

Перспективные направления региональных маркетинговых исследований

О.Е. Сергеева,

Волгоградский государственный университет

Регион, в качестве объекта исследования, демонстрирует неиссякаемый потенциал теоретических конструкций (социальная; финансовая; природохозяйственная etc системы), базовых детерминант развития (инфраструктура, точки кристаллизации деловой активности, бизнес-кластеры, центры принятия решений как факторные и ресурсные основания развития системы) и новых положений (маркетинговые императивы регионального развития).

Основной вывод регионалистов: национальные экономики стран, занимающих верхние позиции рейтингов конкурентоспособности, определяются наличием регионов-локомотивов, где плотность природных, интеллектуальных, инфраструктурных либо финансовых ресурсов в 2 - 50 раз превышает средний показатель по стране.

Из спектра региональных исследований наибольшим практическим интересом, по мнению автора, обладает проблема позиционирования региональной аутентичности, как общего бренда, обеспечиваемого развиваемыми в регионе бизнесами. В данной концепции аутентичность региона есть синергетическая сумма его аутентичных бизнесов, и, в то же время, общий бренд, как вербальная инфраструктура, детерминирует зарождение и развитие поддерживающих аутентичность бизнесов. Это, в свою очередь, требует разработки методологии маркетинговой оценки и выбора «предпочтительных» бизнесов региона.

Постановка данной проблемы основана и следует из логики причинно-следственных явлений перманентно трансформирующегося пространства взаимодействия хозяйствующих субъектов, одновременно, характеризуя её актуальность и новизну.

Таким образом, к наиболее значимым причинам, обусловившим актуальность проблемы обеспечения конкурентоориентированного аутентично привлекательного развития региона на основе обоснованного выявления предпочтительных бизнесов региона явились:

1. Трансформация российских экономических условий в направлении экономической самостоятельности и институциональной независимости от государственного патернализма определяет новую статусную роль региона, как эффективного предпринимателя-собственника, вынуждая его к концентрации управленческих усилий на обеспечении конкурентоспособности и «инвестиционной привлекательности».

2. Новизна ситуации выявляет отсутствие целостных научно-практических и теоретических концептуальных подходов, положений и обоснований для компетентностно-ориентированного развития региона, как субъекта хозяйствования.

3. Слабая разработанность маркетингового механизма управления, направленного одновременно на рационально-индивидуальные и общественно значимые социальные интересы, в формировании методологических, методических, инструментальных, технологических, эмпирических приемов, методов и средств решения проблем конкурентоспособности региона, снижает обоснованность и эффективность предлагаемых стратегий социально-экономического развития, не обеспеченных обоснованием отличительного, аутентичного профиля хозяйствования и достижения преимущества.

4. Неспособность региона обеспечивать и поддерживать во времени конкурентоспособность без формирования индивидуализированного, «позиционного» привлекательного хозяйствования стимулирует и направляет исследовательский поиск.

Рассмотренные причины детерминируют неверные ориентиры в управлении регионом, направленности его развития и выработке стратегических конкурентных ориентиров. Слабая интеграция прогрессивных механизмов децентрализованного управления в деятельности региона как институционального субъекта хозяйствования разрушает целостность и системную ориентированность управленческих решений законодательной и исполнительной власти, не способствует взаимовыгодному развитию отношений бизнеса и власти региона.

Вместе с тем, новизна поставленной задачи определяется спецификой уровня применения и неразработанностью концептуальных представлений «предпочтительного бизнеса региона», методологических приемов, методов и технологий обоснования его оценки и выбора в практике эффективного конкурентного хозяйствования региона. Как следствие, отсутствует единая методика определения стратегий конкурентного социально-экономического развития субъектов РФ: каждый субъект решает этот вопрос по-своему, формируя критерии выбора обоснованной стратегии. Методологические и теоретические проработки в области развития представления о единой концепции, методике и средствах обеспечения аутентичного развития региона является перспективным как для развития теоретических положений маркетинга территорий, так и для практики обоснованной разработки привлекательной конкурентной стратегии хозяйственного развития.