

конкурентоспособностью территории и уровнем жизни населения, который по своей сути проявляется как конечный индикатор, характеризующий конкурентное положение региона и его динамику.

Шнипер Р.И. считает, что содержание конкурентоспособности региона определяет его конкурентный потенциал, который зависит от той конкурентной позиции, которую занимает конкретная территория. Конкурентная позиция региона находится в прямой зависимости от социально-экономического, научно-технического и кадрового потенциалов — той базы, на которой формируется конкурентоспособность региона того или иного субъекта Федерации. Посредством воздействия факторных условий эта база из состояния потенции трансформируется в новую действительность — конкурентное положение региона [11].

Итак, в данной точке зрения прослеживается зависимость между конкурентным потенциалом региона, его конкурентной позицией и базой формирования конкурентоспособности территории (совокупности различного рода потенциалов), которая посредством факторов трансформируется в конкурентное положение региона.

Следует отметить, что все приведенные точки зрения в рамках второго подхода к описанию содержания конкурентоспособности региона определяют данное явление с одной принципиальной стороны: конкурентоспособность регионов указывает на их положение среди других подобных экономических субъектов. Таким образом, можно обозначить три крайности указанного подхода к формированию содержательной базы конкурентоспособности региона: во-первых, наличие у региона собственного мотива к деятельности и ожидание положительных для себя результатов; во-вторых, присутствие способности удерживать или укреплять свои конкурентные позиции; и, в-третьих, наличие способности противостоять регионам-соперникам.

Можно сделать вывод что, при большой методологической значимости и научном интересе к проблеме конкурентоспособности регионов многие её вопросы на сегодняшний день остаются нерешёнными. В первую очередь

недостаточно проработан вопрос определения понятия «конкурентоспособность региона», которое для российской действительности является относительно новым, и его научное осмысление осуществляется в условиях продолжающихся сложнейших трансформационных процессов, когда происходит слом старых и возникновение совершенно новых экономических отношений.

В настоящее время известны работы отечественных и зарубежных авторов по вопросам региональной конкурентоспособности. Результаты проведённого сравнительного анализа различных определений понятия «конкурентоспособность региона» позволили отметить, что чаще всего авторы выделяют в формулировках такие критерии, лежащие в основе рассматриваемой категории, как способность:

- достижения высокого уровня жизни населения региона;
- достижения более высокого валового регионального продукта на душу населения;
- реализации экономического потенциала региона;
- создания условий региональным хозяйствующим субъектам для удержания своих конкурентных преимуществ в определённых областях деятельности;
- создания инвестиционной привлекательности региона;
- производить товары и услуги, конкурентоспособные на рынках.

Анализ приведённых критериев свидетельствует о разноаспектности авторских определений рассматриваемого понятия. Отсутствие единого подхода к формированию определения этой сложной категории затрудняет понимание её объективной сущности, что может привести к ошибочным трактовкам не только в региональных законодательных актах, но и в политике, стратегии, а также в разработке целевых программ их реализации.

Рассматривая теоретические аспекты конкурентоспособности объектов, далее остановимся на анализе такого важного понятия в экономической науке, как конкурентное преимущество, которое относится к малоизученной

категории, и в настоящее время ещё не сложился устойчивый её понятийный аппарат. Тем не менее, исследование природы конкурентных преимуществ объектов, в частности региона, необходимо для более глубокого понимания механизма формирования его конкурентоспособности. Кроме того, раскрытие объективной сущности и содержания данной категории даёт возможность осуществления научно обоснованного и эффективного решения проблемы повышения региональной конкурентоспособности. Сегодня возможность успешно конкурировать на рынке определяется наличием или отсутствием у регионального субъекта конкурентных преимуществ по сравнению с другими хозяйствующими субъектами. Конкурентные преимущества региона, составляющие основу конкурентоспособности, по существу и определяют уровень развития всей региональной социально-экономической системы [12].

В литературных источниках известны различные подходы к определению понятия «конкурентное преимущество объекта», поэтому для уточнения определения этой категории как предмета исследования необходимо остановиться на анализе, прежде всего, теоретических разработок в трудах отечественных и зарубежных ученых-экономистов. Наиболее известными теориями конкурентных преимуществ объектов в настоящее время являются теории М. Портера [13] и Р.А. Фатхутдинова [14].

В основе теории конкурентных преимуществ М. Портера находится цепочка стоимости, образуемая в результате анализа видов деятельности хозяйствующего субъекта, непосредственно создающего стоимость для потребителя. Цепочка стоимости для каждого хозяйствующего субъекта, в зависимости от масштабов деятельности складывается из многих её видов, образуя сложную систему, в которую входят цепочки создания стоимости поставщика, самого объекта исследования (предприятия, фирмы), канала дистрибуции, а также потребителя. Посредством этих видов деятельности фирмы создают определённые цепочки для своих потребителей. Конечная ценность, созданная фирмой, определяется тем, сколько потребители (покупатели) смогут заплатить за созданные фирмой товары и услуги.

