

И.С. ВАЖЕНИНА, С.Г. ВАЖЕНИН

КОНКУРЕНЦИЯ ТЕРРИТОРИЙ ЗА БУДУЩЕЕ: ОСОБЕННОСТИ ЗАРОЖДЕНИЯ И СТАНОВЛЕНИЯ

Конкуренция территорий — объективная реальность, однако некоторые теоретико-методологические вопросы ее развития сегодня и особенно в будущем еще нуждаются в доработке. Статья посвящена раскрытию социально-экономических предпосылок и возможностей проектирования конкуренции территорий за будущее в условиях формирующегося экономического пространства. Авторы поддерживают и развивают позицию, согласно которой конкуренция территорий за будущее во многом определяется конструированием образа будущего территорий. Обосновано утверждение, что конкуренция территорий за будущее — это борьба за возможность формировать будущую архитектуру социально-экономического развития территории, за достижение будущего успеха, выходящего за рамки сложившихся (традиционных) представлений о успешном развитии регионов и муниципалитетов. Сформулированы основные характеристики конкурентных компетенций территории, а также территориальной индивидуальности. Авторы считают, что руководителям регионов и муниципалитетов необходимо уделять повышенное внимание формированию и сохранению нематериальных конкурентных преимуществ подведомственных территорий.

Ключевые слова: конкуренция территорий за будущее, образ пространства, конкурентные компетенции, территориальная индивидуальность, нематериальные конкурентные преимущества, регион.

JEL: R 11, R 58

Концептуальные основы формирования и развития конкуренции территорий в течение многих лет рассматривались в отечественной научной литературе (см., напр.: [1–8]). В этих исследованиях обосновывалось, что отдельные территории выступают как самостоятельные субъекты хозяйствования, субъекты конкуренции¹. Сегодня все большее признание получает позиция, согласно которой территории (регионы) являются не только средой функционирования компаний, но и при соответствующих условиях могут выступать и выступают в качестве предпри-

¹ Проблематика субъектов конкуренции получила существенное развитие, например, в работах Ю.Б. Рубина [9; 10].

нимателя — мегапредприятия или квазипредприятия. Именно рассмотрение территории как носителя экономических отношений позволяет утверждать, что «регионы становятся участниками конкурентной борьбы на рынках товаров, услуг, капитала» [1, с. 83]. Сама же эта конкурентная борьба территорий с другими субъектами Федерации за инвестиции, трудовые и другие ресурсы, активы [11, с. 38], как и управление социально-экономическим развитием регионов, имеет как общие черты, так и *специфические особенности по сравнению с конкурентной борьбой и управлением предприятиями*.

В настоящей статье предлагается авторское видение особенностей территориальной конкуренции сегодня, формирования образа территорий и вопросов конструирования будущего территорий, нематериальных конкурентных преимуществ территории, а также основных характеристик конкурентных компетенций территории, формирующихся на основе территориальной индивидуальности.

Территориальная конкуренция сегодня

Конкуренция территорий — *объективная реальность*, однако некоторые теоретическо-методологические вопросы еще нуждаются в доработке². Она, как и конкуренция в целом, сохранится и в будущем, притом что конкурентная борьба по многим направлениям будет усложняться и ужесточаться.

Исследования феномена территориальной конкуренции, как и многих других социально-экономических процессов, все чаще дополняются *экспертными опросами* непосредственных участников конкурентной борьбы. Социологические опросы позволяют оценить масштабы, характер и уровень конкурентной борьбы, а также зарождающиеся тенденции, которые только количественными методами диагностировать не удастся. Именно с этих позиций в 2007, 2010, 2013, 2016 и 2019 гг. нами были разработаны соответствующие анкеты, организованы и проведены социологические исследования проблем и перспектив конкуренции регионов и муниципалитетов Уральского и Приволжского федеральных округов³.

Всего за эти годы было получено и проанализировано более 1 600 анкет от трех групп респондентов (экспертов). Это — представители орга-

² Так, например, А.И. Васильев не исключает, что регионы в научном исследовании могут сопоставляться как конкурирующие, однако отмечает, что «важно отличать реальную экономическую конкуренцию хозяйствующих субъектов от мнимого противостояния любых элементов экономической системы» [12, с. 138].

³ Уральский и Приволжский федеральные округа — крупные административные образования, расположенные на территории Урала, Западной Сибири и Поволжья. В состав этих округов входят 28 субъектов Российской Федерации, имеющих значительный экономический потенциал. На территории округов в 2019 г. проживало более 28% населения России (41,6 млн чел.), в 2018 г. был создан валовой региональный продукт (ВРП) в размере 25 222,3 млрд руб. (около 30% общероссийского валового регионального продукта), объем инвестиций в основной капитал за 2019 г. превысил 5 601,3 млрд руб. (29% общероссийских инвестиций в основной капитал). Рассчитано по: [13, с. 18, 20].

нов власти и управления (28% респондентов), бизнеса (40%) и научного сообщества (32%)⁴.

Территориальная конкуренция в целом была *позитивно оценена большинством наших экспертов*, однако результаты опросов позволили выявить тенденцию к снижению доли ее сторонников во всех трех группах экспертов. Если в 2007 г. ее сторонниками были 85% экспертов, то в 2019 г. — уже только 69%. Снижение доли сторонников территориальной конкуренции объясняется прежде всего затянувшимися экономическими коллизиями, различными деструктивными ситуациями, число и масштабы которых растут. В сложившейся неблагоприятной для развития экономики обстановке ухудшаются условия ведения бизнеса, разворачивается борьба за экономическое выживание. При этом *падает уровень доверия* в экономике и растет напряжение во взаимоотношениях власти, бизнеса и населения.

