

УДК 332

JEL Classification: O18, P25

В. О. Шпильова
В. Л. Воротіна

V. O. Shpylova
V. L. Vorotina

ПОЗИЦІОНУВАННЯ РЕГІОНУ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

POSITIONING OF A REGION AS THE FACTOR OF ITS COMPETITIVE RECOVERY

На основі аналізу вітчизняних і зарубіжних джерел розглядається проблема позиціонування та конкурентоспроможності регіонів України в процесі соціально-економічного розвитку. Сформовано етапи стратегічного позиціонування регіонів. Охарактеризовано поняття «імідж території» та репутація території, наведено характеристики підходів до оцінювання рівня конкурентоспроможності регіону (території): метод активного чотирирівневого позиціонування, ранговий метод, оцінювання потенціалів регіону та оцінювання розміру і динаміки ВРП на душу населення. Сформовано основні завдання активної регіональної інноваційно-інвестиційної політики для забезпечення позиціонування регіону в системі конкурентних відносин.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентні переваги, позиціонування, позиціонування регіону, імідж території, репутація території.

Постановка проблеми. Системною особливістю сучасного економічного простору є вступ національної економіки у фазу глобалізації, що характеризується, зокрема, підвищенням ринкової активності та загостренням конкурентної боротьби між усіма суб'єктами ринкових відносин. Основою останніх стає, по-перше, лідерство в інноваційному оновленні виробництва з використанням і «суперкою» науково-технічних і технологічних розробок для утримання лідируючих позицій; по-друге, підключення до процесу формування конкурентних переваг компанії, можливостей держави, а також потенціалу регіонів і територій країни – місць розміщення і функціонування ринкових агентів. Форми і методи державної (владної) підтримки різноманітні і постійно оновлюються, формуючи основу для розвитку конкуренції між територіями (країнами, регіонами, містами) за створення більш комфортних і ефективних умов для проживання населення та розвитку бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і результатів. Теоретичним основам регіоналістики, а також аналізу та вивченню проблем і перспектив регіонального розвитку України присвячено багато робіт вітчизняних економістів, таких як Н. Ю. Буга, Б. М. Данилишин, С. І. Дорогунцов, Є. П. Качан, Я. В. Коваль, Т. Л. Миронов, Я. Б. Олійник, Д. М. Стеченко, Т. О. Стеценко та ін. У той же час наростаючі диспропорції соціально-економічного розвитку і сучасна криза в індустріальному секторі економіки вимагають розробки нових інструментів аналізу існуючих тенденцій.

Виклад основного матеріалу. Конкурентоспроможне позиціонування регіону покликане визначити поточну і цільову позицію регіону на тлі інших регіонів, а також на міжнародних ринках збуту. На основі знання різниці між поточною і цільовою позиціями стає можливим формування стратегії розвитку регіону і вибір напрямків подальшого розвитку.

Конкурентна стратегічна позиція – це співвідношення впливу факторів внутрішнього й зовнішнього середовища, під дію яких потрапляє регіон у процесі соціально-економічного розвитку.

Під стійкими конкурентними перевагами (можливостями) традиційно розуміється володіння ринковим суб'єктом «цінними або унікальними ресурсами та компетенціями, що не мають аналогів».

Позиціонування допомагає регіонам і центру побачити, на яких напрямках діяльності і ринках збуту даному регіону доцільно грати роль лідера вітчизняної економіки, на яких – діяти в режимі партнерства, а з яких – піти. Таке позиціонування передбачає виявлення пропорцій між обсягами продажів провідних (тобто, що визначають «обличчя» регіону) груп товарів на конкретних ринках збуту порівняно з провідним регіоном-конкурентом, а також визначення перспективності активних зусиль на конкретних ринках у зв'язку з рівнем їх валового внутрішнього продукту на душу населення та часткою продажів у структурі продажів регіонального товару, з урахуванням рівня розвитку ринкової та соціальної інфраструктури [1, с. 132].

