

ОЦЕНКА ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ТЕРРИТОРИИ И ЕЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

И В. Попова, соискатель аспирантуры ВГУЭС
В.Г. Степанов – научный руководитель, канд. экон. наук, доцент кафедры
Менеджмента, ТГЭУ

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток*

Одним из ключевых условий, определяющих сегодня выбор методов и форм управления территориями, является становление конкурентных отношений между территориями.

Приобретение территориями экономической безопасности приводит их к соперничеству и состязательности, как на внешнем, так и на внутреннем рынке. В этом соперничестве побеждает та территория, которая будет иметь наиболее надежные конкурентные позиции, обеспечивающие ей благоприятные условия предпринимательской деятельности. Территория начинает приобретать преимущественное положение в рыночном пространстве, что дает ей возможность извлекать максимум выгоды для развития собственной экономики.

Среди направлений, по которым территории могут конкурировать между собой, можно выделить следующие:

- привлечение инвестиционных ресурсов;
- привлечение финансовых ресурсов;
- размещение новых предприятий;
- государственные заказы, трансферты и программы, связанные с решением социальных и экологических проблем;
- проведение на территории крупных научных, спортивных, культурных и других мероприятий;
- привлечение высококвалифицированных трудовых ресурсов;
- привлечение туристических потоков.

Развитие конкуренции между территориями является положительным явлением по нескольким причинам. Во-первых, конкуренция заставляет осуществлять постоянный мониторинг экономического состояния территории, ее взаимосвязей и взаимоотношений с существующими партнерами и конкурентами. Во-вторых, на основании постоянного анализа, территория может более четко определить основные целевые группы «потребителей», за которые она вступает в конкурентную борьбу с другими территориями. И в третьих, конкуренция способствует позиционированию территории во внешней среде, что помогает увидеть территории, по каким направлениям деятельности, на каких рынках данному территории целесообразно быть лидером, на каких действовать в режиме партнерства, а с каких следует уйти.

До недавнего времени вопросы конкурентных отношений между территориями в российской экономической науке почти не исследовались. Это связано с тем, что административно-командная экономика исключала или ограничивала существование рынка и его процессов. С переходом к рыночной экономике появилась потребность в изучении и понимании сущности рыночных категорий, в том числе и категории «конкурентоспособность».

Оценка конкурентоспособности региона представляет собой важную исходную базу для региональных властей, которые призваны обеспечивать поддержку и нара-

щивание конкурентных преимуществ своей территории. Усиление конкуренции между территориями приобретает все большую значимость, становясь ведущим принципом, определяющим будущую территориальную систему в России, Европе и мире.

В 1980 г. в свет вышла книга М. Портера «Конкуренция». В своей работе М. Портер отмечает, что проявление территориальной конкуренции становится настолько серьезным, что субъекты власти не могут ее не замечать или игнорировать, а должны «понять и овладеть искусством конкурентной борьбы» [4].

Вопросы территориальной конкуренции, ее методологии, а также методические рекомендации, оценки конкурентоспособности регионов и муниципальных образований глубоко исследованы и отражены в работах Б.М. Гринчеля, Н.Е. Костылевой, Е.А. Смирнова [1]. В своих работах ученые отмечают, что конкуренция между территориями рассматривается как стремление «завоевать» различные группы потребителей местных ресурсов и условий их жизнедеятельности

В самом широком смысле конкурентоспособность означает возможность выигрыша в соревновании. Применительно к экономической сфере – это обладание свойствами, создающими преимущества для субъекта экономического соревнования [2].

Л.С. Шеховцова в своих работах рассматривает конкурентоспособность региона как продуктивность (производительность) использования региональных ресурсов, и в первую очередь рабочей силы и капитала, по сравнению с другими регионами, которая результируется в величине валового регионального продукта (ВРП) на душу населения, а также в его динамике [5].

По мнению Н.А. Николаевой и ряда других исследователей, чтобы сделать территорию конкурентоспособной, следует предоставить необходимые локализационные условия и содействовать конкурентоспособности предприятий, действующих на территории. Также она считает, что конкурентоспособность территории (в смысле экономической мощи) зависит от конкурентоспособности фирм, расположенных на ней. Но чтобы их привлечь и удержать, необходимо предоставить фирмам условия, способствующие их конкурентоспособности.

Поэтому мы согласны с рядом исследователей, которые считают, что привлекательность территории является синонимом ее конкурентоспособности в более широком смысле как места размещения различных видов деятельности. Но на наш взгляд привлекательность территории в большей степени обусловлена ее восприятием с точки зрения потенциальных потребителей.

Таким образом, территория начинает рассматриваться как «продукт», который предлагается потребителям, которыми могут быть как юридические, так и физические лица: инвесторы, предприниматели, государство, рабочая сила, население, туристы и другие целевые группы и участники рынка.

В рамках маркетингового подхода к управлению органов муниципального самоуправления помимо типичной инвестиционной задачи такой, как активизация предпринимательской деятельности, добавляется также формирование привлекательности МО для различных целевых групп. При чем при выборе муниципального образования целевая группа исходит из множества разнообразных факторов. Ее интересуют лишь те факторы, которые становятся значимыми при преследовании определенных целей.

