

ВЫБОР СТРАТЕГИИ СТРУКТУРНЫХ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА

Кухарская Н.А., кандидат экономических наук, доцент, старший научный сотрудник
Института проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, г. Одесса

Трансформация экономики Украины в системе мирохозяйственных связей сопровождается углублением её сквозной (региональной, производственной, финансовой, социальной) поляризации, которая выступает как одна из важнейших угроз стабильности социально-экономического развития как страны в целом, так и каждого отдельного её региона. В этих условиях чрезвычайно важным становится определение стратегических приоритетов развития экономики регионов страны, их форм и механизмов, от которых, прежде всего, зависит обеспечение устойчивого развития региональной экономики и эффективность её дальнейшего реформирования.

Реализуемость региональной стратегии зависит от качества проведенной системной диагностики и адекватного выбора стратегии, учитывающей реальные возможности и имеющиеся ресурсы. Собственно та или иная стратегия является содержательным элементом системы стратегического управления, которая должна быть положена в основу социально-экономического развития региона.

Под стратегией понимают траекторию изменения институтов и экономической политики, соединяющую текущее состояние с желательным [1]. Исходя из этого, Стратегию структурной трансформации региона можно определить как совокупность методов, инструментов, форм и процедур, реализуемую системой управления социально-экономическим развитием экономики региона в интересах достижения поставленных целей. При этом Стратегия должна максимально соответствовать общей и региональной рыночной ситуации, так как значительная дифференциация наблюдается не только между регионами Украины, но и внутри самих регионов между входящими в них административно-территориальными единицами, которые развиваются также неравномерно.

Следовательно, выбор варианта региональной стратегии должен быть дифференцирован в зависимости от уровня развития региона и зависеть от многих обстоятельств, свойственных каждому конкретному региону.

Как показано Полтеровичем В. М. [2, с.137-149], стратегия стимулирования экономического роста зависит от стадии развития экономики, вследствие чего выделяются четыре её стадии:

- 1) начальная стадия модернизации (индустриализация);
- 2) стадия инициации экспортно-ориентированного роста;
- 3) стадия стимулирования ускоренного развития;
- 4) стадия развитого рынка.

На первой стадии существенное положительное влияние на рост национальной экономики оказывает импорт. В этих условиях государство должно стимулировать импорт инвестиционных товаров и технологий, ограничивая только импорт конечной продукции.

Для перехода на вторую стадию необходимо преодолеть слабость рыночной инфраструктуры, низкий уровень человеческого капитала и технологического развития путем поощрения экспорта и ограничения импорта. Поэтому важнейшей задачей стадии инициации роста является выход отечественных предприятий на внешний рынок. В процессе этого выхода экспортеры вынуждены конкурировать с производителями передовых стран, а для этого они должны внедрять новые технологии и методы управления. Экспортная ориентация превращается в важнейший фактор развития экономики каждого региона. В Украине стадия экспортно-ориентированного экономического развития ещё не завершена (причем основой экспорта является продукция металлургии и химии начальной стадии обработки и продукция сельского хозяйства), что тормозит переход к стадии стимулирования ускоренного развития, основой которой является политика инновационного развития и активизации привлечения инвестиций. При этом важно, чтобы инвестиции направлялись именно в инновационную сферу.

К сожалению программы стратегического развития регионов Украины не учитывают того, что проведение экономической политики, направленной на инновационное развитие

невозможно без преодоления отсталости промышленного производства и структуры экспорта, так как технологически отсталое производство не предъявляет спроса на инновации высокого уровня. Важной в этих условиях становится политика заимствования технологий, основной составляющей которой является внешняя торговля (как экспорт, так и импорт) регионов.

Таким образом, выбор региональной стратегии структурной трансформации должен быть дифференцирован не только в зависимости от уровня развития региона, но в большей степени в зависимости от уровня развития экспорто- и импортоориентированности региона.

На основании глубокого анализа существующих в научной литературе региональных стратегий автором построено «Поле стратегий» (табл. 1), включающее множество возможных направлений регионального развития, которое должно быть основой для выбора Стратегий структурной трансформации регионов.