Привабливість сегмента ринку оцінюється, наприклад, як відношення темпів зростання валового продукту на душу населення в даному сегменті ринку – іншому регіоні, країні до темпів його зростання в цілому в цікавому регіон-співтоваристві – групі країн, Україні (середина – темп зростання ВВП в цілому в співтоваристві). Ринкова частка цього регіону розраховується щодо регіону – провідного конкурента на даному сегменті ринку по конкретному товару або товарній групі (середина – частка, що дорівнює частці провідного конкурента) [2].

Мета позиціонування – вибір найбільш вигідних цільових сегментів ринку та визначення напрямків розвитку від нинішніх до бажаних конкурентних позицій товарів і послуг території як усередині її, так і за її межами.

Процес стратегічного позиціонування регіону можна розділити на три основні етапи: 1) визначення поточної позиції регіону на основі впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища; 2) прийняття рішення щодо цільової позиції регіону з урахуванням пріоритетних факторів; 3) визначення стратегічного вектора поведінки, що забезпечує досягнення цільової позиції регіону.

Головна проблема – розробити, прийняти і реалізувати таку стратегію, яка б не просто відповідала пріоритетам та інтересам певних груп лобіювання, а об'єктивно націлювалась на перспективні цілі регіонального розвитку з урахуванням формованої та прогнозованої економічної кон'юнктури. На вирішення цього завдання націлена концепція ключових чинників успіху (ключових компетенцій) регіонів, що розробляється останнім часом рядом західних дослідників (Ф. Котлером та ін.) на основі розробок професора Гарвардського університету Р. М. Картера [3].

Відповідно до цієї концепції для успіху регіональних спільнот в умовах глобалізованої ринкової економіки вирішальне значення має формування сукупності системних чинників, що забезпечують володіння таким набором ключових компетенцій: компетенція майстерності, тобто здатність виробляти товари і послуги у сфері матеріального виробництва на рівні вищих світових стандартів; компетенція знань, тобто здатність створювати і продавати нові знання, технології та наукомісткі продукти і послуги; компетенція зв'язків, тобто здатність створювати і продавати послуги в сфері комунікації та комутації матеріальних, інформаційних і фінансових потоків; компетенція ефективного управління регіоном як єдиною системою (корпорацією), націлена на досягнення загальних цілей провідних груп впливу; компетенція співробітництва, тобто здатність ефективно виявляти і узгоджувати інтереси різних груп впливу, стратегічних партнерів і на цій основі формулювати загальні цілі та стратегії їх досягнення; компетенція життєзабезпечення, тобто здатність створювати середовище проживання, що задовольняє і переважає очікування представників провідних груп за сукупністю важливих для них аспектів якості життя.

Один з найбільш часто вживаних стратегічних виборів регіону – це цілеспрямована діяльність по створенню, підтримці, позитивній зміні іміджу регіону.

Імідж регіону, так само як і імідж країни, формується на різних рівнях відображення життєдіяльності, але має й свої особливості. Імідж регіону більш конкретно визначається якістю функціонування розташованих на ньому суб'єктів господарювання, комунікацій, системи обслуговування та ін. Але на імідж регіону діють і більш гуманітарні, так звані «м'які» чинники, наприклад, філологічного походження.

Наприклад, у США штат Північна Дакота відносить істотну частину труднощів щодо збільшення своєї привабливості на рахунок невеликого імені, що викликає невідповідні кліматичні асоціації. Зрозуміло, що Південна Дакота в цій конкуренції явно виграє. Справа дійшла до гарячих дискусій про необхідність вилучення прикметника «північна» з назви штату.

В Україні досить активну роль у формуванні іміджу регіонів відіграють географічні, кліматичні та інші відмінності. З другого боку, імідж регіону принципово залежить від його економіки і тієї ролі, яку регіон відіграє в народному господарстві країни (донора або реципієнта), від характеру взаємовідносин із владою та іншими центральними установами й організаціями, від сформованої динаміки макроекономічних регіональних пропорцій.

Тому конкурентне позиціонування є одночасно реакцією і засобом адаптації до умов середовища для створення майбутнього регіону в контексті впливу цих умов.

Імідж території – це набір відчуттів і образних, емоційно забарвлених уявлень людей, які виникають з приводу природно-кліматичних, історичних, етнографічних, соціально-економічних, політичних та інших особливостей даної території.

