода достаточно низким (табл. 3.11).

Таблица 3.11. Частный коэффициент конкурентоспособности регионов Северо-Западного федерального округа в 2000–2011 гг. по целевой группе «Малый бизнес» (K_{mb})

Регион	2000 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	Изменение 2011–2000 гг.
Калининградская обл.	1,879	2,324	2,322	2,415	2,312	2,051	2,217	2,274	0,395
Псковская обл.	1,406	1,147	1,368	1,367	1,532	1,599	1,612	1,649	0,243
Республика Карелия	1,450	1,132	1,219	1,312	1,537	1,432	1,473	1,492	0,042
Вологодская обл.	1,178	0,887	0,995	1,064	1,374	1,362	1,345	1,368	0,190
Новгородская обл.	1,212	1,311	1,431	1,162	1,413	1,357	1,369	1,386	0,174
Мурманская область	1,367	0,792	0,781	0,904	0,844	1,355	1,297	1,325	-0,042
Республика Коми	1,682	0,978	0,906	0,971	1,137	1,314	1,317	1,324	-0,358
Архангельская обл.	1,292	0,782	1,000	1,026	1,285	1,301	1,309	1,321	0,029
Ленинградская обл.	1,396	1,064	1,452	1,100	1,075	1,052	1,190	1,155	-0,241

Самое высокое значение этого показателя достигнуто в 2011 г. в Калининградской области (2,274). Этому способствовали: высокая доля налоговых поступлений от субъектов малого предпринимательства в консолидированном бюджете области; незначительное число преступлений, зарегистрированных в сфере экономики; высокий оборот продукции малых предприятий в процентах к валовому региональному продукту.

Вологодская область по уровню развития малого бизнеса находится на 4 месте с коэффициентом 1,368. К факторам, заметно снижающим её конкурентоспособность, отнесем: низкий оборот продукции малых предприятий; большое число преступлений в сфере экономики; неэффективность мер поддержки субъектов малого бизнеса. Заметим, что в большинстве регионов округа за 2000–2011 гг. данный коэффициент вырос незначительно, а в таких регионах, как Ленинградская, Мурманская области, Республика Коми, он снизился. Это свидетельствует о недостаточной поддержке предпринимательской деятельности, отсутствии стимулов к реализации собственных идей, низкой степени активности регионов в создании новых видов и форм предпринимательства.

Повышение конкурентоспособности региональной экономики на основе формирования благоприятных условий в предпринимательской сфере требует усилий органов государственной власти и РФ, и ее субъектов. Тем более что малое и среднее предпринимательство является стратегическим приоритетом государственной политики, как отмечается в «Основных направлениях деятельности Правительства РФ до 2012 г.», «Программе развития конкуренции в РФ», утвержденной распоряжением Правительства РФ от 19 мая 2009 г. № 691-р, а также в программно-целевых документах Правительства Вологодской области. Следовательно, необходимо учитывать интересы малого бизнеса при создании благоприятных условий для его ведения (налоговые льготы, повышение его доходности посредством развития государственно-частного партнерства).

Как известно, наиболее чутким индикатором смены фаз развития региональной экономики является динамика инвестиций. Рост инвестиций всегда знаменует предстоящий её устойчивый рост. И наоборот, сокращение инвестиций через определенное время неизбежно ведет к экономическому спаду. Поэтому ориентация на удовлетворение потребностей целевой группы «Инвесторы» стратегически важна для развития региональной экономики.

Согласно расчету коэффициента конкурентоспособности по этой группе, инвестиционной привлекательностью и активностью, безусловно, обладают все регионы, входящие в состав СЗФО (табл. 3.12). Причем наиболее привлекательными для капитальных вложений являются Республика Коми (2,131), Ленинградская (2,056) и Архангельская (1,986) области.

Таблица 3.12. Частный коэффициент конкурентоспособности регионов Северо-Западного федерального округа в 2000–2011 гг. по целевой группе «Инвесторы» ($K_{ин}$)

Регион	2000 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	Изменение 2011–2000 гг.
Республика Коми	2,192	2,110	2,000	1,807	1,963	2,131	2,034	2,175	-0,017
Ленинградская область	1,778	2,109	2,270	2,075	2,095	2,056	2,064	2,111	0,333
Архангельская область	1,347	1,697	1,627	1,862	2,133	1,986	1,775	1,847	0,500
Мурманская область	1,567	1,471	1,715	1,709	1,743	1,819	1,671	1,688	0,121
Калининградская область	1,332	1,487	1,523	1,643	1,624	1,732	1,741	1,765	0,433
Вологодская область	1,669	2,023	1,697	1,715	1,789	1,646	1,596	1,639	-0,030
Новгородская область	1,523	1,854	1,630	1,728	1,850	1,644	1,705	1,735	0,212
Республика Карелия	1,714	1,898	1,969	1,596	1,638	1,439	1,430	1,449	-0,265
Псковская область	1,194	1,189	1,202	1,182	1,330	1,300	1,326	1,347	0,153

Вологодская область, входящая в число регионов РФ с наибольшими возможностями для размещения средств инвесторов, в 2009 г. занимала лишь 6 место (1,646), тогда как в 2004 г. была регионом-лидером. Заметно снизило её конкурентоспособность действие таких факторов, как уменьшение доходов консолидированного бюджета, падение объема инвестиций в основной капитал, низкая производительность труда.

Экономическое развитие области в последние годы свидетельствует о недостаточно активной инвестиционной политике региональных органов власти. Однако регион обладает благоприятным сочетанием инвестиционного климата и экономического потенциала (примером может служить разработка инвестиционных проектов ИП «Шексна», ИП «Сокол», «Великий Устюг – родина Деда Мороза» и др.). Создание условий для активизации инвестиционной деятельности представляет важное направление деятельности Правительства области с целью диверсификации её экономики.

Одним из наиболее платежеспособных сегментов потребителей являются туристы. Благодаря расходам этой целевой группы в экономику региона поступают дополнительные денежные средства, часть которых зачисляется в виде налогов в региональные и местные бюджеты.

Расчет коэффициента конкурентоспособности регионов СЗФО по целевой группе «Туристы» показал, что наибольшей туристской привлекательностью обладают Калининградская область (2,162), Республика Карелия (2,181), Псковская область (2,161), Вологодская область (2,128), Ленинградская область (2,102) (табл. 3.13). Это обусловлено такими факторами, как рост объема платных услуг, густота железнодорожных путей общего пользования, увеличение оборота общественного питания, снижение выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух, рост объема въездных туристских потоков.

Таблица 3.13. Частный коэффициент конкурентоспособности регионов Северо-Западного федерального округа в 2000–2011 гг. по целевой группе «Туристы» ($K_{тур}$)

Регион	2000 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	Изменение 2011–2000 гг.
Калининградская область	1,871	1,882	1,990	1,941	1,962	2,147	2,159	2,162	0,291
Республика Карелия	1,781	1,990	1,909	1,995	1,968	2,029	2,129	2,181	0,400
Псковская область	1,513	1,703	1,730	1,780	1,774	1,944	2,089	2,167	0,654
Вологодская область	1,325	1,711	1,762	1,846	1,897	1,928	2,094	2,128	0,803
Ленинградская область	1,438	1,656	1,752	1,771	1,782	1,917	1,925	2,102	0,664
Мурманская область	1,661	1,707	1,733	1,723	1,727	1,819	1,920	1,968	0,307
Новгородская область	1,610	1,712	1,809	1,644	1,707	1,766	1,812	1,887	0,277
Архангельская область	1,218	1,283	1,303	1,401	1,436	1,588	1,646	1,731	0,513
Республика Коми	1,214	1,230	1,285	1,363	1,346	1,485	1,585	1,659	0,445

Представленные выше частные коэффициенты конкурентоспособности дают возможность определить интегральный уровень конкурентоспособности регионов СЗФО (табл. 3.14).

Как выяснилось, очень высокий уровень конкурентоспособности имели в 2011 г. Калининградская (2,469) и Ленинградская (2,018) области. В целом за исследуемый период Калининградская область улучшила свои позиции в рейтинге и переместилась с четвертого места на первое, соответственно Ленинградская область – с шестого места на второе. Значительно повысить уровень конкурентоспособности удалось и Архангельской области (1,863) (пятое место против восьмого).

Таблица 3.14. Интегральный уровень конкурентоспособности регионов Северо-Западного федерального округа в 2000–2011 гг. (K_{cn})

Регион	2000 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	Изменение 2011–2000 гг.	Рейтинг 2000 г. и 2011 г.
Калининградская область	1,739	1,927	1,976	2,050	1,996	2,047	2,347	2,469	0,730	4 – 1 ↑
Ленинградская область	1,653	1,744	1,946	1,782	1,802	1,863	1,962	2,018	0,365	6 – 2 ↑
Республика Коми	1,884	1,666	1,637	1,621	1,702	1,839	1,882	1,990	0,106	1 – 3 ↓
Мурманская область	1,815	1,534	1,574	1,581	1,595	1,832	1,839	1,876	0,061	2 – 4 ↓
Архангельская область	1,494	1,468	1,541	1,599	1,750	1,818	1,847	1,863	0,369	8 – 5 ↑
Вологодская область	1,657	1,705	1,680	1,687	1,845	1,773	1,881	1,859	0,202	5 – 6 ↓
Новгородская область	1,565	1,694	1,702	1,570	1,754	1,735	1,789	1,799	0,234	7 – 7
Республика Карелия	1,785	1,775	1,809	1,720	1,809	1,754	1,775	1,784	-0,001	3 – 8 ↓
Псковская область	1,479	1,485	1,529	1,540	1,620	1,720	1,754	1,772	0,293	9 – 9

– очень высокий уровень
 – высокий уровень
 – средний уровень
 – низкий уровень

Снижение рейтинга зафиксировано: у Республики Коми (1,990) – с первого на третье место, Мурманской области (1,876) – со второго на четвертое, а также Вологодской (1,859) области – с пятого на шестое место.

Хотя уровень конкурентоспособности Республики Карелия остался практически на прежнем уровне, падение её рейтинга (с третьего на восьмое место) является одним из самых значительных в СЗФО.

Критериальная оценка факторов уровня конкурентоспособности Вологодской области позволила выявить неравномерность их влияния. Так, например, достаточно сильное влияние на интегральный уровень конкурентоспособности в 2000, 2005 и 2011 гг. оказывают факторы, входящие в целевые группы «Население» и «Туристы».

Сдерживают повышение уровня конкурентоспособности факторы целевых групп «Малый бизнес», «Предприятия», «Инвесторы», безусловно имеющих резерв (рис. 3.6).

