



**Червяков С. С.**, трейд-маркетолог ООО «РА КИНО МЕДИА»,  
г. Владимир, [chervyakov\\_s@e-xe.ru](mailto:chervyakov_s@e-xe.ru)

## ИССЛЕДОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО БАЗИСА РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ РОССИИ

*В рамках статьи проводится первичный анализ зрелости стратегий регионов России в контексте наличия в них классической основы: миссии, стратегии, целевой ориентации. В рамках исследования рассматриваются основные стратегические документы 20 выбранных регионов России.*

**Ключевые слова:** региональная стратегия, миссия, видение, стратегический базис.

### Введение

Территориальный маркетинг является фактором регионального управления, использование которого ведет к успешному социально-экономическому развитию территории за счет оптимального использования наличных ресурсов и всего потенциала территории. Эффективное управление данным процессом особенно важно в условиях активной конкурентной среды, формированию которой способствует глобализация социально-экономических отношений.

В устойчивом развитии регионов на основе маркетинговых стратегий особый интерес представляют особенности стратегий развития рынка.

### Регионы

Для анализа современного состояния маркетингового стратегирования в регионах современной России необходимо определиться с выборкой регионов, поскольку, с одной стороны, охватить исследованием все 83 субъекта Российской Федерации не-

возможно, с другой — в результате исследования маркетинговой активности и опроса субъектов управления региональными социально-экономическими системами определились регионы, по которым информации не поступило.

В рамках исследования формирование первичной выборки было решено проводить в соответствии с группировкой субъектов Российской Федерации по федеральным округам, которые созданы в соответствии с Указом Президента РФ от 13 мая 2000 г. № 849 «О полномочном представителе Президента Российской Федерации в федеральном округе». Федеральные округа не являются субъектами или иной конституционной частью административно-территориального деления Российской Федерации и были созданы по аналогии с военными округами и экономическим районами, но не совпадали с их количеством и составом. В момент их учреждения в 2000 г. создано 7 федеральных округов. Первым изменением их количества (увеличением до восьми) и состава стало выделение Северо-Кавказского федерального округа из Южного федерального округа на основании Указа Президен-

та от 19 января 2010 г. № 82 «О внесении изменений в перечень федеральных округов, утвержденный Указом Президента Российской Федерации от 13 мая 2000 г. № 849, и в Указ Президента Российской Федерации от 12 мая 2008 г. № 724 “Вопросы системы и структуры федеральных органов исполнительной власти”». Единственное изменение в названиях округов — предшествующее переименование Северо-Кавказского округа в Южный 21 июня 2000 г.

Альтернативный путь формирования выборки — экономические районы Российской Федерации (11 или 12, при выделении Калининградской области), но данная классификация, по мнению автора, не всегда отражает существующее положение дел в государстве.

В каждом федеральном округе выбраны два субъекта, к выборке добавлены Москва и Санкт-Петербург, являющиеся специфиче-

скими субъектами. Таким образом, имеем первичную выборку, состоящую из 20 регионов: Москва, Санкт-Петербург, Владимирская, Ярославская, Ростовская область, Краснодарский край, Вологодская, Воронежская, Нижегородская, Новгородская области, Республика Саха (Якутия), Приморский край, Иркутская область, Красноярский край, Тюменская, Свердловская области, Пермский край, Нижегородская область, Ставропольский край, Чеченская Республика.

### Стратегический базис

В рамках обозначенной выборки на первой стадии проведен анализ наличия стратегического базиса (миссии или видения) в рассматриваемых регионах и горизонта стратегического планирования. Результаты исследования<sup>1</sup> представлены в табл. 1.

Таблица 1

Регион (субъект) РФ	Наличие миссии и (или) видения	Формулировка	Основной стратегический документ	Горизонт планирования
Владимирская область	+	Регион с диверсифицированной конкурентной экономикой, высоким инновационным и трудовым потенциалом, благоприятной средой обитания, занимающий значимые позиции в российской системе разделения труда, являющийся образцом возрождения и развития русской духовности и культуры	Стратегия социально-экономического развития Владимирской области до 2027 г. и среднесрочного плана развития региона на 2009–2012 гг.	2027 г.
Нижегородская область	+	Главная цель правительства — высокий уровень благосостояния населения и высокие стандарты качества жизни — могут быть достигнуты при наличии эффективной и сбалансированной экономики, благоприятных условий для жизни, а также эффективной исполнительной власти	Стратегия развития Нижегородской области до 2020 г.	2020 г.

<sup>1</sup> Дымов Р. А., Каверзин И. Л., Червяков С. С. Исследование стратегического базиса регионов России // Россия в XXI веке: материалы четвертого молодежного научного форума с международным участием. 8 ноября 2010 г. / Автоном. некоммерч. орг. «Владим. ин-т бизнеса» / редкол.: И. Л. Каверзин, Г. Ф. Фадейчева. Владимир: ВИБ, 2010. — 246 с.