Репутація території – це сукупність ціннісних переконань і раціональних думок (які об'єктивно склалися і підтверджені практикою) про території, що сформувалися у людей на основі достовірної інформації про неї, особистого досвіду взаємодії або опосередкованих контактів (комфортність проживання, безпека, соціальна захищеність, сприятливість умов для бізнесу тощо).

Формування позитивного іміджу регіону – дуже важкий та кропіткий процес, який не терпить прорахунків. Складність його полягає в тому, що будь-який негативний фактор і неправильний шаг, що виникає у соціальному, економічному або політичному житті регіону, може викликати незворотні процеси падіння показників розвитку. Імідж регіону, як і будь-який інший імідж, важко відновити. До того ж, необхідною є постійна підтримка позитивного іміджу територій, що сформувався, за допомогою традиційних і сучасних засобів передавання інформації: суспільство, засоби масової інформації, Інтернет тощо.

Зміцнення конкурентного імунітету території безпосередньо пов'язано з мобільністю компаній в даному регіоні або місті, вступом на ринок нових фірм і відходом старих, які технічно, технологічно і організаційно поступаються лідерам. Саме ефективні компанії, а не природні ресурси, стають першоджерелами створення доданої вартості в економічно розвинених країнах і регіонах, забезпечують їм успіх у глобальній конкуренції. За наявними оцінками, від 20 до 30 % приросту загальної продуктивності праці в економічно розвинених країнах припадає на фактор оборотності компаній на ринку [4, с. 220–235], [5, с. 41–44].

Імідж регіону в міжрегіональному і міжнародному просторі визначається оцінкою рівня їх конкурентоспроможності, яка може бути виконана на основі таких підходів:

1) методом активного чотирирівневого позиціонування (визначення місця і ролі регіону в різних системах з наступними рівнями, які зміцнюють його позиції: внутрішній, міжрегіональний (макрорегіональний), національний та міжнародний);

2) ранговим методом (визначення місця (рангу) регіону в системі регіонів, що зіставляються);

3) оцінкою потенціалів регіону – ресурсного, експортного, якості життя, фінансового, екологічного і організаційного;

4) оцінкою величини і динаміки ВРП на душу населення.

Щодо першого методу слід зазначити, що внутрішнє позиціонування регіону здійснюється за допомогою опитувань і анкетування, в ході яких визначається значущість регіону, його конкурентні переваги для певних цільових груп.

Міжрегіональний рівень позиціонування передбачає зіставний аналіз показників розвитку, різні регіональні рейтинги, експертні оцінки, конкурси серед регіонів і територіальних утворень що входять до їх складу [6].

При національному рівні позиціонування виконується зіставний аналіз основних показників розвитку в національному масштабі, різного роду національні рейтинги регіонів. При цьому уточнюється позиція регіону (або найбільших міст) в національному масштабі.

До методів міжнародного позиціонування, як правило, відносять інтернаціональні рейтинги за різними характеристиками та сферами розвитку, міжнародні конкурси, конференції, виставки, ярмарки, фестивалі, спеціальні міжнародні наукові дослідження.

Ранговий, другий метод оцінювання регіональної конкурентоспроможності передбачає вибір групи кількох показників, які найбільш яскраво характеризують конкурентоспроможність території в конкретному часовому періоді і відображають тенденції розвитку регіону.

Основними характеристиками третього методу ресурсного потенціалу регіону є природні ресурси і географічне положення, земельні та людські ресурси, основний капітал регіону.

У формуванні експортного потенціалу регіону слід виділити зовнішні фактори (глобальна конкуренція; міжрегіональна конкуренція всередині країни щодо виходу на зовнішній ринок; державна регіональна політика) і внутрішні (рівень економічного розвитку регіону і місткість внутрішнього ринку; економіко-географічне положення (що кореспондує з характеристиками ресурсного потенціалу).

До основних характеристик потенціалу якості життя слід віднести рівень соціального захисту, безпеки проживання і розвитку містобудування; якість культурного середовища; комунальні послуги.