Следует отметить, что в России активизируется борьба субъектов Федерации и муниципальных образований за федеральный ресурс, средства государственного бюджета, финансовую поддержку сверху. С позиции долгосрочных национальных интересов такая конкуренция бесплодна и не перспективна. Она инициирует иждивенческий и безынициативный настрой руководителей регионов и городов. Вполне обоснованно можно заключить, что в этой ситуации приоритет получают решения текущих проблем регионов и муниципалитетов, а не подготовка территорий к их будущему, в т.ч. и к будущей борьбе за лидерство в решении тех или иных социально-экономических задач, достижении тех или иных социально-экономических результатов в уже формирующемся новом конкурентном экономическом пространстве.

Эксперты были практически единодушны в ранжировании конкурентных целей территорий в современном экономическом пространстве. В качестве приоритетных целей конкурентной борьбы регионов и городов выделены:

- обеспечение высокого качества и достойного уровня жизни населения;
- привлечение и закрепление квалифицированных кадров;
- привлечение российских и иностранных инвестиций.

⁴ Среди представителей власти и управления, принявших участие в опросе, — депутаты областных и городских дум, ведущие специалисты экономических министерств и ведомств Свердловской, Челябинской, Тюменской, Оренбургской, Пермской и Курганской областей, Ямало-Ненецкого и Ханты-Мансийского автономных округов, а также работники экономических комитетов городов Екатеринбурга, Нижнего Тагила, Ижевска, Перми, Челябинска, Кургана и др. В числе представителей бизнеса — руководители и заместители руководителей предприятий крупного, среднего и малого бизнеса Уральского и Приволжского федеральных округов. Научное сообщество в опросе представлено учеными-экономистами Института экономики УрО РАН, Уральского государственного экономического университета, Тюменского государственного нефтегазового университета, Пермского национального исследовательского политехнического университета, Оренбургского государственного университета и Удмуртского государственного университета.

При этом привлечение российских и иностранных инвестиций как одна из целей конкурентной борьбы территорий *постепенно утрачивает свои позиции*, тем не менее оставаясь одной из приоритетных. Среди причин отмеченной тенденции — нарастающие проблемы привлечения инвестиций в связи с политическими проблемами, продолжающимся кризисом в экономике и сохраняющимися санкциями.

Таким образом, делается вывод, что только с улучшением общей, в т.ч. социально-экономической, ситуации в стране и ее регионах, можно будет надеяться на рост значимости таких целей конкуренции территорий, как создание благоприятного предпринимательского климата и организация новых хозяйственных структур (компаний, организаций). Это особенно важно в конкуренции за будущее.

Формирование образа территории

Нельзя оставить без внимания тот факт, что такая архиважная цель конкурентной борьбы территорий за будущее, как лидерство в инновациях, в т.ч. патентах, лицензиях, остается уже длительное время практически в тени. Инновационный вектор развития страны, регионов и муниципалитетов, к сожалению, не получает должного внимания и необходимой реальной поддержки со стороны федерального центра.

Конкуренция территорий за будущее во многом определяется конструированием образа будущего территорий, который базируется, в т.ч. на уровне зрелости и характере отношений местного сообщества, взаимном доверии власти, бизнеса и населения в конкретном регионе, муниципалитете, сложившихся в них традициях, обычаях. В этой связи актуальными видятся идеи, высказанные советским экономистом В.А. Базаровым (1874—1939). Он представлял успешное развитие территории при условии, что «усилия местных хозяйственников и местной советской общественности будут концентрированы на развитии той специальной функции в системе общественного разделения труда, которая выпадает на долю данного района в силу его географических, геофизических, демографических и других особенностей» [14, с. 54].

Проектируя завтрашний, возможно, фантастический образ той или иной территории, человек в т.ч. предвидит будущую конкурентоспособность территории, а в конечном итоге и саму успешность ее социально-экономического развития в конкурентном экономическом пространстве [15; 16]. Образ территории познается/конструируется людьми, но в то же время определяет взгляд на эту территорию и отношение общества к ней [17; 18].

Вопрос о зависимости результативности решений по использованию территорий от взглядов людей на эти пространства был поставлен, в частности, американскими географами XX в. Было доказано, что образ пространства в умах людей, восприятие территории людьми во многом определяли их поведение при освоении этого пространства, проектировании его будущего [19].

Заметим, что многие теоретические и практические разработки по региональной экономике включают в себя вопросы формирования образа (имиджа) территории, ибо этот образ признается сегодня важным фактором успешности экономического развития региона. Регионы начинают разрабатывать и реализовать проекты конкурирования в части создания и поддержания благоприятного и желаемого для них образа этой территории в умах населения, представителей бизнеса и т.д., вкладывая в подобные и сфокусированные на этом программы, проекты значительные средства и усилия.

На основе изучения исторического и современного опыта по формированию образа территорий можно констатировать, что, во-первых, вовлечение территорий в хозяйственную деятельность является сложным и противоречивым действием. При этом все более важное значение отводится формированию образа (имиджа) и позитивной репутации территории.