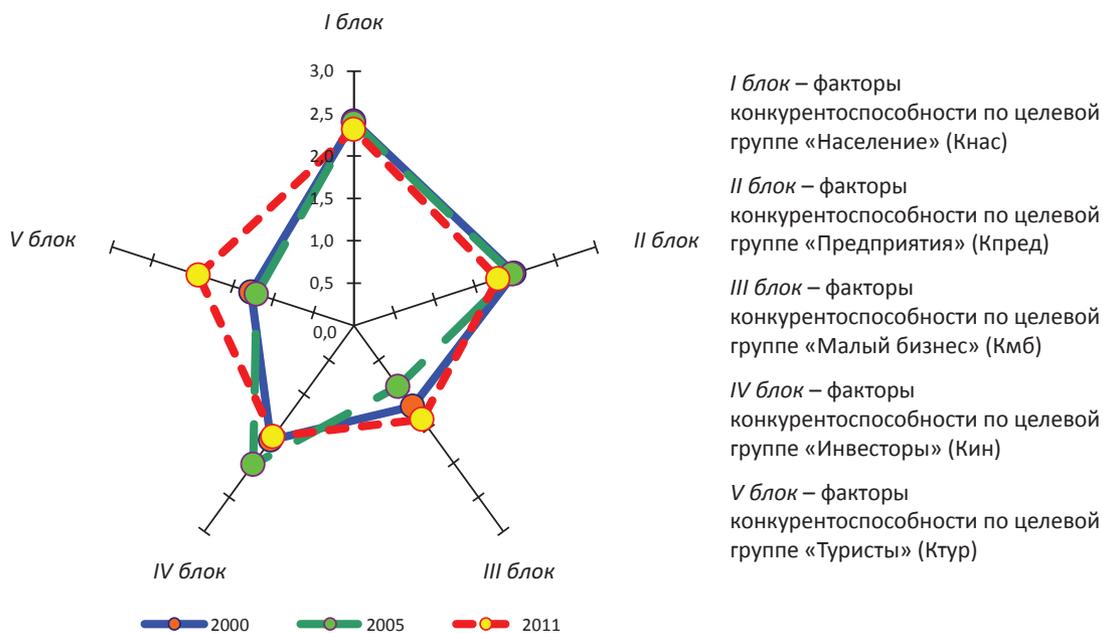


Рис. 3.6. Критериальная оценка факторов, влияющих на уровень конкурентоспособности Вологодской области (2000, 2005 и 2011 гг.)

На основе прогнозных значений целевых индикативных показателей, представленных в стратегических планах развития регионов СЗФО до 2020 г., нами спрогнозирован уровень их конкурентоспособности и определено развитие влияющих на него факторов (рис. 3.7).

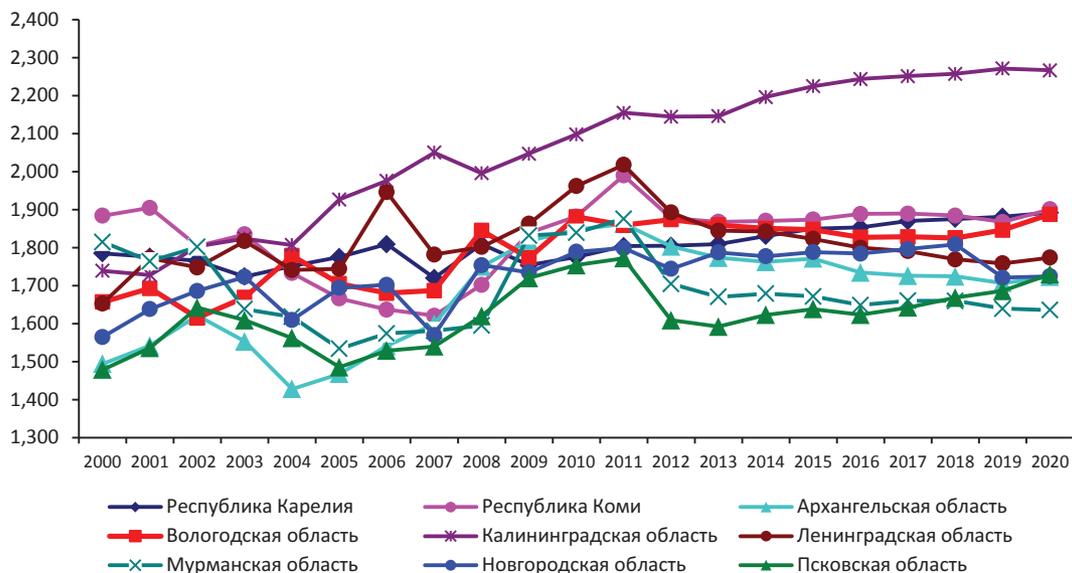


Рис. 3.7. Динамика уровня конкурентоспособности регионов СЗФО в 2000–2011 г. (2012–2020 гг. – прогноз)

Анализ динамики интегрального коэффициента уровня конкурентоспособности Вологодской области в ретроспективном периоде позволяет говорить о необходимости формирования целенаправленной региональной экономической политики по обеспечению инвестиционной привлекательности, эффективности использования ресурсов, повышения уровня жизни населения.

Колебания уровня конкурентоспособности, зафиксированные в 2000–2011 гг., показывают, что в этот период Вологодской области добиться устойчивого социально-экономического развития и стабильного роста конкурентоспособности все же не удалось. Причинами этого послужили не только влияние мирового финансово-экономического кризиса, но и общий дисбаланс и отсутствие согласованности интересов бизнеса, власти, гражданских институтов в реализации социально-экономической политики. В связи с этим управлению конкурентоспособностью региона отводится ведущая роль. Попытка системно подойти к решению его многочисленных проблем заключается в разработке и реализации общей стратегии и отраслевых стратегий развития до 2020 г., а также в достижении запланированных в этих стратегических документах результатов.

Согласно представленным в таблице прогнозным значениям, рассчитанным на основе целевых индикативных показателей Вологодской области до 2020 г., уровень интегрального коэффициента ее конкурентоспособности в 2016 г. выйдет на траекторию стабилизации (табл. 3.15).

Таблица 3.15. Прогнозные значения интегрального коэффициента (уровня) конкурентоспособности регионов Северо-Западного федерального округа в 2012–2020 гг. ($K_{сн}$)*

Регион	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2018 г.	2020 г.	Изменение 2012–2020 гг.
Калининградская область	2,145	2,146	2,196	2,225	2,257	2,267	0,169
Республика Коми	1,878	1,868	1,871	1,874	1,885	1,901	0,053
Республика Карелия	1,805	1,809	1,831	1,850	1,875	1,892	0,092
Вологодская область	1,874 (4)	1,860 (3)	1,851 (3)	1,847(4)	1,825(4)	1,888(4)	0,074
Ленинградская область	1,892	1,844	1,842	1,823	1,769	1,774	-0,125
Псковская область	1,609	1,592	1,623	1,638	1,668	1,730	0,150
Новгородская область	1,744	1,787	1,777	1,788	1,809	1,725	0,040
Архангельская область	1,803	1,773	1,763	1,771	1,724	1,723	-0,108
Мурманская область	1,705	1,670	1,679	1,672	1,660	1,636	-0,067

* Расчет прогнозных значений произведен на основе официальных данных, представленных в стратегических планах социально-экономического развития регионов СЗФО до 2020 г.

Вместе с тем, анализируя прогнозные значения оценки конкурентоспособности области, можно отметить, что факторы конкурентоспособности в период с 2012 по 2020 г. будут развиваться более сбалансированно, чем в 2000–2011 гг. В результате область может занять достаточно устойчивую позицию (4 место) в рейтинге регионов СЗФО. Влияние упомянутых факторов на уровень конкурентоспособности Вологодской области в 2012, 2015 и 2020 гг. отражено на рис. 3.8.

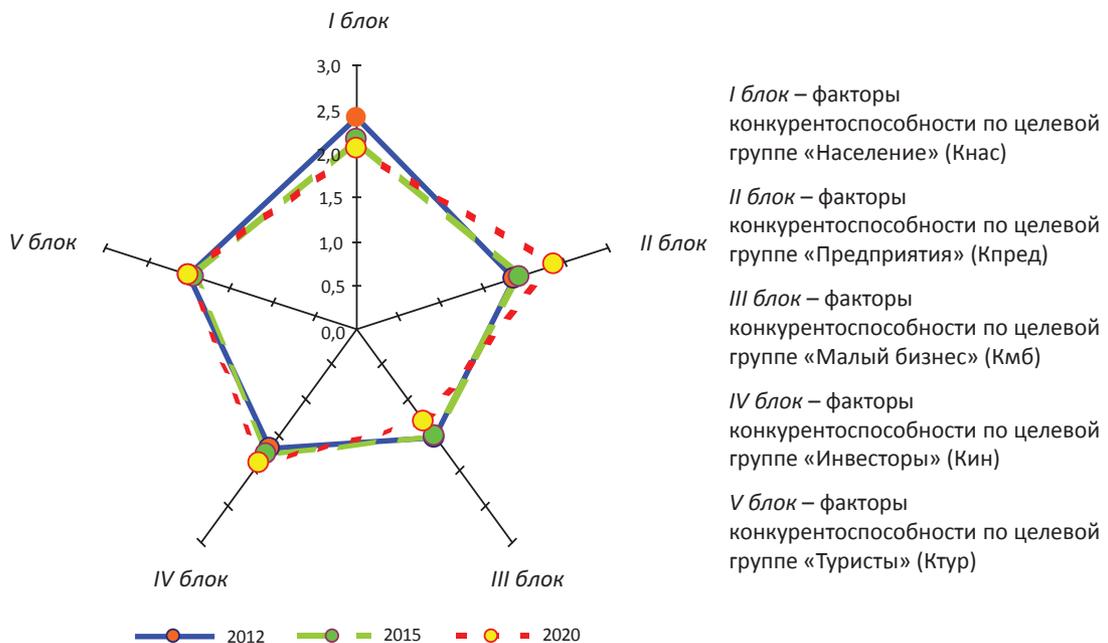


Рис. 3.8. Критерияльная оценка факторов, влияющих на уровень конкурентоспособности Вологодской области

Уровень развития факторов конкурентоспособности в разрезе целевых групп «Население» и «Предприятия» по-прежнему остается высоким с выраженной тенденцией роста. Недостаточное развитие факторов конкурентоспособности наблюдается в целевой группе «Малый бизнес». Замедленное развитие факторов прослеживается по целевым группам «Инвесторы» и «Туристы».

Оценка уровня конкурентоспособности посредством выделения целевых групп потребителей ресурсов территории дает региональным органам власти возможность более обоснованно подходить к корректировке социально-экономической политики, определению прогнозных индикаторов, учитывая профильность и специфику конкретного региона, и выбирать на этой основе наиболее адекватные рыночным условиям пути повышения конкурентоспособности. Результаты оценки

представляют важную информационную базу для региональных органов власти, которые призваны действовать в направлении обеспечения, поддержания и наращивания конкурентных преимуществ региона путем проведения эффективной региональной политики.

Росту конкурентоспособности региона, безусловно, будут способствовать такие направления региональной политики:

- ✓ сохранение и привлечение в экономику высококвалифицированного населения;
- ✓ развитие системы многопрофильного профессионального образования;
- ✓ размещение и сохранение предприятий, привлечение новых фирм, имеющих устойчивые позиции на региональных, национальных, мировых рынках, а также работающих на принципах частно-государственного партнерства;
- ✓ привлечение новых инвестиций в развитие действующих или создание новых производственных предприятий, в коммунальную инфраструктуру, в строительство жилья и социальный комплекс;
- ✓ создание и развитие транспортно-логистических центров;
- ✓ усиление торговой специализации региона и входящих в его состав городов;
- ✓ развитие туристской инфраструктуры и привлечение туристских потоков всех типов;
- ✓ позиционирование региона (проведение крупных культурных, политических, научных, спортивных и других конференций, семинаров, симпозиумов, иных мероприятий, способствующих усилению позитивного имиджа региона).

3.3. Развитие в регионе территориального маркетинга

Исследованием установлено, что региональная конкуренция проявляется в борьбе регионов за целевые группы потенциальных потребителей ресурсов территории, в привлечении которых она заинтересована, при этом территория становится не просто местом проведения экономических акций, а продавцом товаров и услуг – равноправным участником рыночных отношений. Как нам представляется, такой инструмент, как территориальный маркетинг, должен являться неотъемлемой составной частью региональной (экономической) политики, которая должна быть направлена на максимальное удовлетворение потребностей основных целевых групп.

