

**СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ  
КРУПНЕЙШЕГО ГОРОДА**

**Прядеин А.А.**

*Современные условия, в которых развиваются города, диктуют субъектам местной экономической политики новые требования. Конкурентоспособность города становится основной концепцией, определяющей его миссию и основные стратегические направления перспективного планирования. В статье приводятся результаты изысканий автора по теории городской конкурентоспособности, а также некоторые выводы эмпирического анализа средне- и долгосрочных документов, определяющих социально-экономическое развитие ряда крупнейших городов Российской Федерации.*

Крупнейшие города сегодня являются "локомотивами" роста целых регионов. От эффективности их развития во многом зависит благосостояние субъектов Федерации, административными центрами которых они являются. От того, насколько крепки их конкурентные позиции, зависит конкурентоспособность не только субъектов Федерации, но зачастую и федеральных округов.

Понятие конкурентоспособности города является сегодня одним из модных и широко употребляется как экономистами и социологами, так и практиками-управленцами. Действительно, это попытка по-новому, с предпринимательской точки зрения, взглянуть на проблемы городского развития.

Среда, в которой существуют современные города, диктует новые условия и заставляет менять мышление исследователей-теоретиков и управленцев-практиков. В недавнем прошлом экономисты-урбанисты фокусировались на собственном экспорте городов на территории за пределами их непосредственного окружения. Но именно международная торговля и инвестирование будут играть все более возрастающую роль в будущем экономическом возрождении городов, создании в них рабочих мест и богатства.

Сегодня уже не вызывает сомнения тот факт, что быстрая интеграция в глобальную экономику будет критическим фактором жизнеспособности экономики городов в ближайшие десятилетия. Преуспеют те города, которые предоставляют лучше образованные кадры, глобально интегрированную инфраструктуру, а также гибкие и ответственные общественные и частные организации. В будущем стратегии развития городов должны базироваться на четком осознании того, что международная конкурентоспособность предприятий города будет формировать благосостояние, необходимое для создания рабочих мест, капитальных инвестиций и налоговых поступлений для поддержания местных общественных услуг. Создание благосостояния в городах станет возможным только тогда, когда и трудовые ресурсы, и менеджмент на предприятиях города будут создавать добавленную стоимость продуктов посредством технологических инноваций и возрастающей производительности и продвигать их на мировые рынки эффективно и быстро. Создание благосостояния, увеличившаяся производительность и технологические инновации, в свою очередь, усилят способность городов поддерживать даже большее количество международных сделок.

В постиндустриальном обществе деятельность и процессы все в большей степени организуются в сети, и участие в сетях и сетевой динамике является необходимым

источником политической и экономической мощи. М. Кастельз заостряет внимание на том, что современное сетевое общество строится вокруг различных потоков, таких как потоки капитала, потоки информации, потоки технологии, потоки изображений, звуков и символов и потоки, передающие организационное взаимодействие [1]. Кастельз использует термин "потоки" для описания целенаправленного, повторяющегося и программируемого взаимодействия и обмена между физически не связанными позициями, проводимыми агентами в различных экономических, политических и символических структурах. Потоки – это не только элементы социальной организации, но и выражение экономических, политических и символических процессов, которые доминируют в нашем обществе.

Таким образом, с нашей точки зрения, термин **конкурентоспособность города** означает способность города привлекать различные потоки: информации, людей, финансов, материалов и т.д., имеющих ключевое значение для увеличения благосостояния населения. Для этого он должен обладать следующими характеристиками:

- быть способным сохранять и развивать качество жизни населения;
- привлекать новые конкурентоспособные компании в регион;
- создавать на своей территории условия, позволяющие существующим компаниям сохранять и развивать свою конкурентоспособность.

Города имеют своей целью увеличение потока клиентов; городские компании и другие городские организации нуждаются в информации, капитале, технологии и различных культурных возможностях. Это потоки факторов производства, видимые с точки зрения городского развития. Потоки клиентов – физические потоки, тогда как факторы производства перетекают по информационным сетям. Определяющим фактором пространства потоков является динамика. Потоки проходят через некоторые центры и узлы, но если город становится менее привлекательным, или если другой район становится более привлекательным, маршруты потоков могут измениться очень быстро. Динамичность потоков заставляет города постоянно развивать свою конкурентоспособность, так как снижающаяся конкурентоспособность означает, что необходимые потоки найдут другие, более привлекательные маршруты. Непрекращающаяся нужда в повышении конкурентоспособности заставляет города специализироваться. Другими словами, города должны выбирать, какой поток они хотят привлечь и какой тип стратегии развития они должны применять. В пределах некоторых сегментов, города должны обладать яркими конкурентными преимуществами, которые они могут предложить для локальных операций, организаций и людей.