Окончание табл. 1

Регион (субъект) РФ	Наличие миссии и (или) видения	Формулировка	Основной стратегический документ	Горизонт планирования
Ярославская область	+	Опорный регион России, функционирующий на базе высокой инновационной активности, с ведущими промышленными и транспортно-логистическими функциями, современной конкурентоспособной экономикой, в котором созданы идеальные условия для бизнеса и комфортные условия жизнедеятельности населения	Стратегия социально-экономического развития Ярославской области до 2030 г.	2030 г.
Санкт-Петербург	+	Город мирового значения. Будет развиваться как открытый миру крупнейший международный центр делового, политического и культурного сотрудничества, интегрированный в мировую экономику. Он станет местом, где проводятся представительские переговоры, в том числе на высшем уровне, конференции, форумы, и принимаются важнейшие политические и экономические решения, оказывающие большое влияние на развитие международного сообщества	Стратегический план	2020 г.
Воронежская область	+	<p>Планируется достижение существенного роста качества жизни населения путем повышения конкурентоспособности экономики за счет реализации масштабных инвестиционных программ модернизации промышленности и создания эффективной системы государственного управления.</p> <p>Основной девиз Стратегии: «От нового качества экономики — к новому качеству жизни: энергия практических действий».</p> <p>Главной задачей областная администрация считает не столько осуществление краткосрочных финансовых вложений в быстро окупаемые проекты, сколько привлечение иностранных инвесторов к участию в возрождении крупных бюджетобразующих предприятий области.</p> <p>Профессиональное раскрытие и продвижение информации о регионе в стандартах, понятных как для внешней, так и для внутренней среды, сегодня используется администрацией области как один из важнейших стратегических резервов успешного развития области в кратко- и среднесрочной перспективе.</p>	Закон Воронежской области от 30.06.2010 №65-03 «Стратегия социально-экономического развития Воронежской области на долгосрочную перспективу»	2020 г.

## Заключение

Проведенный анализ позволяет сделать следующие выводы:

В практической деятельности большинства российских регионов акции по продвиже-

нию территории — явление, к сожалению, пока редкое. Гораздо чаще речь идет об изготовлении стандартных документов, например годовых отчетов ведущих предприятий, информационных меморандумов региональ-

ной администрации, подготовленных по международным стандартам и др., которые вряд ли произведут должное впечатление на стратегических инвесторов.

В условиях увеличивающейся открытости региональной экономики и необходимости повышения качества и конкурентоспособности экспортной продукции основные усилия многих российских регионов, недооцененных иностранными инвесторами, в первую очередь должны быть направлены на формирование позитивного имиджа.

В этом контексте региональным властям следует чаще обращаться к маркетингу как технологии обеспечения конкурентных преимуществ региона.

Очевидно, что формирование позитивного имиджа — непростой процесс, он не происходит сам по себе, автоматически, а возможен лишь при условии совместных усилий высшего руководства региона, руководителей предприятий, сотрудников и рабочих региональных предприятий, а также жителей данной территории.

Несмотря на наличие практически у всех субъектов Российской Федерации стратегических планов либо иных аналогичных документов, излагающих стратегию развития, стандартные инструменты стратегического планирования в них используются далеко не всегда.

Разработчики стратегий часто подменяют понятия миссии региона и главной (основной) цели его развития. Вероятно, это связано, с одной стороны, со сложностью и комплексностью объекта стратегического планирования, с другой — с до сих пор

не сложившимся мнением ученых и управленцев по отношению к понятию «миссия». При этом, по мнению автора, миссия — это то, каким бы хотелось сообществу видеть свой регион и за счет выполнения каких функций этого можно достичь. Такая трактовка позволит напрямую связать сценарный подход со стратегическим планированием регионального развития.

Имеется существенное различие в подходах к стратегическому планированию в регионах и городах, даже если последние приравнены к субъектам Федерации. Мегалополисы (города) более единообразны по экономической структуре, имеют однозначное видение и единые ценности, в то время как регионы обладают более разобщенными центрами силы. При этом даже российские города до сих пор не могут похвастаться определенностью в своем стратегическом видении и понимании миссии.

### Список литературы

1. *Игнатов В. Г., Бутов В. И.* Регионоведение (методология, политика, экономика, право). Ростов н/Д, 2005. Март. — 21 с.
2. *Родионова И. А.* Региональная экономика. М, 2003. — 37 с.
3. *Боумэн К.* Основы стратегического менеджмента / пер. с англ.; под ред. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2002. — 304 с.
4. *Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Д.* Школы стратегий. СПб.: Питер, 2003. — 133 с.
5. *Дойль П.* Менеджмент: стратегия и тактика. СПб.: Питер, 2004. — 118 с.
6. URL: <http://u-econom.avo.ru>.

---

*S. Chervyakov, trade-market, «RA MOVIE MEDIA», Vladimir, chervyakov\_s@e-xe.ru*

### RESEARCH OF THE STRATEGIC BASIS OF RUSSIA'S REGIONS DEVELOPMENT

Article contains the primary analysis of maturity of the strategies of Russian regions, in the context of presence of a classical framework: mission, strategy, target orientation. The study examines the main strategic documents of 20 selected Russian regions.

**Key words:** regional strategy, mission, vision, strategic basis.