Формой воплощения маркетинга территории можно считать целевые региональные программы, ориентированные на решение социально-экономических проблем. Во многом они способствуют выполнению следующих задач:

- ✓ формирование рыночной инфраструктуры;
- ✓ заполненность единого экономического пространства;
- ✓ решение проблем занятости населения;
- ✓ изменение структуры экономики;
- ✓ улучшение демографической и экологической ситуации;
- ✓ повышение уровня жизни населения и т.п.

Это позволяет рассматривать территориальный маркетинг не только как способ согласования краткосрочных социально-экономических интересов, но и как формирующую основу для удовлетворения долгосрочных социально-экономических интересов различных целевых групп потребителей ресурсов территории.

Маркетинг территории, по нашему мнению, должен быть направлен на следующие аспекты позиционирования Вологодской области:

1. Вологодская область – динамично развивающийся регион инновационного развития, что делает ее привлекательной для инвестирования.
2. Крупный, средний, малый бизнес области производят высококачественную, экологичную и инновационную продукцию.
3. Природа и историко-культурный потенциал территории делают ее привлекательной для путешествий.

Для повышения уровня конкурентоспособности Вологодской области реализуются следующие направления: развитие индустриального парка «Шексна», межмуниципального инвестиционного проекта «Сокол», инвестиционного проекта «Туристская дестинация «Белозеро».

Создание ИП «Шексна» ориентировано на привлечение иностранных и отечественных инвесторов. В его рамках планируется реализация проектов по металлопереработке, производству бытовой техники, электротехнической продукции, автокомпонентов.

Произведем расчет прогнозных значений увеличения конкурентоспособности региона при активной фазе развития ИП «Шексна» в 2014 г. (табл. 3.16).

В результате влияния объема инвестиций в основной капитал и доли инвестиций, поступивших от иностранных инвесторов, повышается уровень конкурентоспособности области.

Таблица 3.16. Реализация проекта ИП «Шексна» и расчет влияния факторов по целевой группе «Инвесторы» ($K_{ин}$) на рост уровня конкурентоспособности Вологодской области в 2014 г.*

Фактор	Базовый 2014 г.	Прогноз $K_{ин}$ 2014 г.	Прогноз уровня $K_{сп}$ 2014 г.	Изменение фактора, с учетом реализации проекта в 2014 г.	Изменение $K_{ин}$, под влиянием фактора	Прогноз уровня $K_{сп}$, с учетом фактора	Результат влияния факторов** $K_{ин}$ на $K_{сп}$
Объем инвестиций в основной капитал, тыс. руб./чел.	62,8	1,675	1,851	111,7	1,778	1,896	1,920
Доля инвестиций, поступивших от иностранных инвесторов, в общем объеме инвестиций, %	12,7			22,9	1,796	1,900	
* При условии, что остальные факторы по целевой группе «Инвесторы» остаются без изменений. ** Расчет произведен на основе данных, представленных Правительством Вологодской области в проекте ИП «Шексна».							

Если в базовом прогнозном варианте он составлял 1,874, то с учетом воздействия органов власти на факторы конкурентоспособности целевой группы «Инвесторы» должен повыситься до 1,920. В настоящее время ряд отечественных и зарубежных компаний рассматривают вопрос о строительстве на территории области промышленных объектов, что позволяет обосновать рост уровня ее конкурентоспособности (табл. 3.17).

Следующим проектом, способным обеспечить рост уровня конкурентоспособности Вологодской области, является межмуниципальный инвестиционный проект «Индустриальный парк «Сокол».

Его проектируемая специализация – производство продукции для малоэтажного жилищного строительства. На территории парка планируется реализация первого проекта строительства завода по производству плит с ориентированной стружкой (OSB) с объемом производства 250 тыс. куб. м в год на первом этапе (увеличение мощности завода до 500 тыс. куб. м в год намечено на втором этапе). В перспективе планируется размещение производств по сборке домов каркасного домостроения, выпуску мягких кровельных материалов и утеплителя, сборке и сервисному обслуживанию домов, а также по изготовлению мебели и фурнитуры.

Таблица 3.17. **Перечень компаний, подавших заявки на участие в проекте ИП «Шексна»**

Компания	Страна	Производство	Площадь производства, га	Численность персонала, чел.
Световые Технологии	РФ	Осветительные приборы	4 га	150
Северсталь-Инвест	РФ	Металлопереработка	3 га	Нет данных
Северсталь-МНК	РФ	Центр по дополнительной обработке листа (грунтовка)	0,7 га	30–40
СС-Катерпиллар	РФ	Дополнительная обработка листа (все кроме штамповки)	0,5 га	30–40
Gorenje	Словения	Бытовая техника	10–12 га	500–1000
Electrolux	Швеция	Бытовая техника	17–18 га	1000
Kirchhoff	Германия	Штамповка автокомпонентов	2 га	Нет данных
Universal Industries	Эстония	Автокомпоненты	0,2 га	Нет данных
DeLonghi	Италия	Радиаторы	3,5 га	300
Philips	Голландия	Электротехническая продукция, пуско-регулирующие устройства	2 га	100
Helvar	Финляндия	Дроссели	Нет данных	Нет данных
Gestamp	Испания	Металлоштамповка	2 га	200
Magnetto	Италия	Металлоштамповка	Нет данных	Нет данных
Бипол	РФ - Польша - Бельгия	Заготовки для бочек	0,8 га	30

Спрогнозируем, насколько может увеличиться конкурентоспособность региона при активной фазе развития инвестиционного проекта «Индустриальный парк «Сокол» и влияния факторов по целевым группам «Предприятия» и «Малый бизнес» в 2014 г. (табл. 3.18).

Проведенный нами анализ показал, что результаты влияния таких факторов в разрезе целевой группы «Предприятия», как объем промышленной продукции, доля экономически активного населения в общей численности населения региона, тоже позволяют повысить уровень его конкурентоспособности. Если в базовом прогнозном варианте уровень конкурентоспособности составлял 1,874, то с учетом воздействия региональных органов власти на факторы конкурентоспособности по этой целевой группе он повысится до 1,893.

Заметно скажется на росте конкурентоспособности области и усиление влияния факторов по целевой группе «Малый бизнес» (табл. 3.19). Исходя из расчетов, можно отметить достаточно высокую степень влияния на уровень конкурентоспособности следующих факторов: доля налоговых поступлений от субъектов малого предпринимательства; доля работников, занятых в малом предпринимательстве; оборот продукции малых предприятий.

Таблица 3.18. Реализация инвестиционного проекта «Индустриальный парк «Сокол» и расчет влияния факторов по целевой группе «Предприятия» ($K_{пред}$) на рост уровня конкурентоспособности Вологодской области в 2014 г.*

Фактор	Базовый 2014 г.	Прогноз $K_{пред}$ 2014 г.	Прогноз уровня $K_{сп}$ 2014 г.	Изменение фактора, с учетом реализации проекта в 2014 г.	Изменение $K_{пред}$ под влиянием фактора	Прогноз уровня $K_{сп}$ с учетом фактора	Результат влияния факторов** $K_{пред}$ на $K_{сп}$
Объем промышленной продукции, тыс. руб./чел.	230,3	1,879	1,851	273,0	1,945	1,887	1,893
Доля экономически активного населения в общей численности населения региона, %	55,3			59,7	1,914	1,881	
* При условии, что остальные факторы по целевой группе «Предприятия» остаются без изменений. ** Расчет произведен на основе данных, представленных Правительством Вологодской области в инвестиционном проекте «Индустриальный парк «Сокол».							

Таблица 3.19. Реализация инвестиционного проекта «Индустриальный парк «Сокол» и расчет влияния факторов по целевой группе «Малый бизнес» ($K_{мб}$) на рост уровня конкурентоспособности Вологодской области в 2014 г.*

Фактор	Базовый 2014 г.	Прогноз $K_{мб}$ 2014 г.	Прогноз уровня $K_{сп}$ 2014 г.	Изменение фактора, с учетом реализации проекта в 2014 г.	Изменение $K_{мб}$ под влиянием фактора	Прогноз уровня $K_{сп}$ с учетом фактора	Результат влияния факторов** $K_{мб}$ на $K_{сп}$
Доля налоговых поступлений от субъектов малого предпринимательства в консолидированном бюджете области, %	3,0	1,517	1,851	5,1	1,719	1,921	1,920
Доля работников, занятых в малом предпринимательстве, в общей численности занятых в экономике, %	17,8			20,4	1,517	1,874	
Оборот продукции малых предприятий, в % к ВРП	36,5			39,5	1,521	1,875	
* При условии, что остальные факторы по целевой группе «Малый бизнес» остаются без изменений. ** Расчет произведен на основе данных, представленных Правительством Вологодской области в инвестиционном проекте «Индустриальный парк «Сокол».							

Как выявлено, действие указанных в таблице факторов конкурентоспособности по целевой группе «Малый бизнес» будет способствовать повышению уровня конкурентоспособности до 1,920.

Основной акцент в деятельности Вологодской области в сфере туризма на долгосрочную перспективу делается на создании и развитии мегапроектов, туристско-рекреационных зон и туристских дестинаций в «коридорах развития». Одним из таких проектов выступает инвестиционный проект «Туристская дестинация «Белоозеро».

Проект направлен на наиболее эффективную реализацию туристского потенциала муниципальных образований, формирование комфортных условий для ведения бизнеса и создание нового конкурентоспособного турпродукта на территории региона. Развитию туризма в дестинации благоприятствует выгодное географическое положение, обуславливающее формирование турпотока из соседних регионов и зарубежных стран.

На территории дестинации находится множество культурно-исторических, природных памятников и природоохранных зон. При этом в каждом районе имеются свой бренд и разработанные турпрограммы (табл. 3.20).

Стратегической целью развития туристского сектора региона должно стать создание конкурентоспособного туристского комплекса, обеспечивающего, с одной стороны, широкие возможности для удовлетворения потребностей населения области, российских и иностранных граждан в туристских услугах, а с другой стороны, вклад в развитие экономики региона, в том числе за счет притока денежных средств, налоговых поступлений в бюджет и увеличения количества рабочих мест, а также сохранение и рациональное использование культурно-исторического и природно-рекреационного потенциала Вологодской области. В связи с этим рассчитаем, насколько может увеличиться конкурентоспособность региона при активной фазе реализации инвестиционного проекта «Туристская дестинация «Белоозеро» (табл. 3.21).

На основании приведённых данных можно сделать вывод о том, что результат влияния таких факторов, как объем финансирования целевых туристических программ, объем въездных туристических потоков, число гостиниц и аналогичных средств размещения, также позволяет повысить уровень конкурентоспособности Вологодской области. С учетом воздействия региональных органов власти на факторы конкурентоспособности по целевой группе «Предприятия» уровень конкурентоспособности повысится до 1,892.