Во-вторых, образ (имидж) территории — это комплекс ощущений и представлений людей, возникающих по поводу природно-климатических, исторических, этнографических, социально-экономических, политических, морально-психологических и других, как правило, объективно существующих особенностей данной территории.

В-третьих, образ (имидж) территорий не задается кем-то, а формируется постепенно. Не существует единого для всех образа, следует говорить лишь о наиболее признанном образе конкретной территории. Значимо и то, что любой образ вырастает в диалектической борьбе негативного и позитивного впечатления/мнения о соответствующей территории.

Образ территории *во многом определяет ее статус*, желание жить и работать здесь. Справедливо отмечают О.В. Иншаков и Д.П. Фролов, что в институциональном смысле значение любого конкретного социально-экономического пространства состоит в придаваемом им своим агентам статусе [20, с. 8]. Тем самым территории и конкурируют за свой более благоприятный образ. Это особенно актуально в современной креативной экономике, когда работники, создающие новые идеи и продукты, все больше требований предъявляют к качеству и статусу территории своего проживания. Они способны мигрировать туда, где им будет комфортней творить [21]. Поэтому экономисты все чаще говорят о качестве экономического пространства, понимая под ним привлекательность конкретной территории для потенциальных субъектов рынка.

Изменения образа пространства и их влияние на освоение территории хорошо прослеживаются на примере Урала [22], когда каждой волне его освоения соответствовал свой образ, влиявший на процесс развития края и делавший его либо привлекательным для населения и бизнеса, либо бесперспективным.

Однако нельзя жить только наследием прошлого. Справедливо указание, что «пространство нужно каждодневно делать, т.е. быть его актором, предпринимая вполне определенные усилия, чтобы оно становилось все более удобным и безопасным, сбалансированным и мобиль-

ным, обладающим лучшим экологическим и экономическим дизайном» [20, с. 7]. В современном конкурентном экономическом пространстве крайне важно творчески обогащать образ регионов и муниципалитетов, сохраняя наследие прошлого и дополняя его новыми успехами в социально-экономическом развитии, конкурентной борьбе с другими территориями, а также и продуманными реальными планами будущего⁵.

Конструирование будущего территории

В научной литературе замечен интерес к разработке концептуальных основ конструирования образа будущего территорий. Термин «конструирование» теперь все более активно используется применительно к экономическим механизмам, институтам, отношениям. Лауреат Нобелевской премии по экономике (2007 г.) Эрик Маскин предлагает рассматривать теорию конструирования экономических механизмов как «инженерную» сторону экономической теории [24]. В теории конструирования экономических механизмов исследование начинается с определения желаемого результата или социальной цели, затем изучается вопрос, можно ли так сконструировать соответствующий институт (механизм), чтобы достичь этой цели. Если ответ — «да», то исследователь приступает к новой стадии — узнать, какой вид может иметь этот механизм⁶.

Термин «конструирование» в экономической литературе получил признание после того, как известный экономический социолог М. Грановеттер поставил вопрос о «социальном конструировании экономических институтов» [26]. Термин «конструирование» применяется в рамках неоинституциональной теории, где давно изучается возможность проектирования институтов. Например, В.М. Полтерович определяет конструирование как создание принципиально новых институтов, отмечая, что «плановая экономика является, пожалуй, впечатляющим примером сконструированной системы институтов» [27, с. 7].

Конструирование будущего территорий — это задача, *решение которой нельзя откладывать на завтра*. При этом принципиально необходимо реальное партнерство руководителей территорий (власти), лидеров бизнеса и населения. Представляется значимым при конструировании будущего территорий учитывать, что экономическое пространство по-прежнему останется конкурентным. Однако конкурентная борьба территорий не просто сохранится, но и приобретет новые качества. Дело в том, что «будущее не является простым продолжением прошлого»

⁵ Например, рассматривая исторические циклы развития Сибири с позиций выработки новой парадигмы ее развития, В.А. Крюков и В.Е. Селиверстов, особое внимание уделяют направлениям роста социальной ценности ресурсов и пространства макрорегиона [23].

⁶ В социологии и истории термин «конструирование» является привычным для описания создания той или иной системы социальных отношений. В зарубежной экономической и социологической науке термин «конструирование» стал популярен по мере распространения «социального конструкционизма», социологической теории познания, изучающей способы, какими индивидуумы и группы людей принимают участие в создании воспринимаемой ими реальности [25].

[28, с. 31]. Касательно конкуренции компаний за будущее, Г. Хамел и К.К. Прахалад подчеркнули, что «конкуренция за будущее — это скорее состязание за *долю возможностей*, чем за долю рынка, преследующее цель максимизации доли этих будущих возможностей, к которым компания могла бы получить потенциальный доступ, будь то домашние информационные системы, созданные с помощью генной инженерии лекарства, новые финансовые услуги, перспективные материалы или что-нибудь другое» [28, с. 32].

Приведенное умозаключение, по нашему мнению, концептуально характеризует и конкуренцию территорий за будущее. Если конкуренция территорий за настоящее — это борьба прежде всего за сырье, ресурсы, активы, федеральные бюджетные вливания, размер валового регионального продукта, инвестиции и т.д., то конкуренция территорий за будущее — *это борьба за возможность формировать будущую архитектуру социально-экономического развития территории, за достижение будущего успеха*, выходящего за рамки сложившихся (традиционных) представлений об успешном развитии регионов и муниципалитетов. Конкуренция территорий за будущее неизбежно включает борьбу за население, его благосостояние, комфорт проживания и реализацию его способностей и надежд, это борьба за инновации в экономике и социальной сфере, за имидж и репутацию территории, за пространственное (территориальное) предвидение и интеллектуальное лидерство, за ключевые компетенции (способности, навыки, умения), за стратегических партнеров в формирующемся новом конкурентном экономическом пространстве.

