

## УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫМИ ПРЕИМУЩЕСТВАМИ РЕГИОНА

### MANAGEMENT OF THE COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE REGION

Key words: competition, region, competitive advantages, economic progress, management.

Определение состояния конкурентоспособности и выявления ключевых конкурентных преимуществ региона требует перехода к управлению конкурентными преимуществами и разработки основных направлений их развития. Они должны быть отражены в соответствующих принципах и положениях экономической политики области, а разработанные руководством региона программные мероприятия должны обеспечивать их эффективную реализацию.

В настоящее время программные мероприятия по развитию конкурентных преимуществ региональной экономики, ее отраслей и территорий, обычно объединяют в рамках профильной стратегии. Развитие конкурентных преимуществ Белгородской области на долгосрочный период определено в стратегии ее социально-экономического развития до 2025 года. При разработке данной стратегии развития учитывалась уникальность региона, его социально-экономического положения, текущие возможности и долгосрочные перспективы существования. Основными приоритетами данной стратегии является развитие и эффективное управление уже имеющимися конкурентными преимуществами и выявление новых преимуществ Белгородской области для повышения конкурентоспособности региона.

Основными задачами любого подхода к управлению конкурентными преимуществами являются.

- ускоренное развитие отраслей региона под влиянием благоприятных природных факторов;
- рост промышленности путем технического перевооружения и реконструкции действующих предприятий при ограничении строительства новых и расширении имеющихся энергоемких производств;
- развитие существующих и формирование новых территориально-производственных комплексов и промышленных узлов с общими коммуникациями, инженерными сооружениями и вспомогательными производствами;
- размещение трудоемких производств промышленности в экономических районах с благоприятным балансом трудовых ресурсов, улучшение подготовки местных квалифицированных кадров;

– осуществление мероприятий по улучшению использования трудовых ресурсов в сельской местности;

– рационализация транспортно-экономических связей региона.

За рубежом распространенным подходом к управлению конкурентными преимуществами региона является маркетинговая концепция. В Европе данный подход представляет собой эффективный механизм поддержки экономического развития территорий, привлечения инвестиций и является необходимым условием динамичного и устойчивого развития [1].

Маркетинговый подход к управлению конкурентными преимуществами позволяет представить территорию региона в товарной форме. Территория рассматривается как товар, обладающий особой сложной мульти полезной потребительской стоимостью.

Множественный аспект полезности территории обусловлен различием состава субъектов маркетинга. Укрупнено к числу основных субъектов маркетинга региона можно отнести производителей, потребителей и посредников.

Взаимодействие субъектов может происходить в различных формах, регион в этом отношении выступает как уникальный объект производства и потребления, который характеризуется совокупностью материальных и нематериальных качеств.

Способность максимально удовлетворять потребности экономических субъектов обеспечивает превосходство над конкурентами и позволяет достигать высокой привлекательности. Эффективность удовлетворения отраслевых потребностей влияет на результаты хозяйственной деятельности производителей, повышая их конкурентоспособность и инвестиционную привлекательность региона в целом. В свою очередь активность инвесторов на территории сопровождается ростом социально-экономических показателей, стимулируя миграционные процессы.

Таким образом, подход к управлению конкурентными преимуществами территории с позиции маркетинга определяется основными задачами государственного регулирования, создания благоприятных условий для производителей, способствующих максимальному удовлетворению потребностей и стимулирующих их инвестиционную активность.

Представление региона в качестве товара, обладающего комплексной полезностью, позволяет в процессе управления его конкурентными преимуществами использовать маркетинговые инструменты.

Применительно к первому элементу «Product» относят ресурсы региона, включая население и качество жизни, инфраструктуру, уровень деловой активности, уровень развития финансовых, информационных услуг, то есть качества и свойства, составляющие конкурентные преимущества. Во втором элементе «Place» выделяют географическое положение как абсолютное конкурентное преимущество [2]. Элемент «Price» рассматривает как издержки, которые несут потребители региона, или «стоимость» конкурентных преимуществ территории.

Управленческие воздействия на развитие конкурентных преимуществ регионов в рамках маркетингового подхода могут быть сгруппированы по нескольким разновидностям стратегий, например стратегии фокусирования (развитие на территории одной отрасли) и диверсификации (развитие нескольких отраслей).

