

DOI: 10.12737/article_590878fb04b9b7.20921669

Кондрашов И.Б., соискатель

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова

МЕТОДЫ И ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ

vanlord@yandex.ru

Актуализация решения крупной стратегической задачи – самокупаемости и саморазвития региональных экономик – требует развития и переосмысления большинства имеющихся подходов к управлению их конкурентоспособностью и его совершенствования с учетом этой важной характеристики. В статье уточнены задачи и проблемы менеджмента конкурентной региона, в частности, ее оценки на примере Белгородской области. Предложен ряд инструментов, позволяющих мобилизовать и использовать факторы и источники конкурентоспособности региона для создания и укрепления его конкурентных преимуществ с акцентом на нематериальных активах и аппарате маркетинга территории.

Ключевые слова: регион, региональная конкурентоспособность, самокупаемость, территориальный маркетинг, мониторинг.

Введение. Эффективное функционирование региона как субъекта хозяйствования и социально-экологической системы, его рыночно-производственная ориентация и устойчивость, способность удовлетворять потребности населения и бизнеса в различных благах и услугах зависят от двух главных факторов: качества региональной политики государства и уровня стратегического менеджмента на местах, эффективно использующего ресурсы региона. Это подтверждается выводами многих ученых и специалистов [1, 2, 5]. Современная деловая элита должна осознавать необходимость межрегиональной конкуренции и использовать эту концепцию для активизации наращивания уникальных преимуществ в регионах. Межрегиональная конкуренция - это стремление территории завоевать целевые группы потребителей и ресурсы жизнедеятельности.

Итак, речь идет о достижении желаемого уровня региональной конкурентоспособности как способности территории быть привлекательной для проживания, вложения инвестиций, расширения строительства и производства товаров, а также туризма [3]. Другими словами, категория региональной конкурентоспособности отражает совокупность указанных выше качеств, присущих субъекту федерации, включая – что существенно важно – социальные аспекты, оценку власти и ее действий как резидентами, так и нерезидентами, самочувствие и самоуважение населения, их деловую и инновационную активность и другие важные характеристики.

С нашей точки зрения, межрегиональную конкуренцию в ее теоретическом и практическом развитии можно и нужно использовать как ступень для достижения конкурентоспособности на внешнем рынке [6, 13]. Однако ее специфика

весьма существенна в сравнении с конкуренцией на микроуровне – между предприятиями-производителями товаров и услуг, и на сегодняшний момент не прояснена методологически. Ю. Ефимычев называет такую конкуренцию «кооперенцией» [4]. В какой мере эта конкуренция носит рыночный характер, а в какой – соревновательный? Какими способами достигается и может обеспечиваться региональная конкурентоспособность (РК), каковы механизмы и технологии управления ею, также не исследовано – методически и практически – в необходимой для органов регионального и муниципального управления степени. Между тем задача обеспечения РК носит стратегический характер и выходит на уровень национальной конкурентоспособности и безопасности. То есть, роль РК как управленческой категории обусловлена заложенными в нее паттернами, нацеливающими систему на мобилизацию, достижение синергии, максимальное включение внутренних резервов коллективов, жителей данной территории.

Основная часть. Обобщение материалов по данной проблематике показывает, что функции управления РК укрупненно включают: целеполагание стратегического развития региона с учетом РК; оценку текущей и перспективной РК; анализ конкурентообразующих параметров и влияющих на них факторов; отбор ключевых региональных компетенций для их развития и укрепления конкурентной позиции; планирование направлений роста конкурентных преимуществ, инструментария и ресурсов для этого; оценку эффективности вариантов стратегии повышения РК и ее фактической реализации.

Как видим, начальные этапы управления РК базируются на ее оценке и анализе, и дальней-

шие шаги во многом зависят от точности и объективности такой оценки.

Проанализируем подходы к оценке РК на примере Белгородской области, которая имеет противоречивые оценки с точки зрения конкурентоспособности: так, качество жизни расценивается как высокое, но инвесторы, особенно иностранные, не считают ее привлекательной для крупных инвестиций. Но, во-первых, сам по себе показатель качества жизни находится на среднем уровне; во-вторых, он сложился в основном за счет высоких значений в группах частных индексов «Освоенность территорий и развитость транспортной инфраструктуры» (6 место) и «Экологические и климатические условия» (7 место). Что касается прочих групп индексов, то регион занимает 33 место по уровню экономического развития и 48-е – по обеспеченности объектами социальной инфраструктуры.