Конкурентные компетенции территории

Представляется значимым в архитектуре конкуренции территорий за будущее выделить борьбу за ключевые компетенции регионов и муниципалитетов в формирующемся уже сегодня новом экономическом пространстве [29]. Для успешной конкуренции за будущее и создание рынков завтрашнего дня, как отметили Г. Хамел и К.К. Прахалад, необходимо обладать ключевыми компетенциями, которые «являются вратами к будущим возможностям» [28, с. 173]. Ключевые компетенции — это отличительные, исключительные, *уникальные*, невозпроизводимые другими участниками рынка *компетенции*, позволяющие компании лидировать на соответствующем рынке, благодаря производству (оказанию) товаров и услуг, которые не по плечу большинству конкурентов.

Видится весьма перспективным представление «ключевых компетенций» в качестве «конкурентных компетенций». Такой подход активно и обоснованно продвигается в журнале «Современная конкуренция». Так, Ю.Б. Рубин, подчеркивая необходимость уделения пристального внимания, в т.ч., тематике конкурентных компетенций, отмечает, что «конкурентная компетентность лидеров компаний включает набор знаний, пониманий, умений и навыков в выявлении и ранжировании соперников, формировании стратегий, тактических моделей, операци-

онных сценариев конкуренции, в проведении тактических операций, выполнении конкурентных действий по ситуации, в других вопросах участия в конкуренции ...» [10, с. 121].

Среди основных характеристик конкурентных компетенций территории (далее – ККТ), в определенной степени отличающихся от таковых у предприятий, отметим следующие:

- ККТ присущи только тем территориям, которые наиболее успешно прогрессируют и оперативно решают различные деструктивные ситуации;
- конкурентные компетенции территорий отличаются стратегической гибкостью, мобильностью и формируются на основе исключительных (эксклюзивных) отношений с другими территориями (регионами, муниципалитетами);
- ККТ являются уникальными, присущи исключительно только конкретному региону, муниципалитету;
- ККТ отличаются существенной сложностью и невозможностью их копировать, купить, имитировать другим территориям;
- конкурентные компетенции территорий основываются на уникальных, передовых знаниях, навыках, опыте территориального развития;
- ККТ отличаются высокой жизнестойкостью, долговременным и менее уязвимым действием в тех или иных кризисных ситуациях;
- принципиально важно, что конкурентные компетенции не являются целью территориальной конкуренции, а представляют собой инструмент, средство конкуренции за будущее.

Территориальная индивидуальность

Базой, первоосновой формирования конкурентных компетенций регионов и муниципалитетов, необходимых для успешной конкуренции за будущее, является территориальная индивидуальность (далее – ТИ).

Территориальная индивидуальность представляет собой генеральную совокупность характеристик, отличающих одну территорию от другой. Она предполагает учет объективно заданных особенностей (например, географическое положение, природно-климатические условия, уникальность и разнообразие сырьевых ресурсов, история, экология, ранее сформировавшиеся отличия в инфраструктурных предпосылках экономического развития и т.д.). ТИ включает также *сущностные характеристики территории* сложившиеся, преимущественно в результате социально-экономического развития [29].

Мы выделяем 13 сущностных характеристик, на которых базируется территориальная индивидуальность:

1. финансово-экономическая устойчивость территории (ВРП, капитализация и диверсификация территории, инвестиционная активность и привлекательность, развитость рыночной инфраструктуры и т.д.);

2. активность проводимой социальной политики (денежные доходы и потребительские расходы населения, демографическая ситуация и т.д.);
3. институциональная прогрессивность территории (прогрессивность налоговой политики, открытость регионального рынка, уровень административных барьеров, защищенность права собственности и контрактных прав, масштабы теневой экономики и т.д.);
4. креативность территории — способность определить перспективные направления и варианты развития территории; умение функционировать в нестандартных, кризисных, деструктивных ситуациях; способность привлекать в регион талантливых креативных специалистов и т.д.;
5. умение работать с рисками — институциональный навык предвидеть появление рисков; способность формирования резервов на случай возникновения рисков; психологическая устойчивость к резкому изменению конкурентного экономического пространства;
6. коммуникативность — навыки выстраивать коммуникации на перспективу; умение найти партнеров и результативно взаимодействовать с ними;
7. гибкость и мобильность экономики региона, муниципалитета — умение маневрировать в рамках принятой стратегии социально-экономического развития; опыт работы в условиях институциональных перемен; навыки своевременной реакции на проводимые реформы, возникающие кризисы и деструктивные ситуации;
8. имидж и репутация территории — формирование и поддержание привлекательного имиджа и позитивной репутации территории; грамотная и постоянная забота о своем выгодном позиционировании в конкурентном экономическом пространстве; формирование и повышение ценности бренда территории;
9. формирование и поддержание территориальной организационной культуры — комплекса правил поведения, традиций и ценностей, обычаев, социальных норм и т.д., принятых в регионе (муниципалитете), обязательных для всех;
10. предсказуемость в принятии значимых для территории решений;
11. постоянный и ответственный диалог власти, бизнеса и населения — способность устанавливать и поддерживать взаимовыгодные партнерские отношения, включая умение идти на компромиссные решения;
12. интеграционная зрелость — комплексная готовность территории к сотрудничеству, которая делает возможным включение данной территории в процессы эффективного межтерриториального взаимодействия;
13. цифровая зрелость — численность региональных специалистов, которые используют информационно-коммуникационные тех-

нологии; расходы организаций на внедрение и использование цифровых решений; охват предприятий различных видов экономической деятельности и т.д.