Стратегия фокусирования приводит к зависимости социально-экономических параметров развития региона от показателей развития отрасли. В случае сокращения платежеспособного спроса на продукцию отрасли в результате кризисных явлений в экономике, насыщения рынка, обострения конкуренции, изменения потребительских предпочтений территория заметно теряет свои конкурентные преимущества. При сохранении негативных тенденций в долгосрочной перспективе регион рискует утратить источники управленческого воздействия.

При диверсификации актуальным вопросом является правильный выбор отрасли с учетом перспектив ее развития, имеющихся конкурентных преимуществ территории и возможностей оказания содействия по созданию привлекательных условий со стороны управленческого аппарата. Последнее предполагает комплекс решений, связанных с созданием долгосрочных конкурентных преимуществ отрасли и ее стабильной доходности. Вероятность получения дополнительных преимуществ возрастает, если диверсификация происходит в отрасли с конкурентно значимым совпадением видов деятельности. Это позволяет снизить издержки, обмениваться технологиями и опытом, создавать ключевые компетенции и возможности, эффективно использовать имеющиеся ресурсы территории.

Использование маркетингового подхода даст области новые перспективы развития. Интеграция данного подхода в систему управления конкурентными преимуществами может быть обусловлена еще и тем, что состояние конкурентной среды определяется в рамках данной концепции как процессами развития в социальной, технологической, политической сферах, так и маркетинговыми действиями рыночных субъектов. Территория региона в данном случае может выступать площадкой, предоставляющей возможность реализовать основную цель классического маркетинга – улучшение качества жизни (увеличение уровня доходов, состояние социальной инфраструктуры, экономическая политика региона).

### Литература

1. Куклина, Е.А. Устойчивость экономической системы: методологические подходы к определению понятия, виды устойчивости, типы устойчивого развития [Текст] / Е.А. Куклина // Образование. Экономика. Общество.– 2007.– № 3.– С. 42–47.
2. Маслова Т.Д., Божук С.Г. Маркетинг [Текст]: учеб. пособие / Маслова Т.Д., Божук С.Г.: под общ. ред. Маслова Т.Д.– Спб.: Питер, 2005.– 210 с.

## Литература

1. Хорев, А.И. Персонал-контроллинг: концепция и инструментарий [Текст] / А.И. Хорев, А.Н. Полозова, С.В. Евсеева, Е.В. Горковенко. – Воронеж: Научная книга.– 2009.– 213 с.
2. Базаров, Т.Ю. Технология центров оценки персонала: Процессы и результаты [Текст]: практическое пособие / Т.Ю. Базаров.– М.. Кнорус, 2011.– 304 с.

Ясенюк С.Н, Герасимова Н.А.  
НИУ «БелГУ», г. Белгород

## УПРАВЛЕНИЕ УСТОЙЧИВЫМ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА: ПРОГРАММНО-ЦЕЛЕВОЙ ПОДХОД

### MANAGEMENT OF SUSTAINABLE SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REGION: PROGRAM AND TARGET APPROACH

Key words: region, region development, tools of regional policy, target program, program and target method of management, program principles.

Вопросы разработки инструментов регулирования устойчивого развития, направленные на сбалансированное развитие экономики регионов и достижение социально-экономического благополучия в последние годы являются особенно актуальными.

Как известно, управление устойчивым социально-экономическим развитием региона призвано осуществляться в рамках региональной социально-экономической политики, цель которой – создание условий для вхождения в рынок всех заинтересованных регионов, предприятий и граждан, для раскрытия и развития их целевых способностей и предприимчивости с учетом территориальной специфики [1].

Среди инструментов региональной политики, как отмечают многие авторы, приоритетное место должны занимать такие методы как. стратегическое управление, организация частно-государственного партнерства, формирование и создание высоких технологий, институтов, которые способствуют развитию бизнеса и стимулированию сферы инновационного развития, бюджетные механизмы, и др. [2].

Нам представляется, что без определенного инструментария вышеизложенные цели региональной экономической политики не могут быть достигнуты.

Для достижения данных целей, хотелось бы подчеркнуть, что необходимо владеть политическими и экономическими инструментами, которые должны быть использованы органами государственного управления различных уровней, с целью воздействия на регион.