Иными словами, в пространстве потоков движение капитала, информации, технологии и людей является свободным и происходит быстро. Вместе с тем, как растет динамика, города попадают в новый тип окружающей среды, характеризующейся ростом скорости изменений, увеличивающейся турбулентности, неопределенности, трудностью прогнозирования и возрастающей комплексностью (сложностью). К тому же, города сталкиваются с возросшей конкуренцией, связанной с размещением компаний, рабочих мест и квалифицированных работников. Простое производство смещается туда, где оно может происходить с наименьшими издержками, тогда как наукоемкие операции привлекаются в научные центры (с высоким уровнем знаний, квалификации).

Города конкурируют не только за размещение компаний и их деятельности, но также и за размещение людей. Согласно некоторым исследованиям [2], интеллектуальная работа будет решающей в успехе города, и размещаться она будет там, где ключевой персонал компании захочет жить. Таким образом, приятная окружающая среда,

культурная поддержка, образовательные и рекреационные возможности, общая безопасность становятся решающими факторами успеха.

Конкурентоспособность города, как было показано выше, является категорией сложной и многогранной, а существующее ее понимание достаточно размыто. Многим ученым свойственно трактовать конкурентоспособность в отдельных ее проявлениях, создавая тем самым ситуацию, когда термин перестает быть целостным. Фактически можно выделить следующие типы определений конкурентоспособного города.

*Город, обладающий наилучшими показателями социально-экономического развития.* Это достаточно универсальная трактовка, исходящая из представления, что конкуренция является феноменом, возникающим при сравнении сходных характеристик объектов; таким образом, город, имеющий по совокупности факторов наилучшее положение среди "конкурентов", будет наиболее привлекательным для мигрантов, инвесторов, производителей, туристов и т.д. Такое понимание не учитывает, в частности, "благожелательность" или ее отсутствие со стороны местных и региональных властей, что не поддается учету с помощью формальных показателей, при этом социально-экономическое развитие на территории может происходить (и зачастую происходит в российской действительности) не благодаря, а вопреки политике властей. Тем не менее, именно это может существенно влиять на конкурентный рейтинг города.

*Город, активно развивающий инновационное производство и использующий инновационные технологии.* Такое понимание характерно, в первую очередь, для западных исследователей, изучающих это явление применительно к развитым странам. Действительно, в странах Западной Европы, Северной Америки, Японии и части Юго-Восточной Азии мера использования и развития информационных технологий, инновационных производств является главным фактором конкурентоспособности, поскольку многие проблемы, присущие, например, российским городам, там уже решены. Однако для наших городов такое понимание не может рассматриваться как исчерпывающее именно в силу существования проблем, обусловленных национальной спецификой.

*Город с развитой сферой гостеприимства, туристический центр.* Как правило, речь идет о городах с благоприятным климатом, либо с богатой историко-архитектурной средой, привлекательной для туристов. Следует четко понимать, что круг таких городов достаточно ограничен, как и возможности развития сферы туризма в большинстве рассматриваемых городов, являющихся по большей части промышленными. Вместе с тем, это направление не может быть исключено полностью: промышленный город может стать центром конгрессного, образовательного и научного туризма и инфраструктура для этого должна иметься в наличии.

*Город, привлекательный для размещения производства.* Наиболее распространенная трактовка среди субъектов городской муниципальной экономической политики – органов местного самоуправления. Привлечение производств позволяет создавать необходимые рабочие места и обеспечивать налоговые поступления в бюджет. Вместе с тем, как часто отмечается, цели предпринимателей зачастую не совпадают с целями органов местного самоуправления, поэтому, активно занимаясь привлечением производств на территорию, субъекты городской муниципальной экономической политики должны быть готовы к возникновению разнообразных конфликтов и т.д.

*Город, продукция предприятий которого конкурентоспособна на внешних рынках.* Достаточно узкое понимание, не принимающее во внимание аспекты устойчивости развития.

*Город, способный включаться в сети потоков и постоянно повышать свой статус в пространстве потоков* – понимание, достаточно подробно описанное выше.

Мы перечислили лишь основные направления, имеющиеся в научной литературе относительно явления конкурентоспособности городов. Из перечисления становится очевидно, что все эти трактовки пересекаются и во многом дополняют друг друга.