Рейтинг инновационности регионов 2015 г., берущий во внимание 24 параметра, объединенные в три группы (научные исследования и разработки; инновационная деятельность; социально-экономические условия инновационной деятельности) показывает, что недостаточна инновационная активность: область заняла лишь 47 место. Здесь играет роль и общий фон низкой инновационной активности в стране (макроэкономическая составляющая РК) – Россия занимает одно из последних мест в мировом рынке интеллектуальной собственности [7].

Кроме того, имеет место большой разрыв в уровне доходов и жизни среди населения региона, и эта дифференциация продолжается. Вклад в региона в экономику страны отражен в таблице 1.

Таблица 1

Вклад экономики Белгородской области в экономику РФ

Показатели	%
Доля в населении страны	1,1
Доля валового регионального продукта (ВРП) в ВВП страны	1,1
Доля в объеме продукции сельского хозяйства	4,4
Доля в добыче полезных ископаемых	0,8
Доля в объеме продукции обрабатывающей промышленности	1,6
Доля в объеме инвестиций в основную капитал	0,9
Доля в общем объеме ввода жилья	1,8
Доля в общем объеме розничной торговли	1,0
Доля в объеме экспорта	0,6
Доля в объеме импорта	1,1

Регион занимает 3-е место в России по объему производства сельскохозяйственной продукции (187 млрд.руб.), 12% производства скота и птицы, что говорит о высоком уровне развития аграрного сектора.

Интересны данные Федеральной антимонопольной службы (ФАС), сформировавшей рейтинг регионов России по степени конкуренции и состоянию конкурентной среды за 2014 год. Он включал 4 критерия: количество предприятий на территории региона; количество жалоб в ФАС на нарушения в сфере конкуренции; состояние товарных рынков; мнение бизнесменов о конкуренции и соответствующей среде региона. По итогам рейтинга ФАС Белгородская область заняла 19 место.

Поскольку регионы России весьма существенно различаются по своим естественно-демографическим, историческим и прочим условиям, имеет смысл рассмотреть и сравнить ключевые параметры РК по пяти регионам, входящим в Центральный Черноземный район (ЦЧР) (см. табл. 2).

Представляется, что с точки зрения управления РК и анализа ее состояния ЦЧР можно рассматривать как своеобразный кластер, включающий сходные по условиям территории, внутри которых правомерно проводить сравнение конкурентообразующих показателей. Устойчивый лидер кластера имеет шанс перейти к иной группе регионов-конкурентов, более высокой категории.

К предложенным, достаточно традиционным параметрам РК в дальнейшем стоит добавить такие, как наличие в регионе эффективных собственников, некоторые подходы к оценке которых уже имеются в отечественных исследованиях, а также способность эффективно осваивать выделенные для региона ресурсы федерального уровня.

Матрица SWOT-анализа также является значимым инструментом оценки и анализа РК. В рамках матрицы отражаются преимущества и уязвимые места внутренней и внешней среды региона.

Методика, предложенная Е.А.Стрябковой («конусная модель»), включает:

- результаты деятельности (ВРП, безработица, доходы);
- инновационную эффективность (доля инновационных товаров, экспорт технологий);
- детерминанты РК (специальные фонды, технопарки, инкубаторы, кластеры, хай-тек);
- специализацию (занятость в наукоемких и свертехнологичных отраслях);
- детерминанты управления (стимулы, поддержка передовых отраслей и фирм) [8]:.

Перспективная РК рассчитывается путем нормирования используемых параметров и вычисления субиндексов по формуле среднеарифметической. Ключевой фактор в методике Е.А. Стрябковой представлен в виде инновационной активности региона. В таблице 3 приведены результаты рейтинга перспективной РК.

Таблица 2

Параметры конкурентоспособности регионов ЦЧР

Показатели	Белгородская область	Воронежская область	Курская область	Липецкая область	Тамбовская область
Численность, тыс. чел.	1550	2333	1120	1156	1050
Удельный вес безработных, %	7,4	12,9	2,0	4,1	4,9
Среднедушевые доходы (в мес., тыс.руб.)	27,9	30,1	25,8	27,6	25,1
Индекс промышленного производства, %	104,7	103,1	104,2	100,7	104,5
Оборот розничной торговли, тыс. руб.	275878	463696	174878	215896	182429
Сальдированный финансовый результат, тыс. руб.	81734	46972	53115	94030	44651
Индекс потребительских цен, %	111,4	118,6	113,9	112,1	112,7