Следует согласиться с Н.Я. Калужновой в том, что «...в условиях глобальной конкуренции выявление и сохранение локальной специфичности региона, обусловленной его геополитическим положением, географическими и природными особенностями, акцентирование особой культуры и имиджа, выделяющих его среди других регионов, могут служить не только способом сохранения самобытности, но и способом создания устойчивых конкурентных преимуществ, не воспроизводимых в других регионах страны и мира» [2, с. 182]. Территориальная индивидуальность, несомненно, является основой формирования и развития конкурентных компетенций регионов и муниципалитетов. «Важным условием при создании принципиально новых высококонкурентных решений и подходов, — подчеркивают В.А. Крюков и В.Е. Селиверстов, — является учет локальных условий реализации проектов, которые определяются как особенностями источников природных ресурсов реализуемых проектов, так и теми возможностями, которыми располагает та или иная территория» [23, с. 39]. При этом заметим, что территориальная индивидуальность территории как порождает проблемы, так и формирует возможности успешной конкурентной борьбы территорий в будущем экономическом пространстве.

Нематериальные конкурентные преимущества территории

Уникальное сочетание компетенций регионов, муниципалитетов может действительно создать реальное, в первую очередь нематериальное, конкурентное преимущество конкретной территории как на ближайшую, так и особенно отдаленную перспективу. В условиях современной масштабной жесткой перезагрузки экономики нематериальные конкурентные преимущества *становятся залогом длительного устойчивого развития территорий*. Они в значительной степени определяют конкурентную привлекательность любого территориального субъекта [4, с. 8].

Нематериальные конкурентные преимущества не отменяют и не замещают материальные конкурентные преимущества, напротив, они активно встраиваются в архитектуру социально-экономического развития территории, дополняя ее новыми компетенциями. Материальные конкурентные преимущества необходимы и значимы для развития территории в конкурентном экономическом пространстве, но они недолговечны. На них влияют сокращение сырьевых и иных ресурсов, научно-технический прогресс, изменения техники и появление технологических новинок, изменение количественных показателей бизнеса и др. В то же время нематериальные конкурентные преимущества, как метко замечает Рич Карлгаард, — это способ вырваться из мира обыденности, залог длительного процветания компании [30, с. 40, 56]. Это *в полной мере*

относится и к территориям. В условиях обостряющейся конкуренции как на внутреннем, так и внешнем рынке умение создавать, применять и защищать нематериальные конкурентные преимущества нередко становится более важным искусством, чем использование ресурсов исключительно материального превосходства.

Нематериальные конкурентные преимущества территории позволяют выгодно ее позиционировать, завоевывать доверие партнеров и лояльность потребителей, формировать привлекательный имидж и положительную репутацию, а также многое другое, необходимое для успешной конкуренции регионов и муниципалитетов за их будущее в новом формирующемся экономическом пространстве.

В заключении отметим, что в современном экономическом пространстве существенно актуализировалась проблема творческого развития и обогащения образа территорий при сохранении наследия прошлого и дополнении его новыми достижениями, успехами в конкурентной борьбе с другими территориями, а также и реальными планами на будущее. От того, как будет сконструирован образ будущего территории, в значительной степени будет зависеть и конкуренция территорий за будущее в трансформирующемся экономическом пространстве. В этой связи особенно важно то, чтобы регионы обладали «...реальной, в рамках принципа субсидиарности, экономико-правовой возможностью использовать местные ресурсы в поиске, возможно, эксклюзивных моделей решения, стоящих перед ними социально-экономических, экологических и иных задач» [31, с. 13].

В архитектуре конкуренции территорий за будущее, по нашим представлениям, сегодня особенно выделяется борьба за ключевые компетенции регионов, первоосновой формирования которых является их территориальная индивидуальность.

Список литературы

1. Гранберг А.Г. Основы региональной экономики. 3-е изд. М.: ГУ ВШЭ, 2003. 492 с.
2. Важенин С.Г., Берсенов В.Л., Важенина И.С., Татаркин А.И. Территориальная конкуренция в экономическом пространстве. Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2011. 540 с.
3. Калюжнова Н.Я. Конкурентоспособность регионов в условиях глобализации. М.: ТЭИС, 2003. 526 с.
4. Гринчель Б.М., Назарова Е.А. Российские регионы: конкурентная привлекательность и устойчивость развития. СПб.: ГУАП, 2019. 248 с.
5. Унтура Г.А. Регион как эпицентр зарождения конкурентоспособности // Регион: экономика и социология. 2002. № 1. С. 3–16.
6. Данилов И.П. Конкурентоспособность регионов России (теоретические основы и методология). М.: Канон+, 2007. 367 с.
7. Шеховцева Л.С. Конкурентоспособность региона. Факторы и методы создания // Маркетинг в России и за рубежом. 2001. № 4. С. 11–16.

