А. Е. Кузьмин, А. Л. Лугарев

Санкт-Петербургский государственный университет

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В УСЛОВИЯХ НОВЫХ ВЫЗОВОВ

В данный момент времени тормозом освоения инновационных проектов в России выступает отсутствие экономической заинтересованности инвесторов к инновационным проектам. На фоне очевидного увеличения денежной массы в государственном и частных секторах экономики страны статистика фиксирует недопустимо низкий уровень финансирования инновационной деятельности. Ведь следует учитывать тот факт, что глобализация стирает государственные границы во всех сегментах, но с наибольшей скоростью это происходит в области инновационных и информационных ресурсов. Эти факторы определяют несколько интересных тезисов:

1) нельзя сделать масштабный инновационный прорыв и тем более построить инновационную экономику в одной отдельно взятой стране;

2) старые конкурентные преимущества в настоящий момент являются все более и более сомнительными.

Согласно современным исследованиям, экономическое поведение любого федерального округа (макрорегиона), хозяйствующих субъектов всех форм собственности сегодня должно фокусироваться на повышении региональной конкурентоспособности путем перехода на инновационную модель развития для формирования и реализации новых конкурентных преимуществ.

Среди определений конкурентоспособности региона перспективной представляется позиция А.З. Селезнева: «конкурентоспособность региона – это обусловленное экономическими, социальными, политическими и другими факторами положение региона и его отдельных товаропроизводителей на внутреннем и внешнем рынках, отражаемое через показатели (индикаторы), адекватно характеризующие такое состояние и его динамику».

Не секрет, что Россия обладает крупным научным потенциалом, технологиями и разработками, сопоставимыми, а иногда и превосходящими зарубежные аналоги. Однако современная ситуация такова, что инновационный потенциал России практически не востребован государством и бизнесом, до сих пор не стал ключевым фактором экономики. В том числе этот потенциал не востребован и в таких макрорегионах, как федеральный округ. Хотя существуют и определенные предпосылки для создания инновационной экономики.

Метод активного позиционирования, по мнению авторов, может стать важным инструментом стратегически ориентированного управления на региональном уровне. Он призван сконцентрировать организационные ресурсы органов власти и управления на всестороннем усилении конкурентных позиций территории. Сущность понятия позиционирования авторы рассматривает здесь как объединение действий органов управления, бизнеса и общества по определению места и роли региона как в отношениях с субъектами, входящими в тот же федеральный округ, так и на уровне страны и на мировом уровне. Метод активного позиционирования, несмотря на свою новизну, основан на учете таких широко распространенных и развивающихся явлений как территориальная конкуренция, с одной стороны, и сотрудничество различных типов территориальных образований, с другой.