Таблица 3

Рейтинг перспективной конкурентоспособности регионов ЦФО

Регион ЦФО	Индекс перспективной РК	Ранг региона
Белгородская область	0,1987	11
Брянская область	0,1765	12
Владимирская область	0,2177	7
Воронежская область	0,2983	4
Ивановская область	0,2018	10
Калужская область	0,3936	2
Костромская область	0,0741	17
Курская область	0,2088	9
Липецкая область	0,2734	5
Московская область	0,7838	1
Орловская область	0,1536	14
Рязанская область	0,2096	8
Смоленская область	0,1151	15
Тамбовская область	0,1125	16
Тверская область	0,1654	13
Тульская область	0,2645	6
Ярославская область	0,3855	3

Учитывая итоги компаративного анализа подходов к оценке РК, уровень точности и разброса полученных оценок, можно констатировать следующее:

- Белгородская область отличается противоречивостью оценки своего конкурентного положения и РК по существующим рейтинговым схемам, кроме того, не всегда ясно, какой

вид РК приводится в отчетных данных – текущей, потенциальной, фактической или перспективной;

- сложно дать объективную оценку региону и его конкурентоспособности для целей управления на основании существующих методик, так как они обладают недостатками, базируясь в основном на экспертных оценках и не всегда имея четкие критерии отнесения к диапазонам оценки;

- в оценке конкурентной позиции и РК слабо представлен блок параметров, связанных с нематериальными активами региона, что говорит о том, что: а) данный вопрос не вполне обеспечен методическим инструментарием для принятия практических решений; б) этого рода ресурсы не стали до сих пор актуальными при формировании стратегий регионального развития и роста конкурентоспособности.

Авторский подход в оценке и анализе РК, который может дополнить картину динамики конкурентного поведения и состояния региона состоит в следующих методических положениях.

1. Исходя из структуры потенциала РК мы выделяем два вида РК – потенциальную и фактическую (текущую).

2. Потенциальная РК определяется базово-ресурсным потенциалом региона, включая научно-производственный, природно-ресурсный, финансово-инвестиционный и человеческий. Для ее оценки предложено использовать следующие объективные параметры (частные индексы в сравнении с конкурентом):

- основные фонды региона (мощности) с учетом их износа и доли активной части;

- обеспеченность земельными ресурсами;

- индекс промышленного производства;

- удаленность поставщиков и потребителей (по основной массе ввоза-вывоза, не менее 60 %);

- финансово-инвестиционное состояние;

- обеспеченность трудовыми ресурсами;

- развитость инфраструктуры.

Общее значение $RK_{пот.}$ вычисляется по следующей формуле:

$$RK_{пот.} = \sum I_{пот.} \cdot A_i / n, \quad (3)$$

где $I_{пот.}$ – частные индексы потенциальной РК, n – число частных индексов, A_i – значимость параметров.

Отметим, что указанные параметры относятся к разряду обеспеченности экономики региона основными факторами производства.

3. Фактическая РК – ее достигнутый на анализируемый момент времени уровень зависит от качества и организации процесса преобразования, то есть, от того, насколько эффективно бы-

ли преобразованы ресурсы в результат, а именно, в социально-экономические показатели региона. Исходя из определения РК как степени привлекательности для заинтересованных групп [9, 10], для оценки фактической РК нами предлагается трехмерный подход и, соответственно, три оценочных блока:

- потребительская оценка (уровень спроса на продукцию региональных производителей, включая экспорт; бренд региона и его популярность; благоприятность условий торговли);

- партнерская (экономическая продуктивность, деловая репутация и инвестиционная привлекательность для внешних партнеров, возможность получения доходов на территории);

- социальная (доходы на душу населения, занятость, удовлетворенность населения социальным положением, социальная этика бизнеса и власти).

Таким образом, во все три блока входит составной частью элемент нематериальных активов (НМА) региона. Схема оценки фактической РК представлена на рис.1.

