

ВЫБОР СТРАТЕГИЧЕСКИХ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ ПРИГРАНИЧНОГО РЕГИОНА

Функционирование приграничных регионов имеет свою специфику. Выбор стратегических направлений развития приграничного региона зависит прежде всего от выбранного типа региональной стратегии. В данной статье рассматривается общая последовательность этапов стратегии развития региона. Для оценки выбора стратегических направлений развития региона предлагается использовать метод построения и исследования зон потенциального сбыта продукции (ЗПСР) (вариант гравитационной модели региональной экономики).

Ключевые слова: стратегия развития региона; этапы стратегии развития региона; зона потенциального сбыта продукции (ЗПСР); факторы, используемые для определения ЗПСР.

Стратегия развития региона представляет собой управляемый процесс изменений в различных сферах его жизни, направленный на достижение определенного уровня развития социальной и экономической сфер на его территории, с наименьшим ущербом для природных ресурсов и наибольшим уровнем удовлетворения коллективных потребностей населения и интересов граждан, то есть с более эффективным использованием всех ресурсов [4].

Сущность и содержание стратегии развития региональной экономической подсистемы раскрываются в следующих положениях:

1) разработка стратегии развития направлена на обеспечение устойчивого функционирования экономической подсистемы в будущем путем установления динамичного баланса ее потенциала с окружением;

2) стратегия развития в большей мере нацелена на учет внешних факторов, поиск путей и новых возможностей в конкурентной борьбе, отслеживание и адаптацию к изменениям в окружении;

3) при разработке стратегии развития ресурсное обеспечение выступает важнейшим лимитирующим фактором;

4) результативность реализации стратегических программ выражается в том, насколько своевременно и точно любая экономическая подсистема реагирует на изменения внешней среды [3].

Основная идея стратегического управления в приграничном регионе заключается в необходимости учета взаимосвязи и взаимовлияния внешней и внутренней среды при определении целей экономической подсистемы приграничного региона. При этом стратегия выступает в качестве инструмента достижения це-

лей, а для реализации самой стратегии необходимо, чтобы вся система функционировала в стратегическом режиме.

Стратегическое управление экономической подсистемой региона представляет собой процесс, который включает выбор стратегических целей и направлений, разработку стратегии развития и ее реализацию, а также целенаправленное, согласованное и своевременное формирование производственного и управленческого потенциалов, что в комплексе обеспечивает эффективную деятельность экономической подсистемы региона в целом [2].

Проведенный нами анализ литературных источников по теме исследования позволил выявить общую последовательность разработки стратегии развития региона, которая представлена на рисунке 1. Нетрудно заметить, что эта-



Рисунок 1. Процесс разработки стратегии развития региона

пы с третьего по пятый непосредственно распространяются на анализ сложившейся рыночной ситуации и оценку перспектив ее изменения [5]. В свою очередь такой важный этап разработки стратегии развития региона, как поиск и оценка рыночных возможностей, также состоит из нескольких стадий, которые представлены на рисунке 2.



Рисунок 2. Стадии этапа поиска и оценки рыночных возможностей



Рисунок 3. Содержание этапа «Анализ потенциала развития региона» процесса разработки стратегии развития региона

Разработанные нами положения позволяют уточнить содержание ряда этапов разработки стратегии развития региона, что отражено на рисунках 3–5.

На наш взгляд, одним из методов оценки выбора стратегических направлений развития региона является построение и исследование зон потенциального сбыта продукции (ЗПС) (вариант гравитационной модели региональной экономики). Мы считаем, что, исходя из специфики отношений приграничных регионов, данный метод является наиболее предпочтительным, так как он учитывает территориальный аспект, взаимодействие между двумя и более регионами, предприятиями. С помощью данного метода можно оценить возможности сбыта продукции приграничного региона потребителям приграничных регионов сопредельных стран, а также перспективы закупки сырья и комплектующих в этих регионах. В перспективе возможно использование метода определения ЗПС для определения эффективности деятельности не одного, а нескольких предприятий региона, как расположенных в технологической цепочке или находящихся в объединении, так и функционирующих в условиях конкуренции данных предприятий с предприятиями других, в том числе и приграничных, регионов [1].

