

А. Ю. Кравчук, А. И. Махалова

Нематериальные активы как основа концепции стратегического регионального развития

В статье представлен краткий обзор результатов поиска ответов на злободневные вопросы регионального развития применительно к современной российской ситуации. Авторами статьи сделан акцент на предпосылках развития Ярославской области.

Ключевые слова: региональное развитие, нематериальные активы, репутация, концепция стратегического развития, фактор инвестиционной привлекательности, капитализация, информационные потоки.

A. Ju. Kravchuk, A. I. Makhalova

Intangible Assets as a Basis for the Strategic Regional Development Concept

The article provides a brief review of the research to answer the burning questions of regional development in relation to the contemporary Russian situation. The authors of the article focus on the preconditions for the development of the Yaroslavl region.

Keywords: regional development, intangible assets, reputation, strategic concept development, the factor of investment attractiveness, market capitalization, the information flow.

Становится все более очевидным, что существовавшая до недавнего времени политика регионального развития, ориентированная на выравнивание социально-экономических показателей (в основном за счет выравнивания уровня индустриализации), потеряла свою актуальность в силу ряда причин. К главнейшим из них авторы статьи относят становление информационного общества, основанного на экономике знаний и развивающегося в сторону все большей экспансии нематериальных ресурсов. Таким образом, **цель развития современного региона**, если рассматривать ее в экономическом, прикладном аспекте, можно обозначить как **рост стоимости принадлежащих ему активов в самом широком понимании**.

В связи с этим возникает ряд вопросов, определяющих концепцию регионального развития в современной России:

– **Кто** должен заниматься развитием региона (**субъекты** регионального развития)?

– На **какие активы** стоит сделать акцент в ходе формирования региональных стратегий?

– **Каким образом** можно наиболее эффективно повысить стоимость региональных активов (вопрос конкретных **методов и технологий**)?

– **Где** должны быть локализованы региональные центры, какой принцип должен быть в основе их определения?

Попытаемся ответить на поставленные вопросы применительно к ситуации, сложившейся в России на сегодняшний день. На протяжении всей новой и новейшей истории страны основным **субъектом регионального развития** выступало **государство**. В настоящее время нельзя говорить о коренных изменениях в этой тенденции. Скорее, наоборот, многие законодательные инициативы закрепляют подобный подход в сознании людей и в действующей практике.

При этом по мере углубления процессов интеграции и глобализации основные рычаги управления региональным развитием неминуемо переходят в руки **бизнес-структур**, и параллельно происходит еще один процесс – постепенное вовлечение **граждан и общественных организаций** в различные сферы регионального развития. Становится все более очевидным, что одними административными методами невозможно достичь целей регионального развития.

Таким образом, напрашивается вывод о том, что эффективное управление ростом капитализации регионов возможно осуществить только **совместными усилиями бизнеса, региональных**

властей и гражданского общества. Основным методом реализации концепции стратегического развития регионов становятся переговоры и организация *стратегического партнерства между государством и бизнесом, государством и гражданским обществом.*

Можно проследить логическую связь между вопросами о субъектах и основных методах регионального развития и о принципах определения региональных центров. Региональные центры должны становиться таковыми не в силу их административного статуса, а в силу того, что *замыкают на себя потоки активов.* В условиях открытого рынка активы стекаются туда, где их стоимость максимальна. Например, перемещение специалиста из периферии в центр автоматически повышает стоимость его рабочей силы; выведение ценных бумаг российского эмитента на основные фондовые биржи мира, как правило, приводит к росту цены данного актива и т. д.

Размышляя над вопросом о приоритетных активах регионального развития, автор статьи склоняется к тому, что в настоящее время наиболее целесообразно сделать основной акцент на *нематериальные активы* региональной экономики. Особенно в той их части, которая напрямую связана с человеческим капиталом, который понимается как «интеллект, знания, качественный и производительный труд и качество жизни» [2] и т. п.

Ведущие специалисты в области регионального развития практически единогласно признают, что капитализацию российских регионов на текущем этапе развития не повысить путем вовлечения в оборот новых природных ресурсов. Большая их часть уже обращается в форме капитала за пределами мест их разработки, а зачастую вовсе за границей России. Укрупнение субъектов РФ также не способно оказать решающее влияние на рост стоимости активов соответствующего региона.

Ежегодные исследования, проводимые рейтинговым агентством «Эксперт РА», позволили сделать следующие выводы. «Еще недавно наличие крупных сырьевых месторождений или развитой, построенной еще в советские времена, промышленной базы гарантировало региону как минимум пристальное внимание со стороны инвесторов. В кризис акценты кардинально поменялись. Излишняя зависимость региональных

экономик от бизнеса считанных промышленных гигантов обернулась серьезными проблемами. Зато лучшие перспективы появляются перед регионами, инвестиционная привлекательность которых опирается на реальный прогресс в диверсификации экономики, социальную стабильность, низкие криминальные риски». Согласно аналитическим выкладкам рейтингового агентства «Эксперт РА», «именно эти факторы формируют новый потенциал для регионального развития, одинаково высоко оцениваемый и инвесторами и федеральной властью» [3].