Тогда интегральный показатель РК будет равен:

$$RK_{инт.ф.} = K_{потр.} \cdot K_{парт.} \cdot K_{соц.} \quad (2)$$

где $RK_{инт.ф.}$ – интегральный коэффициент РК, $K_{потр.}$ – потребительская оценка РК, $K_{парт.}$ – партнерская оценка РК, $K_{соц.}$ – социальная оценка РК

В случае положительной динамики развития региона должно соблюдаться условие:

$$RK_{ф.инт} \geq RK_{пот.}$$

Методика апробирована при расчете потенциальной РК (табл.4) и интегрального показателя фактической РК для Белгородской области в сравнении с Курской (сопоставимые условия конкуренции). Она не отменяет использование существующих подходов, но может дополнить оценку РК в разрезе наиболее значимых проблем региональной системы, поиска и наращивания ее конкурентных преимуществ.

Значение 1,24 говорит о более высокой потенциальной РК Белгородской области по сравнению с Курской, в основном за счет численности населения и финансового положения.

В таблице 5 представлены итоги оценки фактической РК области. Согласно методике, индексы сворачиваются в суммарные значения по блокам (потребительская, партнерская и социальная оценки) на основе среднearифметической, учитывая примерно равную значимость этих укрупненных параметров. Для получения балльных оценок используем адаптированный метод семантического дифференциала (рис.2), дающий возможность построения шкал для трех указанных выше блоков оценки.

Из приведенных расчетов следует ряд выводов для управления региональной конкурентоспособностью, а именно: по сравнению с ближайшим (географически и экономически) конкурентом Белгородская область имеет более высокую потенциальную РКпот (1,24). Однако должно настораживать то, что фактическая РК выше конкурента на меньшую величину или, иными словами, ниже потенциальной ($1,17 \leq 1,24$). Это говорит о недостаточно эффективных преобразовательных процессах в регионе и о том, что данный потенциал требует более при-

стального внимания к своему накоплению и использованию. Как уже было отмечено, это нематериальные активы региона и его ключевые способности-компетенции.

Следующим шагом целесообразно рассчитать РКпот. и РКинт.ф. по сравнению с более сильным конкурентом в ЦФО, например, Воронежской или Калужской областью. Но даже полученных результатов достаточно для принятия стратегических решений в сфере мобилизации преобразовательных ресурсов региона.