Зона потенциального сбыта продукции и услуг (далее ЗПСУ) – определенная часть географической территории, находящаяся в сфере маркетинговых интересов предприятия-поставщика и охватывающая места расположения потенциальных потребителей продукции и услуг, которые могут иметь экономическую или иные виды выгод от их приобретения у данного предприятия по сравнению с альтернативными вариантами их покупки у конкурирующих предприятий [1].

Факторами, используемыми для определения размеров ЗПС, являются:

- цена приобретения продукции и услуг;
- цена потребления продукции и услуг;
- потребительские свойства продукции и услуг;
- время обслуживания потребителей продукции и услуг;
- факторы, характеризующие состояние международной торговли;
- условия предоставления займа (отсроч-

ки по платежам) покупателям продукции и услуг;

- условия, характеризующие системную закупку продукции и услуг;
- качество изготовления продукции и предоставления услуг;
- качество послепродажного обслуживания потребителей.

В работе [1] для определения размеров ЗПСП предложена формула следующего вида:

$$\psi_1 * \sum_{i=1}^n \frac{q_{Ai}}{q_{Bi}} * \gamma_i + \psi_2 * \frac{C_A + P_A * t_A}{C_B + P_B * t_B} * + \psi_3 * \frac{t_A + \tau_A^{suc}}{t_B + \tau_B^{suc}} + \psi_4 * \sum_{j=1}^m \frac{\omega_{Aj}}{\omega_{Bj}} * \gamma_j = 1, \quad (1)$$

где q_{Ai} и q_{Bi} – качественные и количественные показатели, характеризующие потребительские свойства определенного вида продукции, производимой (реализуемой) предприятиями-конкурентами соответственно А и В (далее эти буквенные символы сохраняют свои назначения);

ψ и γ – коэффициенты весомости четырех рассматриваемых групп, а также подгрупп, объединяющих потребительские свойства, условия распределения, ценовые показатели и время обслуживания покупателей, причем

$$\sum_{i=1}^n \gamma_i = 1, \quad \sum_{j=1}^m \gamma_j = 1, \quad \sum_{s=1}^4 \psi_s = 1, \quad (2)$$

где C_A и C_B – цены за единицу продукции; P_A и P_B – транспортные тарифы; t_A и t_B – расстояния перевозки груза от производителей до потребителей по уровням каналов распределения;

V_A и V_B – скорости транспортных средств, доставляющих продукцию к потребителю от конкретного поставщика (уровня каналов распределения);

τ_A^{suc} и τ_B^{suc} – затраты времени на ожидание и обслуживание потребителя конкретным поставщиком (уровнем канала распределения);

w_A и w_B – количественные и качественные показатели, характеризующие условия распределения продукции.

Рассмотрим, каким образом построение ЗПСПУ позволяет выбрать то или иное стратегическое направление развития приграничного региона (в качестве прообраза региона взят



Рисунок 4. Содержание этапа «Поиск и оценка рыночных возможностей» процесса разработки стратегии развития региона



Рисунок 5. Содержание этапа «Прогноз и исследование тенденций развития региона» процесса разработки стратегии развития региона

контур Оренбургской области). Всего нами выделено пять таких способов.

1. Выбор места расположения предприятия приграничного региона, которое будет производить уже известную продукцию (рисунок 6).

На рисунке 6 В1 – место расположения существующего предприятия приграничного ре-

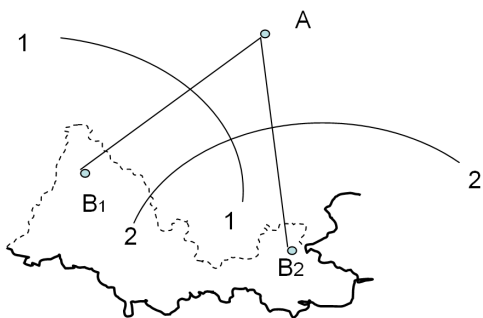


Рисунок 6. Влияние выбора места расположения предприятия приграничного региона на увеличение размера ЗПСУ предприятий данного региона