На основании исследований различных авторов, в том числе Л.М. Музыченко, С.Ф. Жилкина, Н.Н. Тетерина, О.В. Коломоец, В.Е. Андреева и других можно выделить ряд критериев, по которым можно произвести оценку привлекательности территории. На пример В.Е. Андреев при определении конкурентоспособности региона считает целе-

сообразным взять за основу критерии, характеризующие уровень и качество жизни населения, которые им оцениваются через следующие факторы:

- региональное ценообразования;
- наличие, распределение и функциональная направленность основных факторов производства на территории (трудовые ресурсы, полезные ископаемые, отраслевая структура капитала);
- уровень жизни населения региона (доходы, их структура и дифференциация, покупательная способность, степень занятости);
- социально-политические факторы, характеризующие взаимодействие основных субъектов регионального рынка - администрации, населения, предпринимательства, взаимоотношения с федеральным центром.

Коломоец О.В. выделяет следующие пять направлений оценки изменений конкурентоспособности экономики региона: экономический рост, рост реальных доходов населения, эффективность использования всех ресурсов, наука и технология, интернационализация; а основным критерием их отбора определяет степень их изменения в зависимости от изменения конкурентоспособности экономики региона.

По методике Всемирного банка благополучие региона может быть оценено по четырем основным показателям в расчете на душу населения: по размеру ВРП, по величине производственных ресурсов (основные фонды и т.д.), по величине природных ресурсов, по величине человеческих ресурсов (уровень образованности) [4].

Все исследователи сходятся в одном: привлекательность территории зависит от качества и количества имеющихся ресурсов, а также возможности их эффективного использования. Методы анализа и оценки привлекательности территории, приводимые в их работах, базируются на статистических показателях экономики территории и делится на две группы: кластерный и ранговый.

На наш взгляд целесообразным для оценки привлекательности территории является выделение 10 частных факторов:

- природно-сырьевой (количество и качество запасов земельных, минерально-сырьевых, лесных, водных, рекреационных и т.п. ресурсов, условиями из добычи, транспортировки и т.д.);
- трудовой (образовательный, квалификационный, профессиональный состав трудовых ресурсов, их занятость в разрезе отраслей и сфер хозяйства, специальностей и т.д.);
- производственный (структура и объем производства, величина и эффективность использования производственных фондов, состояние и развитие инфраструктуры и т.п.);
- инновационный (уровень развития НИОКР и их финансирования, комплекс научно-технической деятельности в МО, количество вузов и НИИ);
- инфраструктурный (транспортно-географическое положение, пропускная способность путей сообщения, близость к продовольственным, сырьевым и ресурсным базам, социальная инфраструктура);
- бюджетно-финансовый (величина местных налогов и сборов, отчисления от общефедеральных налогов, поступления от приватизации государственного имущества, прибыльность предприятий и доходы населения);
- потребительский (совокупная покупательная способность населения, структура расходов и т.д.);
- социокультурный (обеспеченность рекреационными ресурсами, наличие объектов культурной и социальной инфраструктуры территории, развитость туристической инфраструктуры);

- институциональный (степень развития ведущих институтов рыночной экономики: число коммерческих банков и их филиалов, число малых предприятий, число предприятий с участием иностранного капитала, число страховых компаний);

- политический (степень политической стабильности, взаимоотношения администрации МО с органами власти субъекта Федерации, законодательная база и степень ее исполняемости, поляризация политических симпатий населения по результатам последних местных выборов, легитимность местной власти).

Каждый из факторов (кроме политического фактора) может быть представлен в виде ряда сопоставимых статистических показателей, имеющих свой весовой коэффициент, зависящий от вклада в характеристику целого. Для их оценки используется метод многомерного ранжирования, который является способом оценки функции (в нашем случае – привлекательностью территории), когда ее значение зависит от приписываемых мест переменным (показателям) в последовательности величин (так называемый ранг), определяемых при посредстве порядковой шкалы. Политический фактор может быть оценен методом экспертных оценок, и также проранжирован.

Получив значения всех 10-и факторов привлекательности территории можно определить основные сферы конкурентных преимуществ и слабые стороны территории. Более наглядным будет рассмотрение соответствующих факторов привлекательности по отношению к факторам другой территории, имеющей аналогичные цели, характеристики, предпосылки развития. Определение места данной территории по отношению к территориям-конкурентам позволит сформировать эффективную маркетинговую стратегию развития с учетом факторов наивысшей привлекательности для целевых групп - стратегию позиционирования территории.

Использованная литература:

1. Б.М. Гринчель, Н.Е. Костылева, Е.А Смирнов. Повышение конкурентоспособности территорий как обобщающая задача стратегического планирования. СПб; 2001; Б.М. Гринчель, Н.Е. Костылева. Методические рекомендации по разработке стратегического плана городского развития. СПб.: ИРЭ РАН, 2001.
2. Николаева Н.А. Конкурентоспособность города: взгляд зарубежных ученых. // Маркетинг в России и за рубежом, №6 / 2001
3. Панкрухин А.П. Территориальный маркетинг// Маркетинг в России и за рубежом. — 1999. — № 5. — С. 99—122
4. М. Портер. Конкуренция: Пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2000
5. Л.С. Шеховцева. Методология разработки стратегии развития окраинного региона страны в условиях ОЭЗ // Прогнозирование и стратегии развития Особой экономической зоны России: Межвузов. сб. науч. труд./ Калинингр. ун-т. — Калининград, 2000. — С. 20—32.