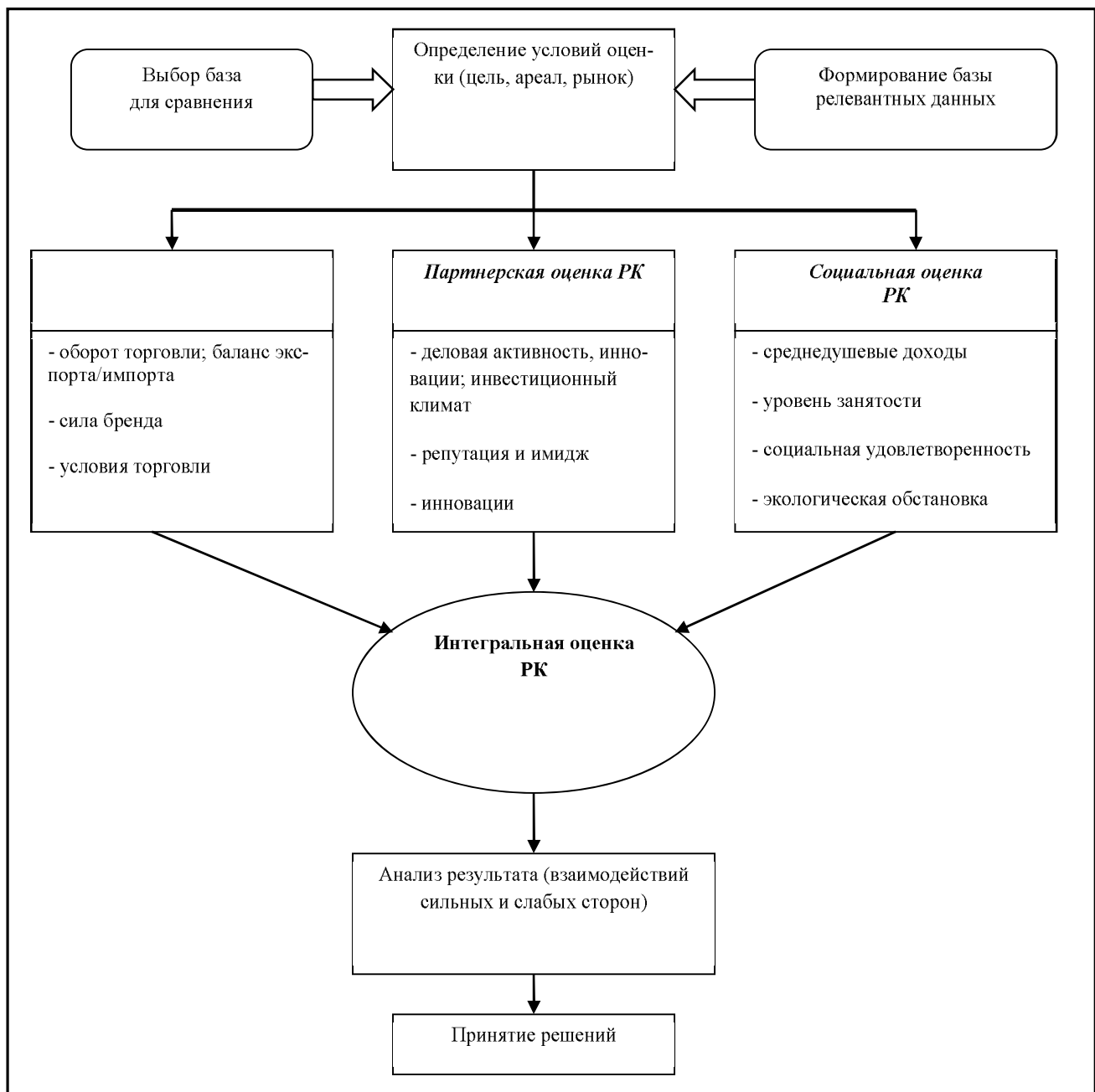


Рис. 1. Схема трехмерной оценки фактической региональной конкурентоспособности

Таблица 4

Результаты оценки потенциальной РК Белгородской области по авторской методике

Параметры оценки РКпот.	Единицы измерения	Поправочные коэффициенты, в долях 1	Значение по региону	Значение конкурента	Индекс	Значимость, А
Численность трудовых ресурсов	Тыс. чел.	Доля экономически активного населения (или уровень образования)	1502,3×0,65	1170,4×0,68	1,28	0,2
Стоимость основных фондов в промышленности и сельском хозяйстве	Млн. руб. на душу населения	Коэффициент износа, в т.ч. морального; доля активной части ОФ	807,4	863,2	0,93	0,15
Обеспеченность природными ресурсами	Кв. км земельных угодий на душу населения	Коэффициент экономической пригодности земель	1,69	2,13	0,76	0,17
Финансово-инвестиционное обеспечение (прибыль, консолидированный бюджет региона, привлеченные средства)	Тыс. руб. на душу населения		56,6	47,4	1,21	0,2
Индекс промышленного производства	%		104	103	1,01	0,16
Развитость инфраструктуры	Км дорог на душу населения		6,2	5,7	1,08	0,19
Интегральный индекс РК пот.	РКпот. = 1,24					1,0

Потребительская оценка РК	Существенно выше, чем у региона-конкурента	3	2	1	0	-1	-2	-3	Существенно отстают от региона-конкурента
Партнерская оценка РК	Репутация надежного, прогрессивного делового партнера и благоприятного инвестиционного климата	3	2	1	0	-1	-2	-3	Репутация ненадежного партнера, неэффективного собственника, высок инвестиционный риск
Социальная оценка РК	Высокая степень социальной удовлетворенности населения региона	3	2	1	0	-1	-2	-3	Низкая степень социальной удовлетворенности населения региона

Рис. 2. Шкала оценки составляющих РК методом семантического дифференциала

Подчеркнем методологически важный тезис: конкурентные преимущества региона выступают следствием ряда актуальных факторов, включение и использование которых и является **центральной функцией механизма управления РК**. В данной статье мы не ставили задачу рассмотреть подробно каждый из факторов, поскольку они достаточно известны, основаны на ромбе конкурентных сил М.Портера и отражены в ряде работ [14, 15], имея как внешний, так и внутренний характер. Поэтому остановимся на инструментальной части механизма управления РК – как и с помощью чего можно реально при-

влечь и активизировать те силы и факторы, которые имеют место быть в том или ином регионе. Инструментарий управления РК только формируется в нашей стране, однако уже имеет место ряд таких используемых в практике рычагов и методов, с помощью которых можно влиять на уровень РК и разрабатывать соответствующую стратегию.

С нашей точки зрения все инструменты управления РК условно можно разделить на три большие группы.

Оценочные методы: методы оценки потенциала и уровня РК, факторный анализ влия-

ния на имидж, силу бренда, матричные методы, включая анализ сильных и слабых сторон реги-

она, карты позиционирования, региональный бенчмаркинг и т.п.