Вообще, для внесения ясности в концепцию конкурентоспособности города важно уточнить два понятия. Каждый город обладает определенными свойствами, но конкуренция возникает в тех сферах, где эти свойства города *не уникальны*, то есть разные города могут предоставлять равнозначные условия. Отсюда возникают понятия **сравнительное** преимущество и **конкурентное** преимущество, описывающие соответственно условно-уникальные и распространенные свойства, развитие которых влечет за собой выгоду для города. Таким образом, комплексное развитие конкурентоспособности города означает усиление как сравнительных, так и конкурентных преимуществ, с одновременными мерами по ослаблению влияния недостатков города.

Поэтому при формировании городской муниципальной экономической политики субъекты управления должны, в первую очередь, определить сравнительные преимущества, которыми обладает город и которые можно использовать в конкурентной борьбе за привлечение ресурсов. Во-вторых, следует выявить те конкурентные (или сильные) преимущества, которые можно мобилизовать и необходимо развивать.

В целом, можно говорить о том, что конкурентоспособность города – это критерий его социально-экономической жизнеспособности. При этом конкурентоспособный город, включенный в различные сети потоков, имеет в этих сетях двухсторонние связи. В конкурентной борьбе город борется не только за привлечение ресурсов, но и за рынки сбыта собственных товаров и услуг. Невозможно говорить о конкурентоспособном городе, входящие или исходящие потоки которого превалируют над обратными.

Принимая за основу концепцию пространства потоков, необходимо говорить о том, что города конкурируют за включение в те или иные сети. В таком случае, цели включения в разные сети также будут различаться. Во-первых, городу необходимы ресурсы (информация, кадры, товары и услуги и т.д.), которых не хватает в городе. Во-вторых, городу необходимо распространять товары и услуги, производимые на его территории: борьба за рынки сбыта также достаточно остра. В этой связи считаем необходимым разделять в рамках городской муниципальной экономической политики *мероприятия, направленные на включение в сети с целью получения ресурсов*, и *мероприятия, направленные на включение в сети с целью распространения собственных товаров и услуг*. Безусловно, весь комплекс мероприятий городской муниципальной экономической политики не может быть разделен только на эти два направления, поэтому предлагаем ввести третье – *мероприятия, направленные на создание базовых условий для развития конкурентоспособности* (см. рис. 1).



Рис. 1. Общие мероприятия городской муниципальной экономической политики, направленные на развитие конкурентоспособности города.

Автором был проведен тщательный анализ тех мероприятий программ и стратегий, которые укладываются в приведенные на рис. 1 направления развития конкурентоспособности города. Нами были собраны и тщательно изучены стратегии, планы и программы развития следующих городов: Санкт-Петербург, Екатеринбург, Омск, Новосибирск, Волгоград, Ростов-на-Дону и Пермь [3 – 11].

Таблица 1

**Долгосрочные документы социально-экономического развития некоторых крупнейших российских городов**

Четкое отражение конкурентного профиля в миссии и направлениях развития	Санкт-Петербург, Екатеринбург, Ростов-на-Дону, Омск
Анализ исходных конкурентных позиций города	Санкт-Петербург, Екатеринбург, Новосибирск, Ростов-на-Дону, Казань
Предусматривается использование инструментов городского маркетинга	Санкт-Петербург, Екатеринбург, Новосибирск, Омск, Казань, Ростов-на-Дону, Пермь, Волгоград
Мероприятия, направленные на включение в потоки финансов	Екатеринбург, Омск
Привлечение квалифицированных кадров	Екатеринбург

Продолжение табл. 1

Привлечение новых производств, прямых иностранных инвестиций и потоков информации	Новосибирск, Омск, Пермь, Волгоград
Развитие инновационных производств	Санкт-Петербург, Екатеринбург, Новосибирск, Омск, Казань, Ростов-на-Дону, Пермь, Волгоград
Развитие гибких видов производств	Санкт-Петербург, Екатеринбург, Новосибирск, Ростов-на-Дону
Развитие и использование научного потенциала города	Санкт-Петербург, Екатеринбург, Новосибирск, Омск, Казань, Ростов-на-Дону, Пермь, Волгоград
Увеличение потенциала городской экономики в производстве товаров и услуг	Екатеринбург, Новосибирск, Омск, Казань, Ростов-на-Дону
Развитие бизнес-инфраструктуры	Екатеринбург, Новосибирск, Казань
Развитие инженерной инфраструктуры и улучшение городской среды	Санкт-Петербург, Екатеринбург, Новосибирск, Омск, Казань, Ростов-на-Дону, Волгоград
Повышение качества жизни и развитие социальной инфраструктуры	Санкт-Петербург, Екатеринбург, Новосибирск, Омск, Казань, Ростов-на-Дону, Пермь, Волгоград
Развитие человеческого и кадрового потенциала	Санкт-Петербург, Екатеринбург, Новосибирск, Ростов-на-Дону
Развитие лидерства и гражданской активности	Екатеринбург, Новосибирск, Казань, Пермь

Очевидно, что стратегии городов достаточно сильно различаются по полноте охвата инструментов развития конкурентоспособности, а также по расставленным приоритетам.