Регион, «устремленный в будущее» [5], не может не учитывать глобальных тенденций развития мирового экономического сообщества. «Высшим этапом инновационной экономики является экономика знаний», а высшим общественным укладом – «общество знаний или информационное общество» [4].

Обозначенные тенденции заставляют обратить гораздо более пристальное внимание в сторону нематериальных активов региональной экономики.

Важнейшая особенность нематериальных активов в том, что они не поддаются физическому и моральному износу, а наоборот, способны приобретать все большую ценность с течением времени. Фактор времени, столь безжалостный к любым материальным объектам, здесь идет только в плюс, ведь «доброе имя» региона становится тем более ценным, чем дольше его история.

Оценка уровня развития региона на основе его материальных активов, по сути, обречена, поскольку обращается к прошлому, вместо того чтобы направить внимание в перспективу.

Главный ориентир репутации – *стратегическое развитие.* Именно долгосрочные цели стали основанием принятия репутации в качестве фактора инвестиционной привлекательности и капитализации региона.

Не останавливаясь подробно на анализе всех особенностей нематериальных активов, выделим наиболее актуальные из них, определяющие противоречивое отношение экономистов к роли данного вида активов в региональном развитии. Эти особенности легли в основу споров «за» и «против» ориентации на нематериальные активы экономики (таблица 1).

Таблица 1

Содержание основных противоречий
в отношении нематериальных активов
как основного фактора капитализации региона

Аргументы в пользу ориентации на нематериальные активы	Аргументы против ориентации на нематериальные активы
1. Рост стоимости нематериальных активов с течением времени (тогда как материальные активы неминуемо обесцениваются)	1. Сложность в оценивании, отсутствие общепринятых критериев оценивания и единой системы показателей
2. Соответствие требованиям современного информационного общества, основанного на «экономике знаний»	2. Высокий риск формирования ошибочных выводов
3. Стратегическая направленность, устремленность в будущее, в перспективу	3. Большая доля субъективизма
4. Гуманизация общественно-экономических отношений	4. Недостаточный уровень развития соответствующих теоретических концепций

В широком смысле можно говорить о *репутационном капитале* как о *совокупности нематериальных активов всех субъектов регионального развития* (региональных властей, представителей бизнеса и общественности) при условии, что информация о наличии этих активов открыта и известна заинтересованным лицам. Отметим, что не все нематериальные активы становятся репутационным капиталом региона, а лишь те, которые регион смог грамотно представить и донести если не до широкой публики, то хотя бы до непосредственных пользователей соответствующей информации – прежде всего, отечественных и зарубежных инвесторов.

Применительно к региону можно выделить следующие нематериальные активы, формирующие его репутационный капитал:

- позиционируемый образ («бренд региона»), который может рассматриваться как совокупность брендов отдельных городов или выражаться через бренд регионального центра;
- историко-культурное наследие региона;
- репутация региональных властей;
- репутация коммерческих и некоммерческих организаций, действующих в регионе, уровень их социальной ответственности;
- объекты интеллектуальной собственности;
- информационная среда региона, которую характеризуют следующие показатели:

- доступность, полнота и достоверность информации о различных сторонах жизни в регионе;
- эффективность коммуникаций между властью, бизнесом и представителями общества;
- роль региона в системе сообщения между другими регионами;
- интеллектуальное и духовное развитие населения;
- инновационная активность.

Перечисленные составляющие образуют *стратегическое направление экономического развития региона*.

По сути, все это представляет собой *информационные потоки*, которые существуют независимо от того, происходит ли целенаправленное формирование репутации региона или не происходит. Различие лишь в том, что в первом случае информационные потоки направляются в определенное русло и подчиняются цели развития региона, а во втором – движутся хаотично и вместо развития могут вести к деградации.

Не случайно на «круглом столе» на тему «Инвестиционная привлекательность регионов: новые аспекты – новые лидеры» (где были представлены итоги XIV рейтинга инвестиционной привлекательности регионов России, подготовленного рейтинговым агентством «Эксперт РА») было отмечено увеличение значимости таких показателей, как трудовой потенциал и развитость инфраструктуры. При этом один из главных факторов инвестиционных предпочтений докризисного прошлого – потребительский потенциал регионов – потерял свою актуальность.

По мнению некоторых экспертов, «на сегодняшний день перед регионами стоит задача разработать собственные программы по развитию конкурентоспособности», реализация которых во многом зависит от коммуникаций «между бизнесом и властью и между бизнесом и потребителем» [3].

Положение Ярославской области в представленном рейтинге (рис. 1) выявляет существенные недоработки в этой сфере и, одновременно, обнаруживает значительные предпосылки для плодотворной работы в данном направлении.