Таблица 5

Результаты оценки фактической РК Белгородской области

Потребительская оценка (суммарная) =	Оборот розничной торговли, на тыс. чел.	Баланс экспорта-импорта, %	Благоприятность условий торговли (балл)	Торговая сила бренда, балл
1,19	1,51	1,18	0,95	1,13
Партнерская оценка (суммарная)	Деловая активность (ВРП на 1 занятого)	Репутация Надежного партнера (доля внешних кредитов)	Инвестиционный климат (доходность вложений/риски)	Инновации (численность человек, занятых исследованиями и разработками)
0,92	1,1	0,92	1,0	0,67
Социальная оценка (суммарная)	Доходы на душу населения, тыс. руб.	Трудоустроенность %	Уровень образования, %	Удовлетворенность населения социальным положением, %
1,21	1,09	0,96	0,91	1,38
РКинт. ф = 1,17				

Мотивационно-экономические включают: финансирование социально-значимых программ и PR-проектов, краудфандинг, систему поощрений и грантов за инновации и достижение на этой основе уровня конкурентности, за повышение узнаваемости субъекта, наценка за марку, стандарты качества и обслуживания, поддержка экспортеров, туризма и т.п..

Организационно-обеспечивающие: это рычаги, позволяющие региональному управлению разрабатывать стратегии роста РК предприятиям, районам, поддерживающие их осуществление, формировать имидж публичным лицам и мероприятиям. Это продвиженческий, событийный и спортивный маркетинг, карт-роудинг, фандрайзинг, обмен сетевыми ресурсами (так, в Белгороде в 2016г. создан центр совместных сетевых ресурсов с Сербией), создание креативных Интернет-порталов региона, расширение присутствия в поле федеральных новостей и др.

Одним из действенных инструментов управления РК может служить мониторинг ее факторов на субуровне. Аргументацией данного утверждения служит тот факт, что РК выступает обобщающим показателем конкурентоспособности отдельных районов, входящих, в данную область, например, Белгородскую. Из принципа сбалансированности и гармоничности развития, являющегося краеугольным для обеспечения устойчивости системы, вытекает, что требуемый уровень РК не может быть достигнут, если отдельные районы значительно и заметно отстают от прочих по показателям производства, качества товаров и менеджмента, экологической обстановки, благоустроенности и других параметров, важных для конечных индикаторов РК. Поэтому система управления РК в лице ее коор-

дилирующего маркетингового центра должна обеспечивать систематическое проведение следующих мер:

- мониторинг конкурентоспособности районов (субуровень) по установленным критериям, коррелирующим с индикаторами РК (мезоуровень);
- анализ факторов и условий конкурентоспособности районов совместно с органами районного управления и его маркетинговыми центрами;
- выявление причин низкой конкурентоспособности или, наоборот, трансляция передового опыта в другие районы;
- организация обучения кадров в том числе, в формате коучинга, информационной поддержки и прочей помощи районам в разработке стратегий роста их конкурентоспособности и формирования нематериальных активов;
- совместная разработка рекламно-пропагандистских и PR-кампаний, кобрендинг; реализация программ территориального маркетинга, включая его социально-этичный аспект.

Укрупненные параметры для оценки конкурентоспособности на субуровне предлагаются в следующем составе:

- доход на душу населения (И1); уровень безработицы (И2); обеспеченность инфраструктурой (И3); уровень образования (И4); выполнение социальной миссии; экологическая обстановка (И5); наличие и «сила» бренда района (И6); инновационная активность (И7).

Конкурентные индексы рассчитываются по формуле:

$$Ini = \text{Пфи} / \text{Пср}, \quad (3)$$

где $P_{ф.i}$ – фактическое значение параметра i -того района, $P_{ср.}$ – среднее значение по региону.

Мониторинг конкурентных индексов необходимо проводить не реже двух раз в год. Отклонения указанных параметров от средних значений по региону в целом будут служить ориентирами для принятия дальнейших стратегических решений и программ.

Состав приведенных параметров может варьироваться в зависимости от социально-экономической или экологической ситуации и приоритетности проблем и задач, стоящих перед регионом в целом. С этой целью можно применять «взвешивание» параметров. В частности, выполнение социальной миссии районами в лице их власти сегодня является крайне важным показателем для РК, прямо влияя не только на степень удовлетворенности населения и репутацию района в лице его ТОП-менеджеров и руководителей, но также и на долю рынка, занимаемую районом на рынке. Исследования подтверждают этот факт: так, Шлаканева В.А. [13] выявила зависимость между выполнением социальной миссии организации и ростом ее продаж: $Y = 118 + 0,96x$ (где Y – темп роста продаж, x – уровень выполнения миссии).