Таблица 3.20. **Характеристика туристского потенциала дестинации «Белоозеро»**

Кирилловский район	Белоозерский район	Вашкинский район
<i>Исторические памятники, природоохранные зоны</i>		
Ансамбль Кирилло-Белоозерского монастыря Ферапонтов монастырь Горицкий девичий Воскресенский монастырь Нило-Сорская пустынь Гора Маура Национальный парк «Русский Север»	Городище Старый Белоозерский городок Белоозерский вал Мариинская водная система (XIX в.) 4 ландшафтных комплексных заказника: Шольский лес, Андогский лес, Городищенский лес, урочище Чермжа, Памятники природы – Дмитрово озеро и Васькин бор Временный охотничий заказник Белоозерский	Комплекс церквей в с. Ухтома Деревянная церковь Успения Каменная церковь Воздвижения Деревянная церковь Александра Невского Археологические памятники: стоянка Слободка каргопольской культуры, стоянка Водоба, городище Княжья могила
<i>Турпрограммы и экскурсии</i>		
Этнографический центр «Хаяр» В гости к травнице Северная Фиваида Сердце Руси Северной По земле Северного русского княжества По Талицким весям	Летописное Белоозеро Светлое Белоозеро Путешествие в город мастеров Сердце Руси Северной	Во владениях Золотой рыбки В гостях у бабушки Федоры
<i>Туристский бренд района</i>		
Кириллов – святая земля	Белоозерск – былинный город	Липин Бор – царство Золотой Рыбки
Источник: Официальный сайт Туристско-информационного центра Вологодской области. – Режим доступа: http://vologdatourinfo.ru		

Следовательно, суммарный эффект от реализации в регионе трех представленных выше проектов выразится в росте уровня конкурентоспособности и смещении вектора ее развития, на который влияют ресурсная обеспеченность, источники финансирования, состав участников процесса повышения конкурентоспособности, структура управления конкурентоспособностью (рис. 3.9) .

Как следует из рисунка, итогом реализации механизма управления конкурентоспособностью региона стало повышение её уровня с 1,851 (4 место среди регионов СЗФО) до 2,006 (2 место). Применяя в совокупности соответствующие методы, формы и инструментарий рассматриваемого механизма, региональные органы власти тем самым воздействуют на социально-экономические процессы в целях повышения конкурентоспособности региона и решения на этой основе первоочередных задач социально-экономического развития.

Таблица 3.21. Реализация инвестиционного проекта «Туристская дестинация «Белоозеро» и расчет влияния факторов по целевой группе «Туристы» ($K_{тур}$) на рост уровня конкурентоспособности Вологодской области в 2014 г.*

Фактор	Базовый 2014 г.	Прогноз $K_{тур}$ 2014 г.	Прогноз уровня $K_{сп}$ 2014 г.	Изменение фактора, с учетом реализации проекта в 2014 г.	Изменение $K_{тур}$ под влиянием фактора	Прогноз уровня $K_{сп}$ с учетом фактора	Результат влияния факторов** $K_{тур}$ на $K_{сп}$
Объем финансирования целевых туристических программ из областного бюджета, тыс. руб./чел.	25,0	2,006	1,851	29,4	2,006	1,874	1,892
Объем въездных туристических потоков на 1000 чел. нас.	1,3			1,5	2,035	1,879	
Число гостиниц и аналогичных средств размещения, ед./чел.	0,12			0,15	2,075	1,887	

* При условии, что остальные факторы по целевой группе «Туристы» остаются без изменений.
 ** Расчет произведен на основе данных, представленных в инвестиционных проектах туристских комплексов и инвестиционных площадок Вологодской области.

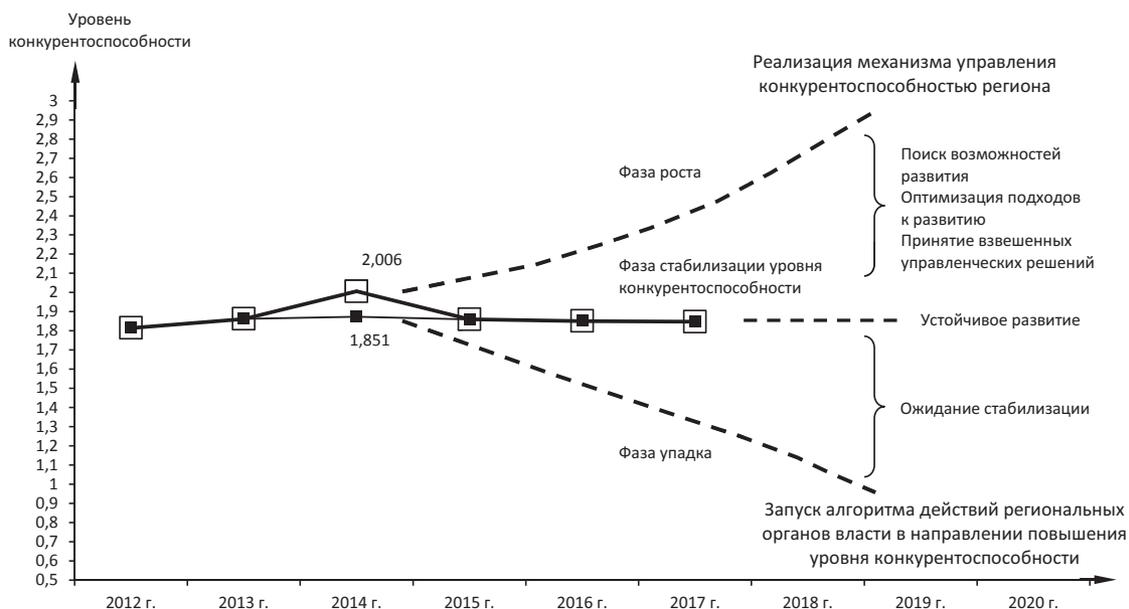


Рис. 3.9. Вектор уровня конкурентоспособности региона

Вместе с тем, воздействуя на факторы повышения конкурентоспособности по исследуемым целевым группам, региональные органы власти способны управлять процессами повышения конкурентоспособности через реализацию инвестиционно-инновационных проектов (рис. 3.10).

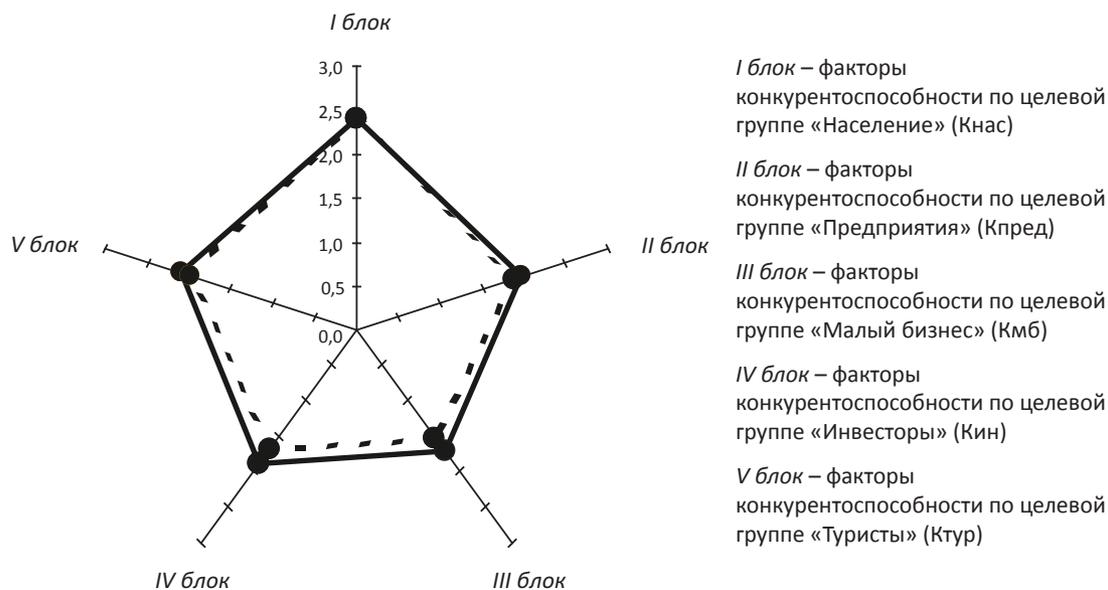


Рис. 3.10. Влияние факторов на уровень конкурентоспособности Вологодской области в 2014 г. за счет реализации ИП «Шексна», ИП «Сокол», инвестиционного проекта «Туристская дестинация Белоозеро»

Необходимым условием повышения региональной конкурентоспособности является согласованность действий и интересов органов власти и организованного бизнеса, гражданских институтов. Инструментом согласования указанных интересов в процессе реализации социально-экономической политики регионального развития выступает территориальный маркетинг. При этом отметим следующее:

1. Интересы населения и гражданских институтов лежат в плоскости решения вопросов социального обеспечения, повышения качества жизни, развития институтов местного самоуправления.

2. Бизнес-интересы хозяйствующих субъектов (корпоративные и отраслевые интересы), получающие выражение в осуществлении внутри- и межотраслевых связей, в максимализации прибыли, связаны с задачами развития и функционирования отрасли и ее ролью в воспроизводственном процессе.

3. В свою очередь, интересы органов региональной государственной (исполнительной и законодательной) власти и органов местного самоуправления обусловлены их функциями по обеспечению устойчивого социально-экономического развития и повышения конкурентоспособности (рис. 3.11).

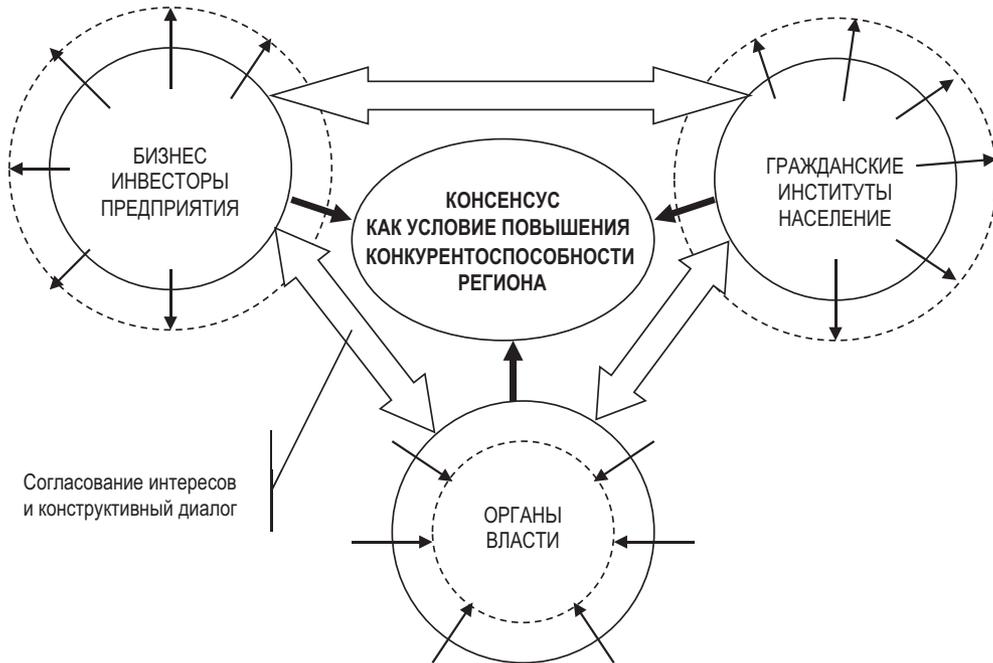


Рис. 3.11. Схема взаимодействия органов власти, институтов гражданского общества и бизнеса

Комплексное развитие территории и эффективная реализация стратегических целей и задач социально-экономического развития невозможны без соблюдения этих интересов. Все три представленные их группы – это динамичные структуры. Так, бесспорным фактом является расширение сфер влияния институтов гражданского общества на процессы социально-экономического развития региона. В условиях глобализации экономики наблюдается также взаимная экспансия отечественного и зарубежного бизнеса. С позиции этих процессов национальные и региональные границы становятся все более прозрачными и размытыми. Административные функции органов государственной власти, напротив, все более сжимаются, уступая место инструментам государственного регулирования социально-экономического развития, основанным на учете интересов всех заинтересованных сторон общества.