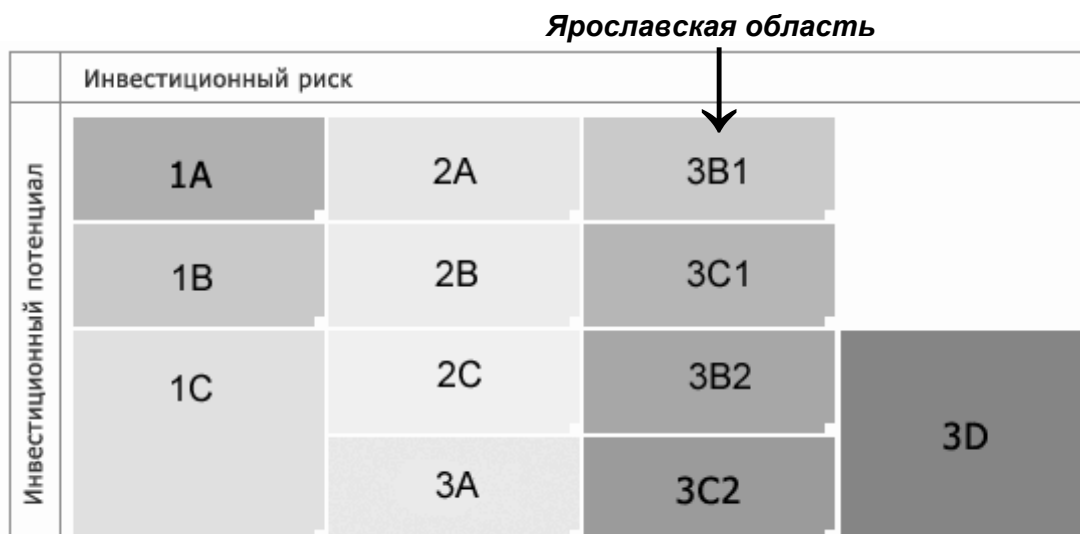


Рис. 1. Положение Ярославской области в рейтинге инвестиционной привлекательности регионов «Эксперт РА»

Попытка проанализировать эти предпосылки позволила выявить некоторые актуальные преимущества Ярославской области, формирующие базу для дальнейшего развития ее репутационного капитала. К их числу, по нашему мнению, относятся:

- 1) уникальная символика;
- 2) наличие легенды;
- 3) часть историко-культурного ядра России (историческая часть областного центра входит в список мирового культурного наследия ЮНЕСКО);
- 4) многообразие оригинальных, самобытных образов, создающих неповторимый облик отдельных муниципальных образований;
- 5) включенность в «Золотое кольцо России» и другие туристические маршруты;
- 6) туристические бренды Ярославской области и ее областного центра;
- 7) позиционирование как транспортно-распределительного узла общероссийского значения;
- 8) наличие брендовых продуктов;
- 9) научно-образовательный комплекс, предполагающий возможность формирования специалистов, обладающих ключевыми компетенциями;
- 10) наличие предприятий-акцепторов нововведений, относящихся к традиционному наукоемким отраслям: аэрокосмической, автомобильной, судостроительной, приборостроительной, химической и нефтехимической промышленности [5];
- 11) создание и использование новых, в основном патентоспособных, технологий и технических средств;

12) примеры эффективной работы предприятий малого бизнеса в сферах высоких технологий (ЗАО «Ангстрем-ИП», МЭФ «ОНИКС»);

13) значимые успехи в использовании ИКТ (информационно-коммуникационных технологий) в государственном и муниципальном управлении;

14) наличие уникальных информационных ресурсов (например, Единый справочно-информационный фонд, представляющий собой государственный корпоративный ресурс научнотехнической информации, объединяющий фонды 68 региональных центров научнотехнической информации, а также другие российские и зарубежные информационные фонды) [5];

15) основательный научно-внедренческий комплекс;

16) открытая площадка для проведения мероприятий международного и всероссийского значения (развитие соответствующей инфраструктуры; наличие позитивного опыта проведения подобных мероприятий на территории Ярославля, Рыбинска и др.).

Именно в этих направлениях, по мнению авторов статьи, предпочтительно дальнейшее последовательное развитие Ярославской области с центром в городе Ярославле.

Библиографический список

1. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г.: Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-р (в ред. распоряжения Правительства РФ от

08.08.2009 № 1121-р) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=90601>

2. Корчагин, Ю. А. Циклы развития человеческого капитала как драйверы инновационных волн. – Воронеж: ЦИРЭ, 2010 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.lerc.ru/?part=articles&art=1&page=70>

3. Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов 2009–2010 гг. : новый потенциал [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.raexpert.ru/ratings/regions/2010/>

4. Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации – Министерство связи и мас-

совых коммуникаций Российской Федерации: Утверждена Президентом Российской Федерации В. Путиным 7 февраля 2008 г., № Пр-212 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://minkomsvjaz.ru/ministry/documents/959/3257.shtml>

5. Стратегия социально-экономического развития Ярославской области до 2030 г. : Утверждена постановлением Губернатора области от 22.06.2007 № 572 в редакции постановления Губернатора области от 18.12.2007 № 1146 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.adm.yar.ru/invest/!СТРАТЕГИЯ_30!.doc