8. Чайникова Л.Н. Методологические и практические аспекты оценки конкурентоспособности. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. тех. ун-та, 2008. 148 с.
9. Рубин Ю.Б. О конструктивной теории конкуренции в предпринимательстве // Современная конкуренция. 2017. Т. 11. № 5 (65). С. 114–129.
10. Рубин Ю.Б. Конкуренция: влияние личностного начала лидеров компаний // Современная конкуренция. 2017. Т. 11. № 3 (63). С. 118–143.
11. Бухвальд Е.М. «Саморазвитие» регионов как инструмент регулирования пространственной структуры российской экономики // Федерализм. 2018. № 2. С. 32–45.
12. Васильев А.И. Конкуренция и конкурентоспособность: проблема взаимосвязи // Современная конкуренция. 2017. Т. 11. № 5 (65). С. 130–139.
13. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2020: стат. сб. / Росстат. М., 2020. 242 с.
14. Базаров В.А. Принципы построения перспективного плана // Плановое хозяйство. 1928. № 2. С. 38–63.
15. Татаркин А.И., Сухих В.В., Важенин С.Г., Важенина И.С. Образ пространства как фактор экономического освоения Полярного Урала в XVI – начале XX в. // Пространственная Экономика. 2010. № 4. С. 71–81.
16. Сухих В.В., Важенин С.Г., Важенина И.С. Образ пространства в контексте хозяйственного освоения территории // Региональная экономика: теория и практика. 2012. № 31. С. 2–7.
17. Берлянт А.М. Образ пространства: карты и информация. М.: Мысль, 1986. 238 с.
18. Фрадкин Н.Г. Образ Земли. М.: Мысль, 1974. 176 с.
19. Джонстон Р. Дж. География и географы. Очерк развития англо-американской социальной географии после 1945 года. М.: Прогресс, 1987. 368 с.
20. Иншаков О.В., Фролов Д.П. Институциональность пространства в концепции пространственной экономики // Пространственная экономика. 2007. № 1. С. 5–21.
21. Флорида Р. Креативный класс. Люди, которые меняют будущее. М.: Классика XXI, 2011. 432 с.
22. От идеи Ломоносова к реальному освоению территорий Урала, Сибири и Дальнего Востока / под общ. ред. А.И. Татаркина, В.В. Кулешова, П.А. Минакира. Екатеринбург: Ин-т экономики УрО РАН, 2009. 1227 с.
23. Крюков В.А., Селиверстов В.Е. Пространство и экономика Сибири: от изучения особенностей развития к проектированию направлений роста социальной ценности // Проблемы прогнозирования. 2022. № 5 (194). С. 33–42. DOI: 10.47711/0868-6351-194-33-42.
24. Маскин Э.С. Конструирование экономических механизмов: как реализовать социальные цели. М.: ГУ ВШЭ, 2009. 23 с.
25. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. М.: Московский философский фонд, 1995. 323 с.
26. Грановеттер М. Экономические институты как социальные конструкты: рамки анализа // Журнал социологии и социальной антропологии. 2004. Т. VII. № 1. С. 76–88.
27. Полтерович В.М. Стратегия институциональных реформ. Перспективные траектории // Экономика и математические методы. 2006. Т. 42. № 1. С. 3–18.
28. Хамел Г., Прахалад К.К. Конкурируя за будущее. Создание рынков завтрашнего дня. М.: Олимп-Бизнес, 2002. 288 с.
29. Важенина И.С., Важенин С.Г. Ключевые (конкурентные) компетенции территорий: сущность и ориентиры формирования // Менеджмент в России и за рубежом. 2022. № 3. С. 3–9.

30. Карлгаард Р. В здоровом бизнесе — здоровый дух. Как великие компании вырабатывают иммунитет к кризисам. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. 272 с.

31. Валентей С.Д. Развитие отечественного федерализма не по спирали (к читателям) // Федерализм. 2021. Т. 26. № 1 (101). С. 5–14. DOI: <http://dx.doi.org/10.21686/2073-1051-2021-1-5-14>