Следует начать с того, что наиболее комплексная система действий по развитию конкурентоспособности разработана в рамках Стратегического плана Екатеринбурга. Этот город отсутствует лишь в разделе "Привлечение новых производств, прямых иностранных инвестиций и потоков информации". Тем не менее, это не означает, что в городе этим вопросам не уделяется никакого внимания: вся совокупность мероприятий по другим разделам должна обеспечить условия для включения Екатеринбурга в сеть потоков прямых инвестиций и информации.

Следующая позиция по полноте применения инструментов развития конкурентоспособности принадлежит Стратегическому плану устойчивого развития Новосибирска, в котором, однако, такие важные, на наш взгляд, направления как "Четкое отражение конкурентного профиля в миссии и направлениях развития", "Мероприятия по включению в потоки финансов" и "Привлечение квалифицированных кадров" не получили должного отражения. Отсутствие первого из указанных направлений говорит о том, что субъекты (акторы) городского развития Новосибирска, ставя определенные цели, по всей видимости не имеют четкого представления о том, какой образ, "желаемое состояние" город должен принять для достижения этих целей. Привлечение потоков финансов и квалифицированных кадров также достаточно важны в условиях скла-

дывающегося дефицита инвестиционных ресурсов и депопуляции, присущих практически всем рассматриваемым городам.

В Стратегическом плане Ростова-на-Дону эти направления также представлены не в полной мере. Вместе с тем, отсутствуют либо проработаны не полностью еще два направления: "Развитие бизнес-инфраструктуры" и "Развитие лидерства и гражданской активности". В современных условиях эти факторы называются одними из важнейших для участия в международных экономических процессах. Поэтому недостаточное внимание к этим вопросам со стороны субъектов городского управления можно отнести к недостаткам проводимой экономической политики. С этой точки зрения вся система реализуемых действий может оказаться недостаточной для обретения реальных конкурентных преимуществ.

Необходимо оговориться, что хотя использование инструментов городского маркетинга предусматривается во всех городах, ни в одном из рассмотренных документов это направление деятельности не имеет существенной проработки и не может приниматься в качестве осмысленной и действенной работы.

Документы, определяющие долгосрочную социально-экономическую политику остальных городов, имеют различные варианты представленности отдельных направлений и не могут быть охарактеризованы как комплексные. Таким образом, выявился достаточно интересный, с нашей точки зрения, набор стратегий развития конкурентоспособности.

В целом изучение средне- и долгосрочных документов развития городов позволяет говорить о том, что деятельность по перспективному планированию в российских городах находится на подъеме. В работу вовлечены, безусловно, грамотные ученые и специалисты, компетентные и обладающие глубокими познаниями в вопросах развития социально-экономических процессов.

Вместе с тем, на наш взгляд, необходимо высказать некоторые замечания и рекомендации.

Во-первых, несмотря на различия в структуре документов и их названиях, в их основу положены стандартные подходы и обобщенные модели. Тогда как для создания условий успешного развития и обретения реальных конкурентных преимуществ *необходимо, чтобы стратегия отражала индивидуальность города, присущий лишь ему одному профиль и набор потенциалов.*

Во-вторых, слабое внимание в планах и программах уделяется развитию гражданского лидерства и общественной деятельности. В развитых странах, преимущественно западных, опыт которых зачастую широко заимствуется нашими городами, этому аспекту уделяется огромное внимание. Тем большее значение этот аспект приобретает в России, где население традиционно характеризуется низкой гражданской активностью и иждивенческими настроениями. При этом важно понимать, что такая работа, в конечном счете, также становится мерой экономической политики. Таким образом, *современная городская муниципальная экономическая политика не может реализовываться без учета мер развития гражданского общества в городе.* В этой связи автор считает необходимым включение соответствующих направлений в стратегии развития российских городов.