Для комплексного решения задач сбалансированного регионального развития и роста конкурентоспособности Вологодской области необходимо разработать стратегию маркетинга, которая позволит скоординировать действия органов власти в направлении повышения конкурентоспособности, применить маркетинговый подход к региональному управлению (рис. 3.12).

Маркетинг территории выражает экономические интересы населения, проживающего в регионе, властных структур, малого, среднего и крупного бизнеса. Общим признаком является то, что регион отводит роль потребителя не только самому себе, но и другим субъектам, внешним и внутренним по отношению к нему.

Потребление целевыми группами территориальных ресурсов, продуктов, услуг и возможностей позволяет региону создавать и преумножать собственное благополучие.

Субъектами, активно осуществляющими продвижение и, условно говоря, «продажу территорий», выступают региональные органы власти и управления, образовательные учреждения, туристические агентства, торговые дома и т.д., проявляющие активность с целью привлечения внимания к территории возможных потребителей (заказчиков продукции и потребителей услуг).

Функциональная соподчиненность стратегических направлений территориального маркетинга дает возможность представить их основные элементы применительно к Вологодской области (табл. 3.22).

Формирование конкурентоспособности Вологодской области на основе реализации стратегии маркетинга позволит добиться строгой иерархии и целевой фокусировки, а также выбора оптимальных направлений воздействия на каждую целевую группу. Соответственно, по каждому направлению стратегии маркетинга появляется возможность разработать эффективный механизм её реализации, закрепить финансовые ресурсы, определить ответственных исполнителей и критерии оценки полученных результатов (рис. 3.13).

При этом подчеркнем, что разработка стратегии маркетинга территории должна строиться с учетом текущих и прогнозируемых потребностей целевых рынков. Сами целевые рынки должны также обеспечивать «подстраивание» территории под будущие потребности, тем самым давая импульс региональным органам власти в направлении реализации маркетинговой стратегии.

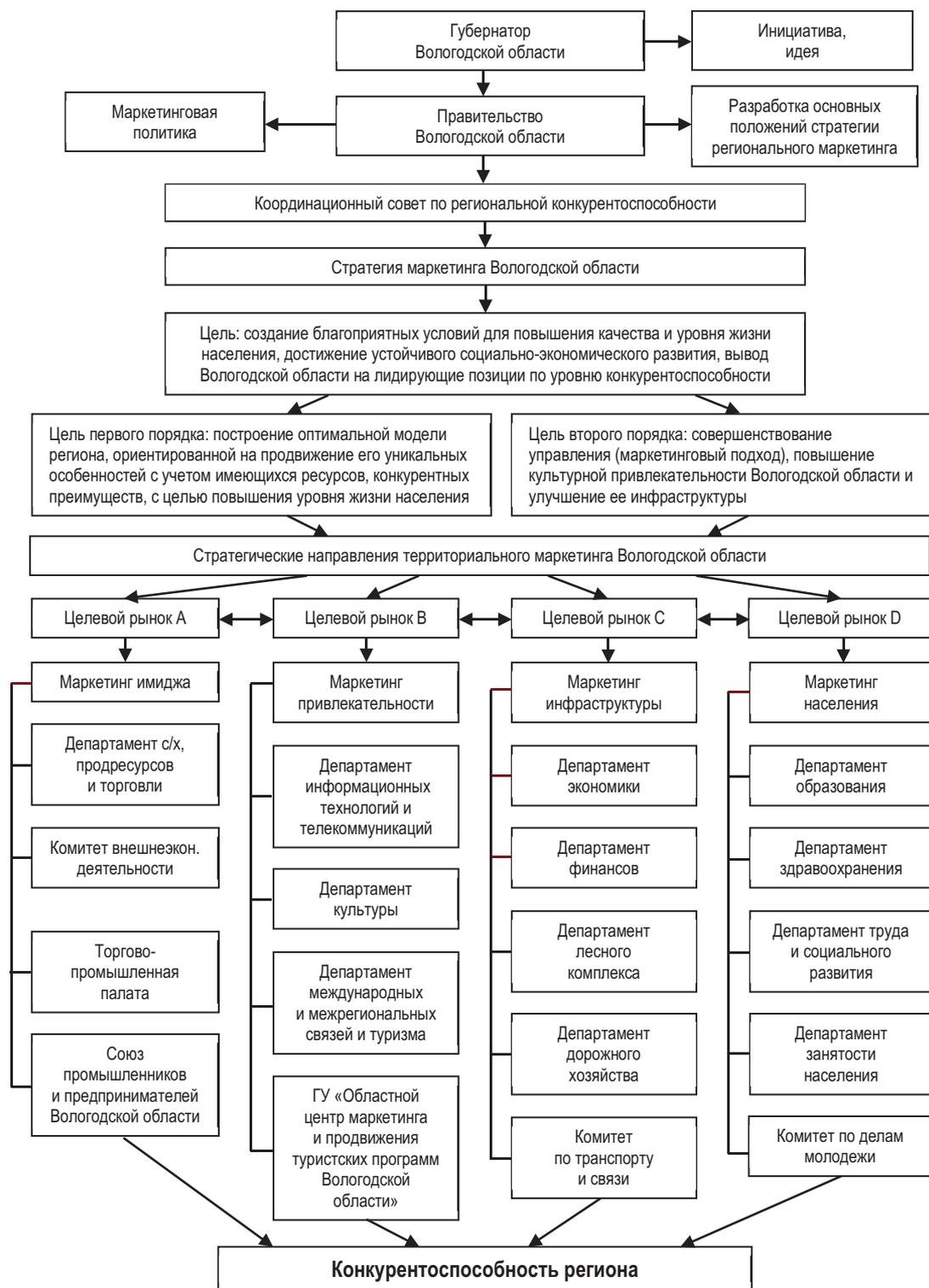


Рис. 3.12. Формирование конкурентоспособности Вологодской области на основе территориального маркетинга (составлено автором)

Таблица 3.22. Основные элементы стратегии маркетинга Вологодской области

Стратегия маркетинга Вологодской области как элемент стратегии комплексного социально-экономического развития			
Целевой рынок (группа)			
(А) Предприятия Малый бизнес	(В) Туристы	(С) Инвесторы	(D) Население
Продукт			
Производимые на территории товары и услуги	Природные красоты, достопримечательности и т.д.	Инвестиционные проекты	Условия проживания на территории, трудоустройство
Стратегии			
Стратегии развития отраслей	Стратегия развития туризма	Стратегия стимулирования инвестиционной деятельности	Стратегия социального развития и повышения занятости населения
Направления развития территориального маркетинга региона			
Маркетинг имиджа	Маркетинг привлекательности	Маркетинг инфраструктуры	Маркетинг населения
<ul style="list-style-type: none"> Разработка и реализация программ формирования и повышения имиджа региона в целом. Коммуникационная деятельность, способствующая повышению для внешних субъектов привлекательности сосредоточенных на территории природных, материально-технических, финансовых, трудовых, организационных, социальных и других ресурсов, а также возможностей территории по реализации и воспроизводству таких ресурсов. Организация и содействие эффективному участию территории и ее субъектов в реализации международных, федеральных, межрегиональных (межтерриториальных) программ, а также размещению государственных и иных заказов в регионе. Сотрудничество с региональными (других регионов), зарубежными и международными организациями. Создание бренда и последующее его продвижение среди других регионов за счет создания положительного имиджа инвестиционного климата, товаров, услуг и т.д. 	<ul style="list-style-type: none"> Содействие организации и работе служб маркетинга на предприятиях и в организациях региона. Распространение и развитие в регионе маркетингового образования и опыта. Маркетинг идей по решению актуальных проблем развития территории, рыночной и социальной инфраструктуры и т.п. Организация конкурсов, тендеров на участие территориальных субъектов в региональных проектах и программах, а также в программах вышестоящих уровней. Маркетинговая поддержка малого и среднего бизнеса. Содействие органам местного самоуправления. 	<ul style="list-style-type: none"> Создание и развитие банка фирменной информации, предоставление информационных и консультационных маркетинговых услуг в соответствии с нуждами и запросами территориальных субъектов. Организация, проведение и координация маркетинговых исследований. Анализ федеральной и региональной законодательной базы по вопросам маркетинга, мониторинг ее соблюдения и выработка рекомендаций по ее использованию. Реализация маркетингового подхода в форме предложений и проектов, способствующих его развитию в управлении, в органы законодательной и исполнительной власти. Организация и проведение в регионе конференций, семинаров, выставок и ярмарок. Выпуск информационно-рекламных материалов. 	<ul style="list-style-type: none"> Реализация мер, направленных на улучшение демографического потенциала региона (повышение рождаемости, сокращение смертности, увеличение продолжительности жизни и т.д.). Совершенствование миграционной политики, содействие занятости населения, в том числе в рамках развития традиционных национальных художественных промыслов и ремесел. Обеспечение потребности отраслей экономики в соответствующих категориях работников и корректировки структуры профессионального обучения, с учетом перспектив социально-экономического развития. Развитие системы непрерывного профессионального образования; повышение качества профессионального образования, его соответствие потребностям экономики и социального развития.

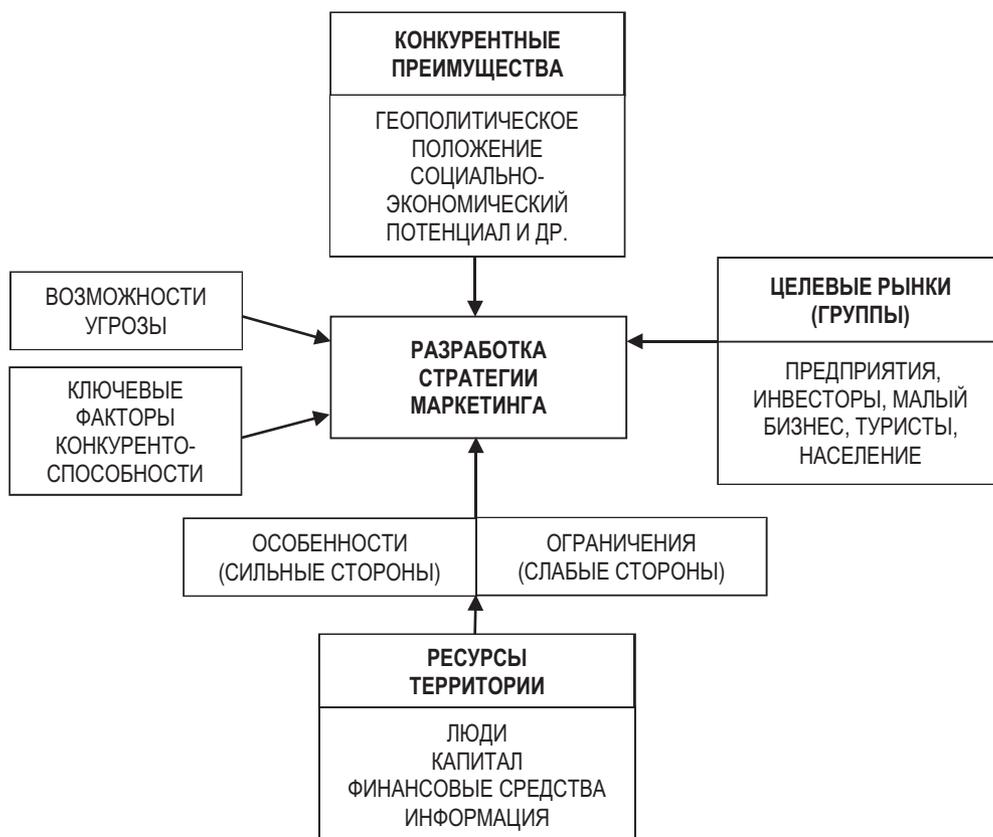


Рис. 3.13. Модель разработки региональной маркетинговой стратегии

При разработке региональной маркетинговой стратегии инициатива, как правило, должна исходить от главы региона. Причем подразумевается, что он понимает необходимость применения новых рыночных инструментов хозяйствования в условиях возрастающей конкуренции между регионами, в частности территориального маркетинга, который способен влиять на процесс повышения конкурентоспособности региона через проведение целенаправленной маркетинговой политики.