Все виды деятельности хозяйствующего субъекта, создающие цепочку стоимости, подразделяются автором [13] на две группы: основные и вспомогательные. К первой группе относятся материально-техническое обеспечение, технологическое развитие, управление персоналом и инфраструктура субъекта, а вторая включает производственный процесс, внутреннюю и внешнюю логистику, маркетинг, сбыт и обслуживание. Все перечисленные виды деятельности, входящие в цепочку стоимости, вносят свой вклад в создание потребительской стоимости. Следовательно, для раскрытия природы возникновения конкурентных преимуществ необходимо проанализировать все осуществляемые субъектом виды деятельности и выявить их взаимодействия. Избранная хозяйствующим субъектом (предприятием, фирмой, компанией) конкурентная стратегия определяет способ, при котором она выполняет отдельные виды деятельности и всю цепочку стоимости. При этом хозяйствующие субъекты получают конкурентные преимущества, разрабатывая новые способы выполнения деятельности, внедряя новые технологии, что существенно улучшает качество товаров и снижает их себестоимость. Концепция цепочки стоимости позволяет лучше понять не только типы конкурентных преимуществ, но и роль конкуренции в их достижении. Портер М. считает, что различия в цепочке создания стоимости у конкурентов являются основным источником конкурентных преимуществ. При этом требуется анализ всей цепочки создания стоимости, а не только добавленной стоимости, так как это более адекватный способ рассмотрения конкурентных преимуществ объектов.

Для того чтобы раскрыть потенциальные источники конкурентных преимуществ, М. Портер рекомендует, в первую очередь, описать в общем виде всю структуру цепочки создания стоимости, т.е. описать структуру всех видов деятельности хозяйствующего субъекта, а затем провести их декомпозицию на отдельные более мелкие виды.

Следует отметить, что, рассматривая систему создания цепочки стоимости и получения конкурентных преимуществ хозяйствующего субъекта,

автором не раскрывается сущность этого понятия. На наш взгляд, наиболее глубокая проработка сущности понятия конкурентного преимущества объекта (субъекта) осуществлена в работах Р.А. Фатхутдинова [14, 15].

По его теории, основу конкурентного преимущества составляет какая-либо эксклюзивная ценность, которой обладает объект, дающая ему превосходство перед конкурентами. Учитывая многоаспектность данного понятия, автор работ определяет ценность как нечто, чем владеет объект или субъект управления, стремится сохранить либо иметь в будущем. На рисунке 1 представлена цепочка ценности, переходящая в конкурентное преимущество, и получение эффекта от ценности [13].

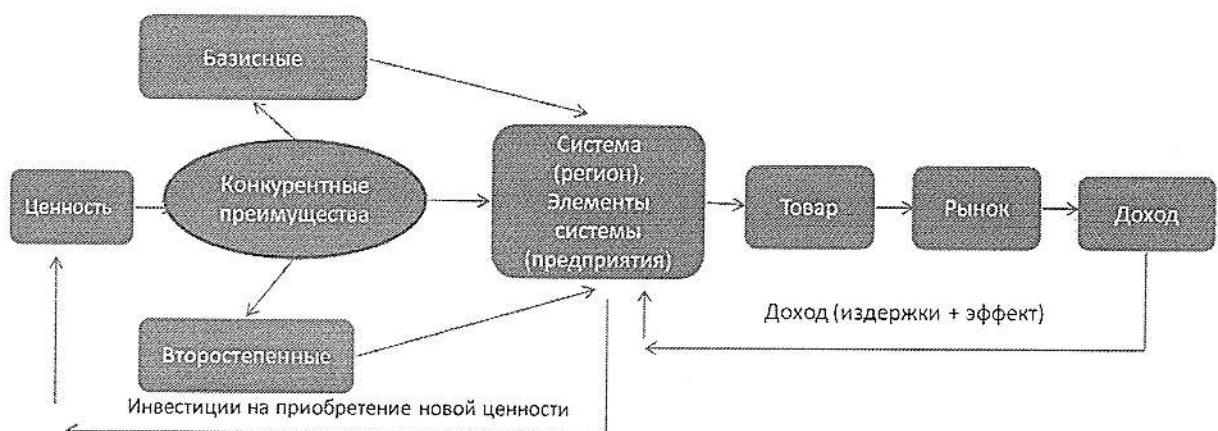


Рисунок 1 – Цепочка получения эффекта от ценности [13]

Известны и другие подходы к определению понятия конкурентного преимущества. Так, рассматривая конкурентные преимущества региона, А.В. Андреев [16] отмечает, что это специфические черты и особенности региона, важные для его целевых рынков и отличающие его от других регионов. При этом автор считает, что региональные конкурентные преимущества обеспечиваются за счёт конкурентных ресурсов, к которым в современных условиях необходимо отнести не только и не столько традиционные экономические ресурсы, сколько материальные и нематериальные элементы региона, обладающие рыночной ценностью или способствующие повышению спроса на другие элементы региона. В качестве примера «нетрадиционных» ресурсов автор приводит наличие в регионе мощного научно образовательного

комплекса, самобытных ремёсел, развитой транспортной сети. По нашему мнению, для дальнейшего исследования важно определить не только, что следует понимать под нетрадиционными элементами, обладающими рыночной ценностью, но и раскрыть механизм источников их формирования.