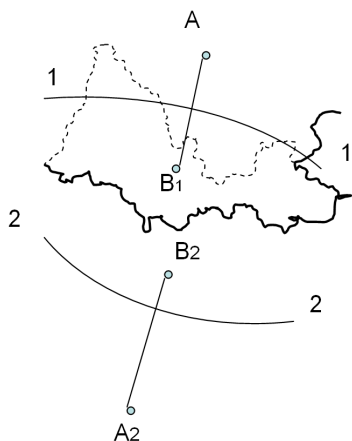


Рисунок 7. Влияние условий приграничного сотрудничества на увеличение размера ЗПСУ предприятий приграничных регионов

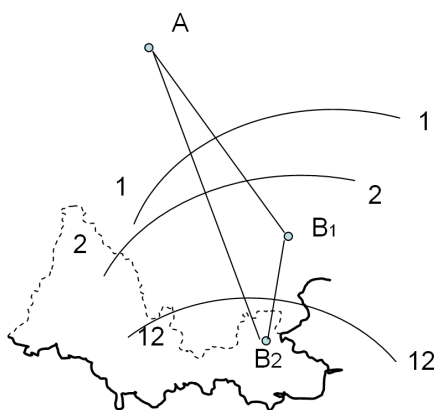


Рисунок 8. Влияние возможностей вертикально интегрированных компаний для повышения конкурентоспособности предприятия приграничного региона

гиона, А – место расположения конкурента рассматриваемого предприятия глубинного региона. Прерывистой линией отмечена граница между приграничным и глубинным регионами; жирной линией отмечена государственная граница, к которой примыкает рассматриваемый приграничный регион; линия 1-1 отделяет ЗПСУ предприятия В1 от ЗПСУ предприятия А. На рисунке 6 видно, что строительство предприятия при определенных условиях В2 позволяет расширить ЗПСУ предприятий В1 и В2 за счет формирования новой линии разграничения ЗПСУ предприятий-конкурентов 2-2, что повышает конкурентоспособность рассматриваемого региона.

2. Развитие приграничного сотрудничества для повышения конкурентоспособности предприятий приграничных регионов (по обе стороны государственной границы) (рисунок 7).

На рисунке 7 четко проявляется тенденция целесообразности объединения усилий предприятий В1 и В2 для увеличения размеров их ЗПСУ в конкуренции с предприятиями, соответственно, А1 и А2, в том числе на основе аутсорсинга.

3. Использование возможностей вертикально интегрированных компаний для повышения конкурентоспособности предприятия приграничного региона (рисунок 8).

Если предприятие В1 приграничного региона проигрывает конкурентную борьбу предприятию В2 по причине своего неудачного места расположения (небольшие размеры ЗПСУ), то предприятия В1 и В2 могут организовать взаимодействие и предпринять совместные усилия, направленные на формирование единой ЗПСУ данных предприятий в условиях конкуренции с другим предприятием А, выпускающим аналогичную продукцию или оказывающим те же услуги.

4. Влияние методов государственного регулирования на размеры ЗПСУ предприятия приграничного региона (рисунок 9).

На рисунке 9 видно, что государством могут быть предприняты соответствующие усилия для увеличения ЗПСУ предприятия приграничного региона (налоговые льготы, финансирование на особых условиях и др.), что позволит рассматриваемому предприятию В1 получить некоторые конкурентные преимущества перед предприятием А глубинного региона.

Таблица 1. Основные направления стратегического развития приграничного региона

Способы определения прогноза покупательского спроса за счет (рисунки 6–10)	Основные направления стратегического развития приграничного региона
– обоснования локации предприятия приграничного региона	– в связи с менее развитыми по отношению к центру восточной и западными частями области размещать новые предприятия в них; – предусмотреть возможности интеграции данных предприятий с предприятиями центральной части области; – организовать переработку ресурсов из сопредельных регионов; – использовать возможности локации предприятий в привязке к международным транспортным коридорам
– условий приграничного сотрудничества	– организовать совместные предприятия по производству наукоёмкой продукции с регионами Республики Казахстан; – стимулировать создание приграничных торгово-производственных комплексов и логистических терминалов; – привлекать инвестиции для реализации международных проектов
– возможностей вертикально интегрированных компаний	– использовать возможности вхождения убыточных предприятий в состав объединений предприятий; – реализация методов управления цепями поставок в рамках вытягивающих концепций управления объединениями предприятий; – заключение долгосрочных контрактов поставок ресурсов
– методов государственного регулирования	– формирование программ поддержки проблемных предприятий региона за счёт снижения налоговой нагрузки, либерализации тарифной политики, смягчения антимонопольной политики; – совершенствование миграционной политики; – предоставление государственных гарантий при реализации рискованных проектов и инновационных программ
– при выборе предприятием приграничного региона вида продукции	– разработать программное обеспечение построения и исследования ЗПСР и размера регионального продукта; – разработать областные программы импортозамещения; – выступить с предложениями ведущим предприятиям Российской Федерации и стран ближнего зарубежья о производстве продукции или её комплектующих на территории Оренбургской области