Для масштабной реализации проектов и повышения на их основе уровня конкурентоспособности Вологодской области её властные органы должны достигать согласованности интересов основных целевых групп потребителей ресурсов территории с целью удовлетворения их потребностей.

Воздействие региональных органов власти на процесс повышения конкурентоспособности должно представлять системный порядок действий, определенный в стратегии маркетинга региона.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Основные научные выводы и практические результаты, полученные в ходе проведенного исследования, состоят в следующем.

1. Сущность и содержание экономической категории «конкурентоспособность региона» заключается в способности выдерживать конкуренцию со стороны других регионов в борьбе за ресурсы (людей, капитал, финансы, информацию), необходимые для устойчивого развития территории и решения на этой основе социально-экономических задач. Именно повышение уровня конкурентоспособности, выступающее необходимым условием достижения устойчивого социально-экономического развития региона, позволяет удовлетворять возрастающие потребности основных целевых групп потребителей ресурсов территории в условиях динамичной внешней и внутренней среды.

2. Конкурентные преимущества региона определяются наличием тех или иных факторов и не являются постоянными – их поддержка и формирование требуют соответствующих действий со стороны органов государственной власти. Формирование и развитие конкурентных преимуществ способствует ускоренному экономическому росту, повышению благосостояния населения, более эффективному и рациональному использованию ресурсного потенциала региона и в конечном счете его устойчивому социально-экономическому развитию.

3. Управление конкурентоспособностью основывается на оценке ее уровня, которую необходимо проводить на базе частных оценок уровня конкурентоспособности по каждой целевой группе потребителей ресурсов региона.

4. Предложенная нами методика оценки конкурентоспособности региональных социально-экономических систем, основанная на расчете конкурентоспособности по каждой целевой группе и интегрального показателя, позволяет провести сравнительную оценку конкурентоспособности различных территорий; выявить факторы, влияющие на конкурентоспособность региона; определить методы, формы и инструменты управления конкурентоспособностью.

5. Управление конкурентоспособностью региона осуществляется на основе механизма управления, функционирующего в рамках общей системы управления регионом, с учетом региональной социально-экономической политики, факторов внешней национальной и глобальной среды. Повышению конкурентоспособности региона способствует целенаправленное управление социально-экономическими процессами с использованием стратегических методов, кластерной политики, территориального маркетинга.

6. В современных условиях хозяйствования в качестве одного из наиболее адекватных инструментов повышения конкурентоспособности региона выступает территориальный маркетинг, способствующий согласованию интересов органов власти, бизнеса, гражданских институтов в процессе реализации социально-экономической политики регионального развития и повышения конкурентоспособности.

7. Формирование конкурентоспособности региона на основе территориального маркетинга заключается в разработке стратегии маркетинга, реализация которой требует использования экономических, административных, организационных, социально-психологических, информационных и нормативно-правовых методов и учета ряда принципов, наиболее важными из которых выступают сочетание долгосрочного видения и конкретности тактических и оперативных действий, непрерывности, партнерства и адаптивности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года: утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 17.11.2008 г. № 1662-р.
2. Концепция инновационной деятельности хозяйственного комплекса Вологодской области на 2005–2010 годы: утв. постановлением Правительства Вологодской области от 10.11.2004 г. № 1042.
3. О государственном прогнозировании и программах социально-экономического развития Российской Федерации: Федеральный закон от 20.07.1995 г. № 115-ФЗ: принят Государственной Думой.
4. О премиях Вологодской области: Закон области: принят постановлением Законодательного Собрания Вологодской области от 10.02.2008 г. № 1749-03.
5. Основные направления деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2012 года: утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 17.11.2008 г. № 1663-р.
6. Программа развития конкуренции в Российской Федерации: утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 19 мая 2009 г. № 691-р.
7. Прогноз научно-технологического развития Российской Федерации на долгосрочную перспективу (до 2030 г.): концептуальные подходы, направления, прогнозные оценки и условия реализации (проект Российской академии наук). – М., 2008. – 88 с.
8. Развитие малого и среднего предпринимательства в Вологодской области на 2009–2012 годы: целевая программа: утв. постановлением Правительства Вологодской области от 27.01.2009 г. № 118.
9. Содействие занятости населения, включая мероприятия по содействию занятости граждан, находящихся под риском увольнения в 2009 году: целевая программа: утв. постановлением Правительства Вологодской области от 05.02.2009 г. № 182.
10. Стратегия социально-экономического развития Вологодской области на период до 2010 года: утв. постановлением Правительства Вологодской области от 16.04.2003 г. № 380.

11. Концепция стратегии социально-экономического развития Вологодской области на долгосрочную перспективу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http // www.minregion.ru/ OpenFile.ashx/ presentation_vologda.ppt](http://www.minregion.ru/OpenFile.ashx/presentation_vologda.ppt).
12. Концепция стратегии социально-экономического развития регионов РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ksocpol.rags/files/kons_reg.htm.
13. Государственные высшие профессионально-образовательные учреждения Вологодской области на начало 2008/2009 учебного года: стат. бюллетень / Вологдастат. – Вологда, 2008. – 94 с.
14. «Группа восьми» в цифрах. 2009: стат. сб. / Росстат. – Информационные и коммуникационные технологии в российской экономике. 2006: стат. сб. – М.: ГУ-ВШЭ, 2006. – 280 с.
15. Совет по национальной конкурентоспособности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.naco.ru/index.html>.
16. Образование в Вологодской области в 2004–2008 годах: стат. сб. / Вологдастат. – Вологда, 2009. – 82 с.
17. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2007: стат. сб. / Росстат. – М., 2007. – 966 с.
18. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2008: стат. сб. / Росстат. – М., 2008. – 982 с.
19. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2009: стат. сб. / Росстат. – М., 2009. – 981 с.
20. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2010: стат. сб. / Росстат. – М., 2010. – 991 с.
21. Регионы Северо-Западного федерального округа. 2009: стат. сб. / Росстат. – М., 2009. – 249 с.
22. Российский статистический ежегодник. 2005: стат. сб. / Росстат. – М., 2006. – 819 с.
23. Российский статистический ежегодник. 2007: стат. сб. / Росстат. – М., 2007. – 825 с.
24. Российский статистический ежегодник. 2009: стат. сб. / Росстат. – М., 2009. – 795 с.
25. Россия и страны мира. 2008: стат. сб. / Росстат. – М., 2008. – 361 с.
26. Россия и страны – члены Европейского союза. 2007: стат. сб. / Росстат. – М., 2007. – 252 с.
27. Россия и страны – члены Европейского союза. 2009: стат. сб. / Росстат. – М., 2009. – 259 с.
28. Статистический ежегодник Вологодской области. 2008: стат. сб. / Вологдастат. – Вологда, 2009. – 222 с.
29. Города и районы Вологодской области: социально-экономические показатели. 2007: офиц. стат. сборник. – Вологда: Вологдастат, 2007. – С. 308-309.

30. Большой экономический словарь / под ред. А.Н. Азрилияна. – М.: Институт новой экономики, 2008. – 1472 с.
31. Новая экономическая энциклопедия / Е.Е. Румянцева. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 724 с.
32. Министерство регионального развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.minregion.ru/WorkItems/ListDocs.aspx?PageID=147>
33. Министерство экономического развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.ru/>
34. Министерство финансов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www1.minfin.ru/ru/budget/regions/>
35. Андреев, В.Е. Конкурентоспособность региона и методика ее оценки [Электронный ресурс] / В.Е. Андреев. – Режим доступа: <http://reklama.rezultat.com>
36. Амосенок, Э.П. Интегральная оценка инновационного потенциала регионов России / Э.П. Амосенок, В.А. Бажанов // Регион: экономика и социология. – 2006. – № 2. – С. 134-145.
37. Арженковский, И.В. Региональные сети и региональная экономическая политика: перспективы взаимодействия / И.В. Арженковский // Регионология. – 2004. – № 1. – С. 48-61.
38. Афанасьев, М. Мировая конкуренция и кластеризация экономики / М. Афанасьев, Л. Мясникова // Вопросы экономики. – 2005. – № 4. – С. 75-86.
39. Ахметзянова, Э.Р. Создание и развитие промышленных кластеров: дис. на соиск. уч. ст. к.э.н.: 08.00.05 / Э.Р. Ахметзянова. – Казань, 2005. – 169 с.
40. Бесстремьянная, Г. Социальная политика в России: оплата за наличный расчет [Электронный ресурс] / Г. Бесстремьянная. – Режим доступа: www.isgas.ru
41. Бернар, И. Толковый экономический и финансовый словарь: французская, русская, английская, немецкая, испанская терминология / И. Бернар, Ж.-К. Колли: в 2-х т.: пер. с фр. – М.: Междунар. отношения, 1997. – С. 205.
42. Блудова, С.Н. Региональные кластеры как способ управления внешне-экономическим комплексом региона [Электронный ресурс] / С.Н. Блудова // Вестник Северо-Кавказского государственного технического университета. Серия «Экономика». – 2004. – № 2 (13). – С. 13. – Режим доступа: <http://www.ncstu.ru>
43. Бусыгина, И. Региональная политика: новые тенденции и вызовы / И. Бусыгина // Европейский Союз на пороге XXI века: выбор стратегии развития / под ред. Ю.А. Борко и О.В. Буториной. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – С. 101-102.
44. Валовой региональный продукт по субъектам Российской Федерации в 1998–2007 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/bgd/free/b01_19/IssWWW.exe/Stg/d000/vrp98-07.htm
45. Винокурова, М.В. Конкурентоспособность и потенциал кластеризации отраслей Иркутской области / М.В. Винокурова // Эко. – 2006. – № 12. – С. 73.