В-третьих, *современное городское планирование немыслимо без определения четких стратегических приоритетов и направлений пространственного развития.* Не принимая во внимание этот фактор, органы местного самоуправления теряют мощный

рычаг управления социально-экономическими процессами в городе и рискуют снизить эффективность развития других сфер.

Таблица 2

**Варианты стратегий развития конкурентоспособности, представленных в долгосрочных политиках некоторых крупнейших городов РФ**

Санкт-Петербург	Стратегия, направленная на интеграцию во внешнюю среду с приоритетом развития инновационного производства товаров и услуг
Екатеринбург	Комплексная стратегия развития конкурентоспособности
Новосибирск	Комплексная стратегия развития конкурентоспособности с приоритетом развития внутренних потенциалов
Омск	Стратегия, ориентированная на приоритетное развитие научно-промышленного потенциала города
Казань	Стратегия, ориентированная на приоритетное развитие социально-культурного и научно-образовательного потенциала города
Ростов-на-Дону	Стратегия, направленная на интеграцию во внешнюю среду с приоритетом развития инновационного производства товаров и услуг
Пермь	Стратегия, направленная на приоритетное улучшение качества жизни населения за счет активизации внутренних инвестиционных и инновационно-производственных процессов
Волгоград	Стратегия, направленная на приоритетное улучшение качества жизни населения за счет активизации внутренних инвестиционных и инновационно-производственных процессов

Наконец, городские плановые органы и организации недооценивают *маркетинговую деятельность* в процессе стратегического развития. Сегодня идет речь о необходимости принятия предпринимательского стиля в сфере муниципального менеджмента. Это подразумевает необходимость развития городского маркетинга и брэндинга как самостоятельного вида деятельности, без которого в скором времени будет невозможно достижение требуемого уровня эффективности городской муниципальной экономической политики.

**ЛИТЕРАТУРА**

1. Castells M. The Rise of the Network Society The Information Age: Economy, Society and Culture. Blackwell Publishers. London, 1996. 573 p.
2. Lundvall B. & Johnson B. The Learning Economy //Journal of Industry Studies. Vol. 1. No. 2, December 1994. P. 23 – 42.

3. Storper M. Lived Effects of Contemporary Economy: Globalization, Inequality, and Consumer Society. Public Culture, Special Issue on Millennial Capitalism 12, no. 2 (2000). P. 8 – 19.
4. Rondinelli D.A., Johnson J.H., Kasarda J.D. The Changing Forces of Urban Economic Development: Globalization and City Competitiveness in the 21st Century. Cityscape // Journal of Policy Development and Research. 1998. Vol. 3. Number 3. P. 32 – 45.
5. Стратегический план Санкт-Петербурга. СПб.: ПБ "Стратегический план для Санкт-Петербурга", 1998. 112 с.
6. Стратегический план Екатеринбурга. Екатеринбург: Изд-во АМБ, 2003. 242 с.
7. Программа социально-экономического развития Перми//Официальный сайт Администрации г. Перми (<http://www.gorodperm.ru/economicastrategy.asp>).
8. Концепция стратегического развития Омска//Официальный сайт Администрации г. Омска (<http://www.omsk.ru/www/omsk.nsf/0/C2789A015EF44039C6256F890016A55E>).
9. Стратегический план развития г. Омска//Официальный сайт Администрации г. Омска (<http://www.omsk.ru/www/omsk.nsf/0/FF409B7FE1B7A4D7C6256F890019EF94>).
10. Стратегический план устойчивого развития города Новосибирска//Официальный сайт мэрии г. Новосибирска (<http://strateg.novosibirsk.ru/content.htm>).
11. Стратегический план социально-экономического развития города Ростова-на-Дону//Официальный портал Думы и Администрации города Ростова-на-Дону (<http://www.rostov-gorod.ru/docs/str2004.zip>).
12. Стратегия развития Казани до 2015 года / Администрация Казани; Генеральный совет стратегического развития Казани. СПб.: МЦСЭИ "Леонтьевский центр", 2003. 116 с.
13. Программа социально-экономического развития Волгограда на 2005 – 2010 гг.//Официальный информационно-справочный сервер Волгограда ([http://www.volgadmin.ru/new\\_rus/main.asp?id=186](http://www.volgadmin.ru/new_rus/main.asp?id=186)).
14. Анимица Е.Г., Власова Н.Ю., Силин Я.П. Городская политика: теория, методология практика / Науч. ред. А.И. Татаркин. Екатеринбург: ИЭ УрО РАН, 2004. 306 с.
15. Силин Я.П. Город и политика: проблемы формирования и развития / Науч. ред. Е.Г. Анимица. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2005. 199 с.