Фінансовий потенціал визначають профіцит бюджету, ступінь бюджетної заборгованості, надійність фінансової сфери, параметри інвестиційного клімату. Характеристиками екологічного потенці-

алу є якість води та повітря, стан навколишнього середовища, екологічна стійкість. Основними характеристиками організаційного потенціалу виступають політична стабільність у регіоні, ефективність структур регіонального і муніципального управління та ін. [10].

Четвертий метод – оцінювання ВРП на душу населення – це такий самий масштабний фактор регіону, як і його територія, чисельність населення, заселеність, індекси промислового виробництва і показники, що відображають інвестиційну активність регіону [7, 8].

На наш погляд, такі методичні підходи, як ранговий метод, оцінювання потенціалів регіону та оцінювання ВРП є різновидом позиціонування регіону. Одночасно з цим методичні підходи – метод активного позиціонування, оцінювання потенціалів регіону, оцінювання ВРП – закінчуються визначенням рангу регіону в системі зіставленням регіонів. При цьому ВРП розглядається як результуючий показник регіональної конкурентоспроможності.

Одним із вирішальних факторів забезпечення ефективності національної економіки, завоювання регіонами України нових позицій на світовому і внутрішніх ринках є підвищення конкурентоспроможності регіонів на основі стимулювання створення і впровадження інновацій. Активізація, стимулювання інноваційної діяльності в усіх сферах життєдіяльності суспільства сприяють підйому і подальшому розвитку економіки, її технологічній і соціальній модернізації, поліпшенню якості людського капіталу, використуваного на ринку праці, підвищенню конкурентоспроможності регіонів, зростанню людського капіталу в цілому і переходу країни до інноваційної економіки.

Конкурентоспроможність регіонів значною мірою формується в результаті цілеспрямованої активної регіональної політики, яка дозволяє розглядати інвестиції та інновації як інноваційно-інвестиційні процеси, що відбуваються в економічному просторі регіону в їх єдності, як систему, яка повинна включати такі основні завдання [9]:

1. У сфері поліпшення інвестиційної привабливості регіону – координація регіональної інвестиційної політики, політики зайнятості, містобудівної та інших видів політик; залучення інвесторів шляхом посилення правових гарантій; підготовка схем і планів комплексної територіальної організації регіонів або генеральних планів міст; удосконалення оцінки інвестиційної привабливості регіону як в методичному, так і в змістовному відношенні; забезпечення інвестиційної відкритості та формування сприятливого інвестиційного іміджу регіонів.

2. У сфері підвищення інвестиційної активності – проведення активної структурної та промислової політики з метою підвищення технологічного рівня економіки; створення ефективних економічних механізмів припливу інвестицій фізичних і юридичних осіб в економіку регіону; створення механізму правового регулювання потоків інвестицій, постійне вдосконалення технології активізації інвестиційної діяльності, що включають в себе стимулюючу законодавство систему прийому та супроводу капіталу, а також комплекс заходів по зняттю адміністративних бар'єрів на шляху руху зовнішніх інвестицій.

3. У сфері розвитку інноваційного потенціалу регіону – проведення інноваційної політики, узгодженої з політикою розвитку підприємництва, політикою в галузі вищої освіти та іншими з метою створення, накопичення та використання знань в економічному розвитку; створення механізму, що забезпечує підвищення ефективності функціонування інноваційно-активних підприємств; розвиток національної та регіональних інноваційних систем.

4. У сфері формування та розвитку інституційної інфраструктури регіону – створення сприятливих умов для структурних перетворень в економіці регіону; реалізація оптимального варіанта розвитку інноваційно-інвестиційних процесів у регіоні; розвиток регіонального напрямку інформаційно-аналітичного забезпечення інноваційно-інвестиційного процесу в регіонах України; удосконалення функціонування системи адміністративних (державних та місцевих) органів і розвиток професійних інститутів по обслуговуванню інноваційних та інвестиційних ринків регіонів; активне використання заходів регулювання, спрямованих на зниження витрат і впровадження економічних стимулів підвищення якості робіт і послуг, що забезпечують створення умов діяльності інвесторів; створення економіко-правових умов для забезпечення зниження інвестиційних ризиків; створення умов для формування ефективного ринку інтелектуальної власності в інноваційній сфері.