46. Воронин, Ю.М. Россия: экономический рост / Ю.М. Воронин, А.З. Селезнев, П.Г. Чередниченко.– М.: Финансовый контроль, 2004. – 312 с.
47. Гельвановский, М. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерениях / М. Гельвановский, В. Жуковская, И. Трофимова // Рос. экон. журн. – 2008. – № 3. – С. 57.
48. Гуриева, Л.К. Конкурентоспособность инновационно-ориентированного региона: автореф. дис. на соиск. уч. ст. к.э.н.: 08.00.05 / Л.К. Гуриева. – М., 2007. – 46 с.
49. Глазьев, С. Перспективы российской экономики в условиях глобальной конкуренции / С. Глазьев // Экономист. – 2007. – № 5. – С. 3-16.
50. Глезман, Л.В. Стратегия и комплексный механизм реализации конкурентных преимуществ региона: автореф. дис. на соиск. уч. ст. к.э.н.: 08.00.05 / Л.В. Глезман. – Ижевск, 2005. – 20 с.
51. Гладкий, Ю.Н. Основы региональной политики: учебник / Ю.Н. Гладкий, А.И. Чистобаев. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 1998. – 659 с.
52. Гусаков, М.А. Инновационное развитие экономики: региональный аспект / М.А. Гусаков // Экономика Северо-Запада: проблемы и перспективы развития. – 2006. – № 1 (27). – С. 39-48.
53. Гринчель, Б.М. Повышение конкурентоспособности территорий как обобщающая задача стратегического планирования / Б.М. Гринчель.– СПб., 2007. – С. 120.
54. Гринчель, Б.М. Оценка конкурентного потенциала регионов Северо-Запада России // Экономика Северо-Запада: проблемы и перспективы развития. – 2007. – № 3. – С. 55-67.
55. Гранберг, А.Г. Основы региональной экономики: учебник для вузов / А.Г. Гранберг. – М.: ГУ-ВШЭ, 2006.
56. Гладких, Ю.Н. Регионоведение: учебник / Ю.Н. Гладких. – М.: Гардарики, 2002.
57. Гутман, Г.В. Управление региональной экономикой. / Г.В. Гутман, А.А. Мироедов, С.В. Федин. – М.: Финансы и статистика, 2002.
58. Губанова, Е.С. Формирование и реализация региональной инвестиционной политики / Е.С. Губанова. – Вологда: Легия, 2007. – 300 с.
59. Данилов-Данильян, А.В. Сравнительный анализ стратегий промышленной политики в различных регионах мира [Электронный ресурс]: тезисы выступления / А.В. Данилов-Данильян. – Режим доступа: http://www.naco.ru/mir_or/publik/rspp.shtml.
60. Дранев, Я.Н. Кластерный подход к экономическому развитию территорий. Практика экономического развития территорий: опыт ЕС и России / Я.Н. Дранев. – М.: Сканрус, 2001. – 144 с.
61. Дуненкова, Е.Н. Формирование инновационно-промышленных кластеров для развития индустриального региона / Е.Н. Дуненкова.– М.: Государственный университет управления, 2005. – 103 с.

62. Ермишина, А.В. Конкуренентоспособность регионов [Электронный ресурс] / А.В. Ермишина. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/management/>
63. Жихаревич, Б.С. Конкуренция за пространство и пространство конкуренции: реалии региональной политики / Б.С. Жихаревич // Экономика Северо-Запада: проблемы и перспективы развития. – 2007. – № 3 (33). – С. 26-33.
64. Жихаревич, Б.С. Приоритеты региональной политики сегодня: европейская и российская практика / Б.С. Жихаревич // Выбор стратегических приоритетов регионального развития: новые теоретико-методологические подходы / под общей ред. В.В. Окрепилова. – СПб.: Наука, 2008. – 240 с.
65. Задумкин, К.А. Инновационная деятельность в регионе: концептуальные подходы и практика: учеб. пособие для вузов / К.А. Задумкин, Л.Г. Иогман, С.В. Теребова. – Вологда: ВНКЦ ЦЭМИ РАН, 2006. – 144 с.
66. Задумкин, К.А. Формирование системы управления инновационными процессами в регионе (на материалах Вологодской области) / К.А. Задумкин // Экономические и социальные перемены в регионе: факты, тенденции, прогноз. – 2008. – № 41. – С. 16-32.
67. Ильин, В.А. Научно-технический потенциал региона: проект долгосрочной программы развития / В.А. Ильин, К.А. Задумкин, И.А. Кондаков. – Вологда: ВНКЦ ЦЭМИ РАН, 2009. – 168 с.
68. Иогман, Л.Г. Экономика региона: от кризиса к устойчивому развитию / Л.Г. Иогман // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2009. – № 3 (7). – С. 14-24.
69. Инструментарий оценки конкурентоспособности регионов РФ [Электронный ресурс] / Институт региональной политики. – Режим доступа: <http://www.irpex.ru>.
70. Коломак, Е. Субфедеральная экономическая политика в России: тенденции, закономерности, эффективности / Е. Коломак. – М., 2000. – 37 с.
71. Комаров, А.Е. Управление развитием закрытого административно-территориального образования с использованием маркетингового механизма: автореф. дис. на соиск. уч. ст. к.э.н.: 08.00.05 / А.Е. Комаров. – Екатеринбург, 2006. – 22 с.
72. Калюжнова, Н.Я. Конкуренентоспособность регионов в условиях глобализации / Н.Я. Калюжнова. – М.: ТЭИС, 2003. – 526 с.
73. Киселев, А.Н. Кластерные организационные технологии [Электронный ресурс] / А.Н. Киселев: материалы VI Всероссийской конференции представителей малых предприятий. – Режим доступа: http://www.amir.ru/upload/kisilev_artem_nikolaevi_c_doklad_sekcia_2.doc
74. Кластеризация как способ обеспечения конкурентоспособности региона [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.escoman.edu.ru/db/msg/220562.html/>
75. Кластеры: через партнерство к будущему [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.poria.ru/files/236.doc>

76. Кульман, А. Экономические механизмы / А. Кульман: пер. с фр.; общ. ред. Н.И. Хрусталевой. – М.: А/О Издательская группа «Прогресс», «Универс», 1993. – 192 с.

77. Кузнецов, С.В. Социальные приоритеты регионов в контексте стратегий территориального развития / С.В. Кузнецов // Выбор стратегических приоритетов регионального развития: новые теоретико-методологические подходы / под общей ред. В.В. Окрепилова. – СПб.: Наука, 2008. – 240 с.

78. Ларина, Н.И. Кластеризация как путь повышения международной конкурентоспособности страны и регионов / Н.И. Ларина, А.И. Макаев // Эко. – 2006. – № 10. – С. 2-26.

79. Линдсей, К. Культура, самосознание и процветание народов [Электронный ресурс] / К. Линдсей. – Режим доступа: www.szfo.ru

80. Макаров, В.Л. Межтерриториальная и электоральная конкуренция: сравнительный анализ влияния политических институтов / В.Л. Макаров, А.Н. Данков. – М.: РЭШ, 2002. – 22 с.

81. Марков, Л.С. Экономические кластеры: понятия и характерные черты [Электронный ресурс] / Л.С. Марков. – Издательство экономики и ОПП Сибирского отделения РАН. – Режим доступа: <http://www.econom.nsc.ru/ieie/smu/conference/articles/МарковЛС.doc>

82. Марков, Л.С. Измерение эффективности функционирования кластеров в информационных технологиях / Л.С. Марков, М.А. Ягольницер // Новосибирск – Регион. – 2006. – № 1. – С. 155-176.

83. Макаров, В.Л. Инновационный менеджмент в России: вопросы стратегического управления и научно-технологической безопасности / В.Л. Макаров, А.Е. Варшавский. – М.: Наука, 2004. – 880 с.

84. Макаров, В.Л. Экономика знаний: уроки для России / В.Л. Макаров // Вестник Российской академии наук. – 2003. – № 5. – С. 450.

85. Маннапов, Р.Г. Методологические принципы повышения конкурентоспособности региона / Р.Г. Маннапов // Конкурентоспособность регионов; факторы и стратегия управления. Материалы Всерос. конф., г. Уфа, 27 мая 2007 г. – УГАЭС, 2007. – С. 25-27.

86. Межевич, Н.М. Основные направления региональной политики Российской Федерации / Н.М. Межевич // Ч. 1. Теория регионального развития: учебное пособие [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dvo.sut.ru/libr/history/i299mez1/index.htm>

87. Материалы Всемирного экономического форума (Отчет о глобальной конкурентоспособности) The Global Competitiveness Report 2009–2010, Geneva, Switzerland 2009 [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.weforum.org/en/index.htm>

88. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы: пер. с английского / Стокгольмская школа экономики в России. – СПб., 2005.

89. Материалы Четвертой межвузовской научно-практической конференции молодых ученых, посвященной творчеству В.Г. Афанасьева. – М.: Изд-во РАГС, 2005. – 384 с.

90. Методические рекомендации по разработке и реализации стратегического плана городского развития / под ред. Б.М. Гринчеля, Н.Е. Костылевой. – СПб.: ИПРЭ РАН, 2001. – 194 с.
91. Митенев, В.В. Промышленность Вологодской области в 2005 году / В.В. Митенев, Л.В. Дубиничева, Т.В. Ускова // Экономические и социальные перемены в регионе: факты, тенденции, прогноз. – Вологда: ВНКЦ ЦЭМИ РАН, 2005. – № 34. – С. 32-40.
92. Мустаев, И.З. Экономико-математические основы управления конкурентоспособностью регионов / И.З. Мустаев, Х.Н. Гизатуллин; РАН; УрО РАН; Ин-т экономики. – М.: Экономика, 2007. – 312 с.
93. Меркушов, В.В. Интегральная оценка уровня конкурентоспособности региона / В.В. Меркушов // Межрегиональные экономические сопоставления: сб. статей. – М., 2004. – С. 24-38.
94. Миграция: фактор общественных настроений: аналит. обзор исследовательской группы «Циркон». – М., 2000.
95. Москвина, О.С. Межрегиональные связи Вологодской области / О.С. Москвина, С.А. Селякова // Экономические и социальные перемены в регионе: факты, тенденции, прогноз. – 2004. – № 24. – С. 18-23.
96. Официальный сайт Правительства Вологодской области. – Режим доступа: www.vologda-oblast.ru.
97. Отчет о НИР «Развитие производственных кластеров в регионе» / ВНКЦ ЦЭМИ РАН. – Вологда, 2007.
98. Отчет о НИР «Функционирование и прогноз структурной перестройки промышленности Вологодской области в условиях ВТО (по материалам опроса руководителей предприятий и экспертов в 2008 г.) / ВНКЦ ЦЭМИ РАН. – Вологда, 2008.
99. Отчет о научно-исследовательской работе «Мониторинг функционирования агропромышленного комплекса Вологодской области» / ВНКЦ ЦЭМИ РАН. – Вологда, 2008.
100. Панкрухин, А.П. Маркетинг территорий. – 2-е изд., доп. / А.П. Панкрухин. – СПб.: Питер, 2006. – 416 с.: (Серия «Маркетинг для профессионалов»).
101. Печаткин, В.В. Рейтинговая оценка конкурентоспособности регионов России / В.В. Печаткин, С.У. Салихов, В.А. Саблина; Ин-т социально-экономических исследований Уфимского научного центра РАН. – Уфа, 2004.
102. Полищук, Л. Правовые инициативы регионов России / Л. Полищук // Вестник РПЭИ. – 2004. – № 6.
103. Попов, Г.Х. Эффективное управление (перспективы развития) / Г.Х. Попов. – М.: Экономика, 1976. – С. 40.
104. Портер, М. Конкуренция: пер. с англ. / М. Портер. – М.: Вильямс, 2006. – 608 с.
105. Пилипенко, И.В. Кластерная политика в России / И.В. Пилипенко // Общество и экономика. – 2007. – № 8. – С. 28.