5. Обоснование выбора предприятием приграничного региона тех видов продукции и услуг, которые можно внедрить с минимальным уровнем риска (рисунок 10).

На рисунке 10 видно, что предприятие В может иметь достаточно большую по размерам ЗПСР, если оно расположено на значительном расстоянии от предприятий-конкурентов А1 и А2.

Очевидно, что все рассмотренные нами случаи могут быть использованы комплексно, что существенно влияет не только на размеры ЗПСР предприятий приграничного региона,

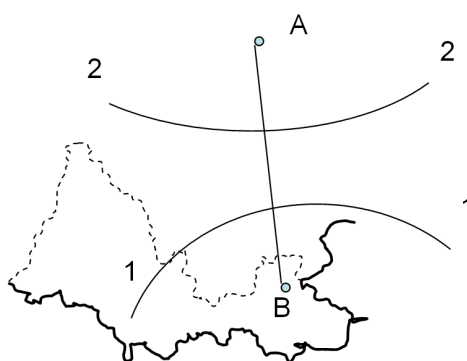


Рисунок 9. Влияние методов государственного регулирования на размеры ЗПСР предприятия приграничного региона

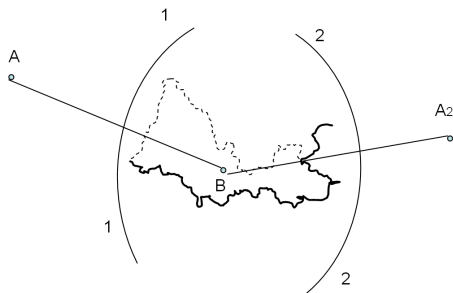


Рисунок 10. Влияние выбора предприятием приграничного региона тех видов продукции и услуг, которые можно внедрить с минимальным уровнем риска

но и способствует повышению благосостояния его жителей.

Анализ сведений, представленных на рисунках 6–10, позволяет обосновать причины ограниченности размеров зон потенциального сбыта продукции и услуг предприятий приграничных регионов (рисунок 11).

Данные, представленные на рисунке 11, позволяют обосновать стратегические направ-



Рисунок 11. Причины ограниченности размеров зон потенциального сбыта продукции и услуг предприятий приграничных регионов

ления развития приграничного региона в зависимости от того или иного направления стратегического развития приграничного региона (таблица 1).

Список использованной литературы:

1. Аникин, Б. А. Коммерческая логистика: учебник / Б. А. Аникин, А. П. Тяпухин. – М.: Изд-во «Проспект», ТД «Велби», 2005. – 432 с.
2. Акулич, М. В. Некоторые глобальные стратегии международного бизнеса и международного маркетинга / М. В. Акулич // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – №1. – С. 108 – 119.
3. Ансофф, И. Стратегия управления / И. Ансофф. – М.: Экономика, 1989. – 520 с.
4. Внешнеэкономические связи России: опыт Оренбургского региона. – Оренбург: Оренбургское книжное издательство. – 1999. – 268 с.
5. Гребнев, Л. «Концепция – 2020»: среднесрочная тактика для долгосрочной стратегии? / Л. Гребнев // Вопросы экономики. – 2008. – №8. – С. 140 – 145.
6. Крикотов, О. А. Концептуальные основы управления социально-экономическим развитием региона / О. А. Крикотов // Формирование рыночного хозяйства: теория и практика: сборник научных статей, выпуск IV / Под ред. М. Г. Лапаевой. – Оренбург: РИК ГОУ ОГУ, 2003. – С. 141 – 146.