Таблица 1

Поле стратегий регионального развития

Критерий выделения	Виды стратегий	Комментарии
По типу системных компонентов региона	1. Использование географического положения и истории	Развитие туризма, создание брендов территории, развитие транзитной составляющей
	2. Ресурсная стратегия	Освоение и экспорт природных ресурсов с привлечением иностранных инвестиций и последующим использованием полученных доходов для повышения благосостояния населения и развития ряда отраслей, ориентированных на внутренний рынок
	3. Развития инфраструктуры	Развитие транспортной инфраструктуры, реконструкция существующих производств и создание новых в таких отраслях как транспорт и связь, ЖКХ, строительство, торговля. В мировой практике эта стратегия используется в основном для повышения конкурентоспособности региона в условиях достаточно стабильной экономики
	4. Развития промышленности	Сокращение неэффективных производств, углубление специализации, комплексное развитие региона
	5. Повышения эффективности управления	В значительной степени представляет собой управление развитием. Развиваются все социально-экономические объекты: коммерческие фирмы, органы госуправления, регионы, города и государство. В процессе развития любой объект может приобрести новые черты в техническом, экономическом, социальном, функциональном, экологическом или любом другом смысле
	6. Развития человеческого капитала	Увеличение инвестиций в образование и науку, повышение спроса на высококвалифицированную рабочую силу; повышение уровня здравоохранения
	7. Развития предпринимательства	Поддержка малого и среднего бизнеса
	8. Маркетинговая стратегия	Определение товарной специализации региона, которая достигается на основе изучения сравнительной эффективности товаропотоков и предложений
	9. Экологическая стратегия	Рациональное размещение промышленного производства, что обеспечивается предварительным экологическим обоснованием проектов. Контроль за состоянием окружающей среды

	10. Социально ориентированная стратегия	<p>1.Снижение социального неравенства и усиление адресности социальной поддержки.</p> <p>2.Повышение эффективности социальных пособий и других форм помощи малоимущим домохозяйствам.</p> <p>3.Обеспечение всеобщей доступности и общественно приемлемого качества базовых социальных благ.</p> <p>4.Развитие сферы санаторно-курортного лечения, детского отдыха и оздоровления</p>
По внешнеэкономической политике	1. Экспортная стратегия	<p>Расширение самостоятельности регионов в решении конкретных вопросов эффективности ВЭД, в сочетании с общегосударственным усилением централизованных начал (четких и действенных норм и правил) и сохранении тесного взаимодействия гос. и региональных органов власти. Должна состоять из пяти подстратегий:</p> <p>1. Снижение производственных издержек.</p> <p>2. Повышение внешнеэкономической активности.</p> <p>3. Создания цепочек добавленной стоимости в приоритетных секторах региональной экономики, базирующихся на естественных и искусственных конкурентных преимуществах.</p> <p>4. Выделение и развитие точек роста (зон, «коридоров»), выступающих в качестве центров формирования региональных производственных кластеров, что позволит консолидировать цепочки создания стоимости в приоритетных секторах экономики и создать условия для появления стратегически значимых инноваций.</p> <p>5.Совершенствование технико-технологической политики.</p>
	2. Импортозамещающая стратегия	<p>1.Внутриориентированная – освоение внутреннего рынка производственных и продовольственных товаров, в первую очередь, порождающая структурные сдвиги в экономике регионов в направлении их дальнейшей индустриализации.</p> <p>2.Внешиориентированная – нацеленная на продвижение украинских изделий на мировой рынок, способная породить сдвиги в структуре экономики в направлении её постиндустриального развития</p>
	3. Стратегия межрегионального сотрудничества и кооперации	Создание еврорегионов, консорциумов, корпораций, ТНК, холдингов, СП и др.
По отраслевой структуре	1.Стратегия специализации	Развитие одной базовой отрасли в регионе с сопутствующим развитием производственной инфраструктуры в условиях высоких темпов экономического роста
	2. Стратегия диверсификации	<p>1.Стратегия активной диверсификации направлена на создание многоотраслевого комплекса.</p> <p>2. Стратегия пассивной диверсификации направлена на постепенное развитие новых производств и отраслей инфраструктуры в условиях высоких темпов экономического роста</p>
	3. Стратегия выживания	Используется для депрессивных регионов при активной поддержке со стороны государства в условиях низких темпов экономического роста