106. Пилипенко, И.В. Конкуренентоспособность стран и регионов в мировом хозяйстве: теория, опыт малых стран Западной и Северной Европы / И.В. Пилипенко.– Смоленск: Ойкумена, 2005. – 496 с.
107. Портер, М. Конкуренция: учебное пособие: пер. с англ. / М. Портер. – М.: Вильямс, 2000. – 495 с.
108. Портер, М. Международная конкуренция / М. Портер: пер. с англ.; под ред. и с предисловием В.Д. Щетинина. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
109. Проскура, Д.В. Управление конкурентоспособностью региона / Д.В. Проскура. – СПб: ГУАП, 2008.
110. Проблемы регионального развития: 2009–2012 / под ред. В.А. Ильина. – Вологда: ВНКЦ ЦЭМИ РАН, 2009. – 216 с.
111. Производственные кластеры и конкурентоспособность региона: монография / Т.В. Ускова, А.С. Барабанов, О.И. Попова, Л.Г. Иогман, В.В. Ильин. – Вологда: Ин-т социально-экономического развития территорий РАН, 2010. – 246 с.
112. Путин, В.В. Вступительное слово на заседании президиума Государственного совета «О мерах поддержки развития промышленности в Российской Федерации» 19 февраля 2007 года, г. Волгоград [Электронный ресурс] / В.В. Путин. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/text/>
113. Пляйнес, Х. Политика и экономика: основные теории на примере российских регионов. Политика и экономика в региональном измерении / Х. Пляйнес. – М., 2000. – С. 22.
114. Развитие производственных кластеров в регионе: отчет о НИР / ВНКЦ ЦЭМИ РАН. – Вологда, 2007. – 145 с.
115. Развитие внешнеэкономической деятельности: стат. сб. / Вологда-стат. – Вологда, 2007. – 92 с.
116. Региональный научно-образовательный центр / под ред. М.Ф. Сычева. – Вологда: ВНКЦ ЦЭМИ РАН, 2007. – 99 с.
117. Региональная промышленная политика: теоретические основы, практика формирования и механизм реализации: препринт / А.И. Татаркин, О.А. Романова, Р.И. Чененова, М.Г. Филатова. – Екатеринбург: УрО РАН, 2000. – 82 с.
118. Региональная стратегия экономического роста – 2015 / под ред. В.А. Ильина. – Вологда: ВНКЦ ЦЭМИ РАН, 2005. – 224 с.
119. Ревенко, С. Конкуренент ли федерализм в России? [Электронный ресурс] / С. Ревенко. – Режим доступа: www.nes.ru/russian/research/abstracts/IX-conference/Revenko.htm.
120. Рыгалин, Д.Б. Управление развитием высокотехнологичных отраслевых кластеров на основе инновационно-технологических центров: дис. на соиск. уч. ст. к.э.н.: 08.00.05 / Д.Б. Рыгалин. – М., 2004. – 252 с.
121. Рябченюк, Ю. Кластеры как инструмент повышения конкурентоспособности региона [Электронный ресурс] / Ю. Рябченюк // Материалы кру-

глого стола «Регионы России – инвестиционная привлекательность и кредитоспособность», 11 июля 2006 г. – Режим доступа: <http://www.naco.ru/about/ryabchenuk.html>

122. Райзберг, Б.А. Диссертация и ученая степень: пособие для соискателей / Б.А. Райзберг. – 9-е изд., доп. и испр. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 240 с.

123. Стратегия развития региона / колл. авт. под руководством д.э.н., проф. В.А. Ильина. – Вологда: ВНКЦ ЦЭМИ РАН, 2004. – 228 с.

124. Социально-экономическая ситуация в Вологодской области по состоянию на 01.01.2010 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vologda-oblast.ru/periodic.asp?CODE=4963&V=1&LNG=RUS>

125. Социальный атлас российских регионов [Электронный ресурс]: Интегральные индексы: индекс инновативности. – Режим доступа: http://atlas.socpol.ru/indexes/index_innov.shtml

126. Стратегия развития региона: монография / под ред. В.А. Ильина. – М.: Academia, 2006. – 192 с.

127. Собрание законодательства РФ. – 1996. – № 23. – С. 27-56.

128. Селезнев, А.З. Конкурентные позиции и инфраструктура рынка России / А.З. Селезнев. – М.: ЮристЪ, 1999. – 17 с.

129. Селименков, Р.Ю. Совершенствование механизмов управления инновациями в лесопромышленном комплексе / Р.Ю. Селименков // Региональная экономика: теория и практика. – 2011. – № 4 (187).

130. Суспицын, С.А. Исследования территориальных систем / С.А. Суспицын // Регион: экономика и социология. – 2008. – № 2. – С. 20-48.

131. Тетерин, Н. Оценка социально-экономической конкурентоспособности региона [Электронный ресурс] / Н. Тетерин. – Режим доступа: www.chinovnik.uara.ru/modern/article.php

132. Татаркин, А.И. Партнерство власти и бизнеса в реализации стратегий развития территорий / А.И. Татаркин, Д.А. Татаркин, Е.Н. Сидорова // Экономика региона. – 2008. – № 4. – С. 18-30.

133. Ушвицкий, Л.И. Конкурентоспособность региона как новая реалья: сущность, методы оценки, современное состояние / Л.И. Ушвицкий, В.Н. Парихина // Сборник научных трудов СевКавГТУ. Экономика. – Владикавказ: Северо-Кавказский гос. технический ун-т, 2005. – № 1. – С. 1-20.

134. Ускова, Т.В. Развитие региональных кластерных систем / Т.В. Ускова // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2008. – № 1 (1). – С. 92-104.

135. Ускова, Т.В. Управление устойчивым развитием региона: монография / Т.В. Ускова. – Вологда: ИСЭРТ РАН, 2009. – 355 с.

136. Ускова, Т.В. Проблемы оценки конкурентоспособности регионов / Т.В. Ускова, А.С. Барабанов // Вопросы статистики. – 2009. – № 1. – С. 49-56.

137. Конкурентные позиции региона и их экономическая оценка / под ред. Г.А. Унтуры. – Новосибирск: ИЭиОП СО РАН, 1997. – 212 с.

138. Фатхутдинов, Р.А. Стратегический маркетинг: учебник для вузов / Р.А. Фатхутдинов. – 3-е изд. – СПб.: Питер, 2003. – 347 с.

139. Ферова, И.С. Промышленные кластеры и их роль в формировании региональной промышленной политики: автореф. дис. на соиск. уч. ст. д.э.н.: 08.00.05 / И.С. Ферова. – Красноярск, 2005. – 34 с.
140. Формирование территориальных кластеров как инструмент развития малого бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.opora.ru/upload/images/>
141. Хасаев, Г.Р. Кластеры: через партнерство к будущему [Электронный ресурс] / Г.Р. Хасаев, Ю.В. Михеев. – Режим доступа: <http://www.poria.ru/files/236.doc>
142. Шеховцева, Л.С. Конкурентоспособность региона: факторы и метод создания / Л.С. Шеховцева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 4. – С. 28-34.
143. Шишкин, А.И. Государственная политика регионального развития (роль государства, бизнеса и общества) / А.И. Шишкин // Приграничный регион в условиях интеграционных процессов и реформирования местной власти: материалы международной научно-практической конференции «Четвертые Арсеньевские чтения». – Петрозаводск: КарНЦ РАН, 2005. – С. 31-35.
144. Шишкин, А.И. Управление социально-экономическими процессами / А.И. Шишкин // Теория и практика социально-экономических процессов в регионе: труды ИЭ КарНЦ РАН. – Вып. 10. – Петрозаводск: КарНЦ РАН, 2008. – 308 с.
145. Региональная экономика: учеб. пособие / К.Н. Юсупов, А.Р. Таймасов, А.В. Янгиров, Р.Р. Ахунов. – М.: КНОРУС, 2006.
146. Яковлев, А.А. Конкуренция, глобализация и развитие корпоративного сектора в России / А.А. Яковлев // Вопросы статистики. 2006. – № 5. – С. 25-27.
147. Budd, L. Territorial Competition and Globalization: Scylla and Charybdis of European Cities / L. Budd // Urban Studies. – 1998. – Vol. 35. – Pp. 663-685.
148. Markusen, A. Regions: Economics and Politics of Territory. – Rodman and Littlefield Publishes, 1987. – P. 17, 251.
149. Vance, Rupert B. Region // International Encyclopedia of the Social Sciences / Hg: David L. – London: Sills, 1968. – P. 377.
150. Krugman, P.R. Making Sense of the competitiveness debate. – Oxford Review of Economic Policy, 1994. – V. 12. – N 3.
151. Porter, M.E. The Competitive Advantage of Nations. Palgrave, 1998.
152. Schmitt-Egner P. The concept of «Region»: theoretical and methodological notes on its reconstruction. European Integration. – 2002. – V. 24. – № 3. – P. 179-200.
153. Charles D., Benneworth P. The Competitiveness Project: North East Regional Competitiveness Report 1996. Part 1: Overview and Summary // <http://www.campus.ncl.ac.uk/unbs/curds/Project2.asp?counter=19>
154. Reiljan J., Heinrikus M., Ivanov A. Key issues in defining and analyzing the competitiveness of a country. – Tartu University Press, 2000.

155. WEF. Global Competitiveness Report 2009. Oxford University Press for the World Economic Forum, New York, 2010 // www.weforum.org.
156. OECD. Building Competitive Regions: Strategies and Governance. OECD, 2005.
157. Huggins, R. Creating a UK Competitiveness Index: Regional and Local Benchmarking. *Regional Studies*. 2003. – V. 37.1. – P. 89-96.
158. Wignaraja G., Lezama M., Joiner D. Small States in Transition: From Vulnerability to Competitiveness // Commonwealth Secretariat. – United Kingdom, 2004.
159. IMD. The World Competitiveness Yearbook 2009. – Lausanne: International Institute for management Development, 2004.
160. Huovari J., Kangasharju A., Alanen A. Constructing An Index For Regional Competitiveness // Pellervo Economic Research Institute Working Papers. – Helsinki. – № 44. – June 2001.

ОГЛАВЛЕНИЕ

<i>Введение</i>	3
ГЛАВА 1. РЕГИОНАЛЬНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ: СУЩНОСТЬ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ	
1.1. Понятие и факторы региональной конкурентоспособности	6
1.2. Методический инструментарий оценки конкурентоспособности регионов	24
1.3. Зарубежный и отечественный опыт управления конкурентоспособностью территорий	37
ГЛАВА 2. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ РОССИЙСКИХ РЕГИОНОВ	
2.1. Анализ факторов конкурентоспособности региона	50
2.2. Оценка конкурентоспособности регионов СЗФО	65
2.3. Проблемы управления конкурентоспособностью региона	76
ГЛАВА 3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ	
3.1. Формирование механизма управления конкурентоспособностью региона	97
3.2. Совершенствование методического инструментария оценки конкурентоспособности территорий	113
3.3. Развитие в регионе территориального маркетинга	131
<i>Заключение</i>	145
<i>Список использованных источников</i>	147

Научное издание

Барabanов Андрей Сергеевич

УПРАВЛЕНИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ

Редакционная подготовка
Оригинал-макет
Корректор

Л.Н. Воронина
Т.В. Попова
Н.С. Киселева

Подписано в печать 11.06.2014.
Формат 70×108/₁₆. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 14,0. Тираж 500 экз. Заказ № 174.

Федеральное государственное бюджетное учреждение науки
Институт социально-экономического развития
территорий РАН (ИСЭРТ РАН)

160014, г. Вологда, ул. Горького, 56а
Телефон: 59-78-03, e-mail: common@vssc.ac.ru

ISBN 978-5-93299-259-3



9 785932 992593