References

1. Granberg A.G. Osnovy regional'noi ekonomiki [Fundamentals of Regional Economy. 3rd ed.]. 3rd eds. Moscow, GU VShE, 2003, 492 p. (In Russ.).
2. Vazhenin S.G., Bersenev V.L., Vazhenina I.S., Tatarkin A.I. Territorial'naia konkurentsia v ekonomicheskom prostranstve [Territorial Competition in the Economic Space]. Ekaterinburg, Institut ekonomiki UrO RAN, 2011, 540 p. (In Russ.).
3. Kaliuzhnova N.Ia. Konkurentosposobnost' regionov v usloviakh globalizatsii [Competitiveness of Regions in the Context of Globalization]. Moscow, TEIS, 2003, 526 p. (In Russ.).
4. Grinchel' B.M., Nazarova E.A. Rossiiskie regiony: konkurentnaia privlekatel'nost' i ustoichivost' razvitiia [Russian Regions: Competitive Attractiveness and Sustainability of Development]. Saint Petersburg, GUAP, 2019, 248 p. (In Russ.).
5. Untura G.A. Region kak epitsentr zarozhdeniia konkurentosposobnosti [The Region as the Epicenter of the Emergence of Competitiveness], *Region: ekonomika i sotsiologiia* [Region: Economics and Sociology], 2002, No. 1, pp. 3–16. (In Russ.).
6. Danilov I.P. Konkurentosposobnost' regionov Rossii (teoreticheskie osnovy i metodologiia) [Competitiveness of Russian Regions (Theoretical Foundations and Methodology)]. Moscow, Kanon+, 2007, 367 p. (In Russ.).
7. Shekhovtseva L.S. Konkurentosposobnost' regiona. Faktory i metody sozdaniia [Competitiveness of the Region. Factors and Methods of Creation], *Marketing v Rossii i za rubezhom* [Marketing in Russia and Abroad], 2001, No. 4, pp. 11–16. (In Russ.).
8. Chainikova L.N. Metodologicheskie i prakticheskie aspekty otsenki konkurentosposobnosti [Methodological and Practical Aspects of Competitiveness Assessment]. Tambov, Izd-vo Tamb. gos. tekhn. un-ta, 2008, 148 p. (In Russ.).
9. Rubin Iu.B. O konstruktivnoi teorii konkurentsii v predprinimatel'stve [On the Constructive Theory of Competition in Entrepreneurship], *Sovremennaia konkurentsia* [Modern Competition], 2017, Vol. 11, No. 5 (65), pp. 114–129. (In Russ.).
10. Rubin Iu.B. Konkurentsia: vliianie lichnostnogo nachala liderov kompanii [Competition: the Influence of the Personal Beginning of Company Leaders], *Sovremennaia konkurentsia* [Modern Competition], 2017, Vol. 11, No. 3 (63), pp. 118–143. (In Russ.).
11. Bukhval'd E.M. "Samorazvitie" regionov kak instrument regulirovaniia prostranstvennoi struktury rossiiskoi ekonomiki ["Self-Development" of Regions as a Tool for Regulating the Spatial Structure of the Russian Economy], *Federalizm* [Federalism], 2018, No. 2, pp. 32–45. (In Russ.).
12. Vasil'ev A.I. Konkurentsia i konkurentosposobnost': problema vzaimosviasi [Competition and Competitiveness: the Problem of Interconnection], *Sovremennaia konkurentsia* [Modern Competition], 2017, Vol. 11, No. 5 (65), pp. 130–139. (In Russ.).
13. Regiony Rossii. Sotsial'no-ekonomicheskie pokazateli. 2020: stat. sb. [Regions of Russia. Socio-Economic Indicators], Rosstat [Rosstat], Moscow, 2020, 242 p. (In Russ.).
14. Bazarov V.A. Printsipy postroeniia perspektivnogo plana [Principles for Building a Long-Term Plan], *Planovoe khoziaistvo* [Spatial Economics], 1928, No. 2, pp. 38–63. (In Russ.).

15. Tatarkin A.I., Sukhikh V.V., Vazhenin S.G., Vazhenina I.S. Obraz prostranstva kak faktor ekonomicheskogo osvoeniia Poliarnogo Urala v XVI – nachale XX v. [Image of Space in the Context of Economic Development of the Territory], *Prostranstvennaia Ekonomika* [Spatial Economics], 2010, No. 4, pp. 71–81. (In Russ.).
16. Sukhikh V.V., Vazhenin S.G., Vazhenina I.S. Obraz prostranstva v kontekste khoziaistvennogo osvoeniia territorii [The Image of Space as a Factor of Economic Development of the Polar Urals in the XVI – Early XX Century], *Regional'naia ekonomika: teoriia i praktika* [Regional Economics: Theory and Practice], 2012, No. 31, pp. 2–7. (In Russ.).
17. Berliant A.M. Obraz prostranstva: karty i informatsiia [Image of Space: Maps and Information]. Moscow, Mysl', 1986, 238 p. (In Russ.).
18. Fradkin N.G. Obraz Zemli [Earth image]. Moscow, Mysl', 1974, 176 p. (In Russ.).
19. Dzhonston R. Dzh. Geografiia i geografyy. Ocherk razvitiia anglo-amerikanskoi sotsial'noi geografii posle 1945 goda [Geography and Geographers. An Outline of the Development of Anglo-American Social Geography since 1945]. Moscow, Progress, 1987, 368 p. (In Russ.).
20. Inshakov O.V., Frolov D.P. Institutsional'nost' prostranstva v kontseptsii prostranstvennoi ekonomiki [Institutionality of Space in the Concept of Spatial Economy], *Prostranstvennaia ekonomika* [Spatial Economics], 2007, No. 1, pp. 5–21. (In Russ.).
21. Florida R. Kreativnyi klass. Liudi, kotorye meniaiut budushchee [Creative Class. People Who Change the Future]. Moscow, Klassika XXI, 2011, 432 p. (In Russ.).
22. Ot idei Lomonosova k real'nomu osvoeniiu territorii Urala, Sibiri i Dal'nego Vostoka [From the Idea of Lomonosov to the Real Development of the Territories of the Urals, Siberia and the Far East], edition by A.I. Tatarkina, V.V. Kuleshova, P.A. Minakira. Ekaterinburg, In-t ekonomiki UrO RAN, 2009, 1227 p. (In Russ.).
23. Kriukov V.A., Seliverstov V.E. Prostranstvo i ekonomika Sibiri: ot izucheniiia osobennostei razvitiia k proektirovaniu napravlenii rosta sotsial'noi tsennosti [The Space and Economy of Siberia: from Studying the Features of Development to Designing Directions for the Growth of Social Value], *Problemy prognozirovaniia* [Forecasting problems], 2022, No. 5 (194), pp. 33–42. (In Russ.). DOI: 10.47711/0868-6351-194-33-42.
24. Maskin E.S. Konstruirovaniye ekonomicheskikh mekhanizmov: kak realizovat' sotsial'nye tseli [Designing Economic Mechanisms: How to Realize Social Goals]. Moscow, GU VShE, 2009, 23 p. (In Russ.).
25. Berger P., Lukman T. Sotsial'noe konstruirovaniye real'nosti [Social Construction of Reality]. Moscow, Moskovskii filosofskii fond, 1995, 323 p. (In Russ.).
26. Granovetter M. Ekonomicheskie instituty kak sotsial'nye konstrukty: ramki analiza [Economic Institutions as Social Constructs: Framework for Analysis], *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noi antropologii* [Journal of Sociology and Social Anthropology], 2004, Vol. VII, No 1, pp. 76–88. (In Russ.).
27. Polterovich V.M. Strategiya institutsional'nykh reform. Perspektivnye traektorii [Strategy of Institutional Reforms. Promising Trajectories], *Ekonomika i matematicheskie metody* [Economics and Mathematical Methods], 2006, Vol. 42, No. 1, pp. 3–18. (In Russ.).
28. Khmel G., Prakhlad K.K. Konkuriруя za budushchee. Sozdaniye rynkov zavtrashnego dnia [Competing for the Future. Creating the Markets of Tomorrow]. Moscow, Olimp-Biznes, 2002, 288 p. (In Russ.).
29. Vazhenina I.S., Vazhenin S.G. Kliuchevye (konkurentnye) kompetentsii territorii: sushchnost' i orientiry formirovaniia [Key (Competitive) Competencies of