Рассмотрим еще один инструмент управления РК, результативность которого подтверждена практикой Белгородской области. Речь идет о стратегии «Формирование регионального солидарного общества» на 2011-2025 годы, реализуемой в целях развития идей, заложенных в Программе улучшения качества жизни населения и последовательного улучшения качества человеческих отношений на основе принципов справедливости, взаимного доверия и социальной ответственности. В системе мероприятий «Стратегии» реализуется 11 приоритетных направлений, в том числе:

- формирование духовных и культурных основ регионального солидарного общества;
- укрепление института семьи и семейных отношений как основы общества;
- формирование в среде молодежи установок на коллективизм, сотрудничество, развитие социальных сетей в молодежной среде, волонтерства;
- развитие и консолидация институтов гражданского общества и обеспечение гражданского участия;
- укрепление взаимного доверия между властью и населением;
- формирование и развитие социального капитала муниципальных образований и межмуниципального сотрудничества;

- развитие партнерства государства и гражданского общества на основе развития системы оказания государственных и муниципальных услуг населению;

- утверждение принципов социальной защищенности, поддержки и ответственности как оснований достижения общественного согласия;
- развитие корпоративных отношений в трудовых коллективах;
- совершенствование экономической основы регионального солидарного общества;
- тиражирование имиджа и символики регионального солидарного общества.

Первые итоги в реализации Стратегии выразились в том, что к 2016г. Белгородская область занимает 3-е место в рейтинге социального самочувствия регионов России. Достижение такого результата связано, в первую очередь, с работой, которая проводится в области по улучшению качества жизни и формированию регионального солидарного общества. Солидарное общество в понимании белгородцев – это сплоченное общество, объединенное общими позитивными целями, активной созидательной деятельностью на благо региона и Отечества. Оно основывается на таких ключевых понятиях, как единство, духовность, нравственность, патриотизм, доверие, деятельное сочувствие, ответственность.

Таким образом, стратегию формирования солидарного общества на региональном уровне можно рассматривать как еще один инструмент повышения РК, носящий комплексный характер.

Проектное управление следует рассматривать как эффективную форму реализации конкурентных стратегий. Так, проектом, направленным на повышение социальной РК в Белгородской области является проект «Управление здоровьем», стратегическая цель которого – увеличение продолжительности жизни населения региона к 2019г. до 75 лет. Для отработки мероприятий проекта определены две пилотные территории – Ракитянский и Новооскольский районы. Разработана региональная модель первичной медико-санитарной помощи, включающая 736 медицинских округа, 22 центра управления здоровьем, расположенных в муниципалитетах. Также в прошлом году были построены 24 и отремонтированы 209 офисов семейного врача и фельдшерско-акушерских пунктов. В план 2017-2018 годов вошли 269 объектов. Чтобы успешно провести модернизацию, в 2017 году переобучение должны пройти 707 медицинских работников. Главная роль в новой системе отводится семейному врачу, который будет заботиться о здоровье всех жителей медицинского округа.

Следует учесть также, что одной из прогрессивных форм развития региональной промышленности, инновационной инфраструктуры и социальной сферы выступают концессионные проекты на основе ГЧП (государственно-частного партнерства) как механизм привлечения частных инвестиций [16]. Особенно важна такая форма финансирования для социально-значимых объектов, для повышения качества услуг, оказываемых населению, а также для улучшения управления государственным и муниципальным имуществом (см. Федеральный Закон «О концессионных соглашениях» от 21.07.2005 №115ФЗ (ред. от 28.06.2014).

Выводы. В заключение подчеркнем важность использования в целях роста региональной конкурентоспособности и ее нематериальной составляющей философии и инструментально-технологической базы маркетинга территорий или регионального маркетинга [11,12]. Результаты изучения сущностных основ регионального маркетинга и тенденций его трансформации свидетельствуют о том, что он эволюционирует в направлении все большего утверждения его:

- во-первых, как особой философии ведения не только бизнеса, но и региональной политики в целом, влияющим на стиль и формы стратегического управления на территории;

- во-вторых, активно-инновационного управления ее социально-экономическим и культурным развитием, пространственным обустройством в широком смысле;

- в-третьих, методологии глубокого изучения социально-рыночной ситуации с последующим воздействием на нее через специфический маркетинговый и PR-инструментарий, систему адекватных коммуникаций.