По типу инвестирования	1. Привлечение промышленного капитала	1.Привлечение крупных промышленных компаний. 2.Развитие договорной специализации (аутсорсинг) 3.Создание и развитие соответствующей производственной инфраструктуры. 4.Подготовка и предложение инвестиционных площадок под размещение производства. 5.Привлечение трудовых ресурсов соответствующей специализации и квалификации
	2. Привлечение торгового капитала	1.Привлечение крупных торговых, логистических и сервисных компаний. 2.Развитие франчайзинга. 3.Создание и развитие соответствующей торгово-сервисной инфраструктуры (транспортные магистрали и терминалы, торговые площадки (биржи), инфраструктура услуг и др.). 4.Подготовка и предложение инвестиционных площадок под размещение торгово-сервисных организаций (их компактное размещение в крупных населенных пунктах и формирование центров торгово-сервисных кластеров). 5.Привлечение трудовых ресурсов соответствующей специализации и квалификации
	3. Привлечение финансового капитала	1.Привлечение крупных финансовых, инвестиционных и банковских компаний (создание привлекательных условий для финансово–инвестиционной деятельности). 2.Создание и развитие соответствующей инфраструктуры (телекоммуникационные технологии и связь, фондовые биржи, переговорные площадки). 3.Внедрение специальных режимов, облегчающих миграцию капитала (вплоть до создания оффшоров). 4.Привлечение соответствующих высококвалифицированных трудовых ресурсов
	4. Привлечение интеллектуального капитала	1.Привлечение научно-исследовательских и инновационных компаний, размещение центров НИОКР крупных ТНК. 2.Развитие производственной специализации и международного производственного кооперирования в области разработки и внедрения новых технологий и продуктов. 3.Развитие соответствующей инфраструктуры (научно-исследовательские площадки, телекоммуникационные технологии, венчурные фонды, образовательные учреждения и научно-производственные центры и др.). 4.Привлечение высококвалифицированных специалистов и обслуживающего персонала
По инновационности	1. Мобилизационная стратегия	Обеспечение развития за счет мобилизации собственных интеллектуальных и производственных ресурсов
	2. Создания инновационной инфраструктуры	Создание бизнес-инкубаторов, технопарков, технополисов, кластеров, научно-технических зон
	3.Стратегия интеллектуальной кооперации	Повышение интеллектуального уровня посредством осуществления совместных проектов с другими регионами
	4.Стратегия технологической ниши	Концентрация усилий по разработке и производству особенных, исключительных технологий и продуктов на их основе

	5. Стратегия интеллектуального и технологического лидерства	Стремление превратить регион в экспортера интеллектуальных продуктов и технологий
	6. Стратегия прогрессивных технологий или передовых рубежей	Создание новых продуктов и технологий, формирование спроса на них. Классический пример - компьютерная революция и информационные технологии, родиной которых стали США
	7. Стратегия прорыва	Создание новых видов продукции, опережающих современные образцы на 1-2 поколения. Базируется на концепции «обогнать, не догоняя», имеет селективный характер и осуществляется на базе инновационных предприятий
По типу доминирующего производства	1. Формирование внутрирегионального рынка	Проведение целенаправленной региональной политики с целью укрепления и расширения хозяйственных связей внутри региона, а также роста их разнообразия. По мере формирования внутреннего рынка направление экспансии может переключиться на внешние рынки с целью подключения дополнительных ресурсов экономического роста. Такого рода стратегия может быть рекомендована регионам, имеющим собственную сырьевую базу, в которых добывающая и тяжелая промышленность, производство ТНП и сельское хозяйство относительно сбалансированы, либо имеется возможность сделать экономическим мотором развития экономики сельское хозяйство и жилищное строительство
	2. Стратегия внешней экспансии	Опирается на наличие в регионе уникальных ресурсов, обладающих высоким экспортным потенциалом. При реализации стратегии жизнеобеспечение региона осуществляется за счет активизации связей с внешним миром. Такую стратегию могут осуществлять все преимущественно добывающие регионы, а также, в некоторой степени, продовольственные регионы. Для ее осуществления соответствующие регионы нуждаются в снятии ограничений на внешнеэкономическую деятельность, в максимальной либерализации торговли
	3. Пассивно-завлекательная стратегия	Может осуществляться регионами, которые не имеют возможности, опираясь на свои собственные ресурсы, проводить стратегию экспансии. Слишком сильные структурные диспропорции или отсутствие достаточных мощностей для использования имеющихся ресурсов, неразвитость инфраструктуры - все эти причины могут послужить основой для избрания такого рода стратегии
По конкурентоспособности продукции	1. Стратегия лидерства в снижении затрат	1. Завоевание возможно большей доли рынка. 2. Умение обеспечивать общий уровень производственных затрат на более низком уровне, чем у конкурентов. 3. Обеспечение выпуска основного продукта на уровне высшего качества, с небольшим числом модификаций, привлекающих покупателей. 4. Постоянный поиск возможностей для снижения производственных затрат без потери уровня качества выпускаемых товаров.