Иванова Е.А. [17] считает, что конкурентные преимущества – это те факторы, которые уже обеспечивают преимущества анализируемого объекта (субъекта) перед конкурентами или будут обеспечивать в будущем при реализации запланированных мероприятий.

Построение любой классификационной схемы конкурентных преимуществ начинается с определения набора классификационных признаков, которые представляют собой отличительные свойства различных их групп.

Значительный вклад в теорию управления конкурентными преимуществами объектов внес Р.А. Фатхутдинов [14, 15], который предложил осуществлять их классификацию по следующим семи признакам, включающим различные их виды и комплексно охватывающие аспекты экономики и менеджмента:

- по отношению к системе (внутренние и внешние);
- по содержанию фактора преимущества объекта (например, для товара – качество товара, цена, затраты у потребителя, качество сервиса);
- по сферам возникновения конкурентного преимущества (природно-климатические, социально политические, технологические, культурные, экономические);
- по виду получаемого конечного результата (научно-технический, экономический, социальный);
- по методу или средству получения конкурентного преимущества (наследство, обучение, внедрение новшеств (инноваций), перемещение);
- по месту реализации преимущества (рабочее место, организация, отрасль, регион, страна, мировое сообщество);
- по времени продолжительности преимущества (стратегические и тактические).

Отметим, что предложенная автором классификация конкурентных преимуществ практически применима для всех видов объектов и имеет большое методологическое значение для их научного исследования и эффективного управления.

Приведённые выше виды конкурентных преимуществ объектов находятся под влиянием большого количества факторов внешней и внутренней среды. В этой связи следует отметить, что исследуемые в качестве объекта конкурентные преимущества региона определяются такими группами факторов, как [18]:

- конкурентность страны, в которую входит регион;
- природно-климатические, географические и социально-экономические параметры региона;
- уровень соответствия (отставания или опережения) параметров инфраструктуры региона международным и федеральным нормативам;
- уровень международной интеграции и кооперирования региона;
- высокие расходы бюджета на НИОКР;
- высокие расходы в развитие человека (образование, здравоохранение, социальные нужды);
- высокая образованность населения;
- высокая конкуренция во всех сферах деятельности на основе знаний;
- стабильность политической и правовой системы региона;
- высокая продолжительность жизни населения региона;
- высокая эффективность использования всех видов ресурсов;
- оптимальный экспорт;
- наличие природных ресурсов и благоприятный климат, выгодное географическое положение региона;
- значительная доля конкурентоспособных предприятий;
- конкурентоспособность трудовых ресурсов;
- гибкость финансовой системы;
- динамичность регионального рынка;

- отсутствие сверхнормативной государственной задолженности;
- открытость региона, высокий уровень международной интеграции и кооперирования;
- высокое качество инфраструктуры рынка;
- низкие региональные налоговые ставки;
- высокая культура бизнеса;
- высокий уровень информационного обеспечения и качество управления регионом.

Такие факторы конкурентных преимуществ, как природные ресурсы, климатические условия, географическое положение, дешёвая рабочая сила, заданные изначально и не зависящие от деятельности человека, дают конкурентные преимущества низкого порядка, как правило, неустойчивые, зависящие от множества внешних условий и, к тому же, имеющиеся у многих других регионов. Эти факторы сохраняют свою важность и значимость в добывающих отраслях региона (угольная промышленность, промышленность строительных материалов), в аграрных областях и лесозаготовительной промышленности.

Они дают ресурсные конкурентные преимущества. Ряд факторов обеспечивают конкурентные преимущества более высокого порядка (технологические, инновационные). Они формируются в процессе хозяйственной деятельности человека. Это современная инфраструктура, квалифицированные кадры, исследовательские учреждения, отделы и лаборатории, занимающиеся сложными расчётами параметров организации производства на основе инноваций. Для получения конкурентных преимуществ более высокого порядка важное значение имеет наличие в регионе электронной, электротехнической, химической и машиностроительной промышленности. Эти производства связаны с современными интернет-технологическими системами. Это высокоорганизованные факторы не так распространены, как основные, потому что для их развития требуются значительные и продолжительные вложения капитала в человека.