Итак, региональная конкурентоспособность, рассматриваемая как концепт и целевая функция регионального управления, определяет круг задач и инструментов для достижения этой намеченной функции, а именно, повышения конкурентного уровня региона и достижения его устойчивой позиции. Так, известно, что грамотно выстроенная имиджевая политика позволяет значительно повысить инвестиционную привлекательность региона, увеличить финансовые поступления в региональный бюджет минимум на 20%. Стратегия развития региона, территории в этом случае формируется с учетом потенциала конкурентоспособности и реализации его наиболее прогрессивных элементов, к которым сегодня, в «экономике информации и впечатлений» относятся, прежде всего, нематериальные активы. Это предполагает расширенное инвестирование именно в данные ресурсы, которые

определяют эффективность использования факторов традиционного материального типа.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Беленов О.Н., Анучин А.А. Конкурентоспособность стран и регионов. М.: Кнорус. 2011. 144с.
2. Грант Р.М. Ресурсная теория конкурентных преимуществ: практические выводы для формулирования стратегии // Вестник СПбГУ. Сер. 8. Менеджмент. 2003. № 3. С. 47–75.
3. Дорошенко Ю.А., Бухонова С.М., Сомина И.В. Теоретические аспекты привлекательности экономических систем // Белгородский экономический вестник. 2014. №2. С. 3–7
4. Ефимычев Ю.И. Промышленные кластеры и экономический рост // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Экономика и финансы. 2005. №1. С.15–18.
5. Татаркин А.И. Региональная направленность экономической политики Российской Федерации как института пространственного обустройства территории // Экономика региона. Т.12. вып.1. С.9-27
6. Кондрашов И.Б., Щетинина Е.Д. Нематериальные активы региона как основа его стратегического и конкурентного позиционирования // Белгородский экономический вестник. 2016. №3 (83). С. 32–38.
7. Селиверстов Ю.И. Институциональные проблемы обеспечения конкурентоспособности России в инновационной сфере// Белгородский экономический вестник. 2015. №4 (79). С. 38–46.
8. Стрябкова Е.А. Роль инноваций в тренде российской экономики. Монография. 2016. С.220-234
9. Старикова М.С. Трансформация конкурентных отношений в современной экономике// Белгородский экономический вестник. 2016. №3. С.38-44
10. Прокушев Е.Ф., Антонов А.Ю. Методические подходы к оценке внешней торговли региона // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2016. №3. С. 175–178
11. Сачук. Т.В. Территориальный маркетинг. СПб.: Питер. 2009. 256с.
12. Панкрухин А.П. Территориальный маркетинг// Маркетинг в России и за рубежом. 1999. №5. 656 с.
13. Шлаканева В.А. Совершенствование методических подходов к комплексной оценке конкурентоспособности организаций потребительской кооперации // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2013. №3 (47). С. 67–74

14. Porter M. Regional foundations of competitiveness and implications for government policy / M. Porter // Paper presented at the Department of Trade and Industry Workshop on Regional Competitiveness. London: DTI, 2002.

15.. Lundwall B.-A. The Learning Economy: Some Implications for the Knowledge Base of Health and Education System / Knowledge, Man-

agement in the Learning Society. Paris, OECD, 2000.

16. Герасименко О.А., Авилова Ж.Н. Концессия как перспективный механизм государственно-частного партнерства в регионе // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2017. №3. С. 200–205.

Kondraschov I.B.

METHODS AND INSTRUMENTS OF MANAGEMENT OF COMPETITIVENESS OF REGION

Actualization of solving a huge strategic problem – the viability of a regional economy – requires the development of existing approaches to management of its competitiveness and the improvement of such management in compliance with this important feature. The tasks and challenges of management of competitive position of a region, and particularly its assessment on the example of Belgorod region, have been specified at the article. The range of tools for employment a region's competitive factors with an accent on intangible assets and territorial marketing apparatus has also been suggested.

Key words: *region, viability of a regional economy, competitiveness of region, placemarketing, monitoring.*

Кондрашов Иван Борисович, соискатель кафедры маркетинга.

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова.

Адрес: Россия, 308012, г. Белгород, ул. Костюкова, 46.

E-mail: vanlord@yandex.ru