Territories: the Essence and Guidelines for the Formation], *Menedzhment v Rossii i za rubezhom* [Management in Russia and Abroad], 2022, No. 3, pp. 3–9. (In Russ.).

30. Karlgaard R. V zdorovom biznese – zdorovyi dukh. Kak velikie kompanii vyrabatyvaiut immunitet k krizisam [A Healthy Mind in a Healthy Business. How Great Companies Develop Immunity to Crises]. Moscow, Mann, Ivanov i Ferber, 2015, 272 p. (In Russ.).

31. Valentei S.D. Razvitie otechestvennogo federalizma ne po spirali (k chitateliyam) [The Development of Domestic Federalism is not in a Spiral (to Readers)], *Federalizm* [Federalism], 2021, Vol. 26, No. 1 (101), pp. 5-14. (In Russ.). DOI: <http://dx.doi.org/10.21686/2073-1051-2021-1-5-14>.

COMPETITION OF TERRITORIES FOR THE FUTURE: FEATURES OF ORIGIN AND FORMATION

The competition of territories is an objective reality, however, some theoretical and methodological issues of its development today and especially in the future still need to be finalized. The article is devoted to the disclosure of socio-economic prerequisites and opportunities for designing the competition of territories for the future in the conditions of the emerging economic space. The authors support and develop the position according to which the competition of territories for the future is largely determined by the construction of the image of the future of territories. The assertion is substantiated that the competition of territories for the future is a struggle for the opportunity to form the future architecture of the socio-economic development of the territory, for achieving future success that goes beyond the established (traditional) ideas about the successful development of regions and municipalities. The main characteristics of the competitive competencies of the territory, as well as territorial individuality, are formulated. The authors consider it necessary for the heads of regions and municipalities to pay increased attention to the formation and preservation of intangible competitive advantages of the territories under their jurisdiction.

Keywords: competition of territories for the future, image of space, competitive competencies, territorial individuality, intangible competitive advantages, region.

JEL: R 11, R 58

Дата поступления – 24.11.2022 г.

ВАЖЕНИНА Ирина Святославовна

доктор экономических наук, доцент, ведущий научный сотрудник;
Федеральное государственное бюджетное учреждение науки Институт
экономики Уральского отделения Российской академии наук /
ул. Московская, д. 29, г. Екатеринбург, 620014.
e-mail: isvazhenina@mail.ru

ВАЖЕНИН Сергей Григорьевич

кандидат экономических наук, заведующий сектором;
Федеральное государственное бюджетное учреждение науки Институт
экономики Уральского отделения Российской академии наук /
ул. Московская, д. 29, г. Екатеринбург, 620014.
e-mail: svazhenin@mail.ru

VAZHENINA Irina S.

Dr. Sc. (Econ.), Associate Professor, Leading Research Associate;
Institute of Economics of the Ural Branch of the Russian Academy of Science
/ 29, Moscow St., Yekaterinburg, 620014.

e-mail: isvazhenina@mail.ru

VAZHENIN Sergey G.

Cand. Sc. (Econ.), Senior Research Associate, Head of the Sector;
Institute of Economics of the Ural Branch of the Russian Academy of Science
/ 29, Moscow St., Yekaterinburg, 620014.

e-mail: svazhenin@mail.ru

Для цитирования:

Важенина И.С., Важенин С.Г. Конкуренция территорий за будущее: особенности зарождения и становления // Федерализм. 2022. Т. 27. № 4 (108). С. 21–36. DOI: <http://dx.doi.org/10.21686/2073-1051-2022-4-21-36>