		5. Формирование спроса на товар так, чтобы можно было и дальше производить его с теми же свойствами, при сохранении достигнутого уровня низких издержек
	2. Стратегия дифференциации	1. Завоевание возможно большей доли рынка. 2. Способность предложить покупателям нечто отличное от товаров конкурентов. 3. Расширенный по видам выпуск товаров с возможностью их широкого выбора, с упором на умелую рекламу. 4. Поиск новых способов лучшего удовлетворения запросов покупателей. 5. Наделение товаров всеми свойствами, которые покупатель готов оплатить. Взимание с покупателей премиальной цены для покрытия дополнительных затрат на придание товару дополнительных свойств
	3. Стратегия фокусировки на узкой нише рынка	1. Завоевание узкой ниши рынка, где нужды и предпочтения покупателей существенно отличаются от других участников рынка. 2. Более низкие издержки производства при удовлетворении запросов данной ниши рынка или способность предложить в ней нечто специально адаптированное к их запросам и вкусам. 3. Изменение ассортимента через соответствующее удовлетворение особых запросов покупателей. 4. Индивидуализация качеств товара в соответствии с особыми запросами покупателей выбранного сегмента рынка. 5. Акцентирование уникальной способности продавцов на удовлетворение крайне специфических запросов покупателей
По типу риска	1. Стратегия наибольшего гарантированного успеха	Лучшим считается вариант решения, для которого минимальный (гарантированный) выигрыш окажется наибольшим
	2. Стратегия наименьшего возможного риска	Ориентируется на ситуацию, которая сопряжена с наименьшим риском
	3. Смешанная стратегия	Предусматривает сочетание пессимизма (осторожности) и оптимизма (склонности к значительному риску), в определенно заданной пропорции
По сроку реализации	1. Краткосрочная 2. Среднесрочная 3. Долгосрочная	Горизонт планирования до 5 лет От 5 до 10 лет От 10 лет и более

После того, как будет определено стратегическое направление структурной трансформации экономики региона, следует конкретизировать будущие выгоды и издержки. В качестве выгод можно рассматривать: создание пропорциональной структуры промышленного и сельскохозяйственного комплекса, большую технологическую взаимосвязку производств и, соответственно, более полное использование сырья, топлива и энергии, уменьшение доли отходов, сокращение безработицы и стабилизацию рынка труда, экономию на транспортных издержках, поступление дополнительных налогов в бюджет и т.д. Издержки же будут связаны с непосредственными затратами бюджета, «выпадающими» доходами бюджета региона,

образующимися при предоставлении налоговых льгот, «упущенной» выгодой, возникающей при отвлечении предприятиями средств из сферы производства на инвестиционные нужды.

В конечном итоге выбор стратегического направления и реализация Стратегии структурной трансформации экономики региона в перспективе выгодно всем:

- руководителям и работникам всех предприятий и организаций, так как реализация произведенной конкурентоспособной продукции обеспечит рентабельность производства и финансовую устойчивость предприятий и организаций;

- муниципальным органам власти, так как увеличатся отчисления в местный бюджет и повысится уровень занятости;

- областными органам власти, так как возрастут отчисления в областной бюджет и снизится социальная напряженность;

- государственным органам власти, так как снизятся, а в дальнейшем будут полностью устранены дотации в регион.

Стратегия структурной трансформации экономики региона должна формироваться как единая система функциональных стратегий, которые отображают специфику региона. Сочетание функциональных стратегий для разных типов социально-экономического развития регионов будет различным, однако для всех типов необходимым является разработка базовых стратегий: экономической (развития инфраструктуры, промышленности, человеческого капитала, эффективного управления, предпринимательства, маркетинговая), экологической и социально-ориентированной стратегий.

Список источников:

1. Полтерович В. Стратегия модернизации, институты и коалиции [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://institutiones.com/strategies/960-strategii-modernizacii0institutii-i-koalicii.html>
2. Полтерович В. М. Стимулирование роста и стадии развития / В. М. Полтерович, В. В. Попов // Модернизация экономики и выращивание институтов: в 2 кн. / отв. ред. Е. Г. Ясин; Гос. ун-т — Высшая школа экономики. — М. : Изд. Дом ГУ-ВШЭ, 2005. — 1 кн.

РЕЗЮМЕ

На основе анализа существующих стратегий регионального развития построено «Поле стратегий», включающее множество возможных направлений развития регионов, систематизированных по различным критериям, которое должно служить основой для выбора стратегического направления и реализации Стратегии структурной трансформации экономики регионов.

РЕЗЮМЕ

На основі аналізу існуючих стратегій регіонального розвитку побудовано «Поле стратегій», що включає безліч можливих напрямів розвитку регіонів, систематизованих по різних критеріях, яке повинне служити основою для вибору стратегічного напрямку і реалізації Стратегії структурної трансформації економіки регіонів.

RESUME

«Set of strategies» including multiple ways of regional development, classified by various criteria, is formed on the analyses of existing regional development strategies. That “set of strategies” should become the basis of choice of the strategic way and realization of the strategy of region’s economy structural transformation.