Висновки. Розвиток конкурентоспроможності регіонів має забезпечити зростання ефективності економіки регіону і досягнення соціального прогресу. Воно відображає одну з найважливіших закономірностей регіонального управління: результативність регіонального управління полягає і прояв-

ляється в позиціонуванні регіонів у конкурентному середовищі. Результативність регіонального управління в сучасних умовах оцінюється як з позицій підвищення конкурентоспроможності регіонів у державному просторі, так і з точки зору широти і глибини входження регіону в систему зовнішньо-економічних зв'язків і процесів, що здійснюються з урахуванням зовнішніх факторів і умов.

Список використаної літератури

1. Пастернак О. І. Економічний розвиток регіону: маркетингове забезпечення : [монографія] / О. І. Пастернак; НАН України. Ін-т регіон. дослідж.; [відп. ред. П. Ю. Беленький]. – Львів, 2009. – 200 с.
2. Буга Н. Ю. Прогнозування економічного розвитку проблемних регіонів / Н. Ю. Буга // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 7. – С. 121–127.
3. Kotler Ph. Marketing places : attracting investment, industry and tourism to cities, states and nations / Ph. Kotler, D. H. Haider and I. Rein. – New-York : The Free Press, 1994.
4. Важенин С. Р. Региональная конкуренция в экономическом пространстве / С. Р. Важенин. – Екатеринбург : ИЭ УрО РАН, 2011. – 540 с.
5. Артоболевський С. С. Територіальні проблеми і держава : трансформація або деформація простору / С. С. Артоболевський // ЕКО. – 2013. – № 1. – С. 23–41.
6. Пепа Т. В. Просторовий розвиток регіональних соціально-економічних систем в контексті державної регіональної політики / Т. В. Пепа // Держава та регіони. – 2009. – № 2. – С. 17–21. – (Серія «Державне управління»).
7. Просторовий розвиток регіону : еволюція сучасних уявлень щодо сутності категорії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2518>
8. Ускова Т. В. Проблемы оценки конкурентоспособности регионов / Т. В. Ускова, А. С. Барабанов // Вопросы статистики. – 2009. – № 1. – С. 49–56.
9. Романюк С. Конкурентоспроможність регіонів : теоретичні і практичні підходи / С. Романюк // Конкурентоспроможність регіонів України: стан і проблеми : робочі матеріали до круглого столу. – К. : 28 травня 2008. – С. 46–48.
10. Шпильова В. О. Фактори конкурентного середовища регіону як підгрунтя формування стратегії регіонального розвитку / В. О. Шпильова // Формування ринкової економіки : наук. зб. – Вип. 23. – К. : Нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана, 2010. – С. 189–201. – (Серія «Економічні науки»).

References

1. Pasternak, O. I. (2009) *Ekonomicznyy rozvytok rehionu: marketynhove zabezpechennya*. Vidp. red. P. Yu. Byelyen'kyu. L'viv, 200 s.
2. Buha, N. Yu. (2007) *Prohnozuvannya ekonomichnoho rozvytku problemnykh rehioniv. Aktual'ni problemy ekonomiky*, (7), s. 121–127.
3. Kotler, Ph., Haider, D. H. and Rein, I. (1994) *Marketing places: attracting investment, industry and tourism to cities, states and nations*. New-York : The Free Press.
4. Vazhenin, S. R. (2011) *Regional'naya konkurentsya v ekonomicheskom prostranstve*. Yekaterinburg : IE UrO RAN, 540 s.
5. Artobolevs'kyu, S. S. (2013) *Terytorial'ni problemy i derzhava : transformatsiya abo deformatsiya prostoru*. *EKO*, (1), s. 23–41.
6. Peпа, T. V. (2009) *Prostorovyy rozvytok rehional'nykh sotsial'no-ekonomichnykh system v konteksti derzhavnoyi rehional'noyi polityky. Derzhava ta rehiony. Seriya. Derzhavne upravlinnya*, (2), s. 17–21.
7. *Prostorovyy rozvytok rehionu : evolyutsiya suchasnykh uyavlen' shchodo sutnosti katehoriyi* [Elektronnyy resurs]. Rezhym dostupu : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2518>
8. Uskova, T. V., Barabanov, A. S. (2009) *Problemy otsenki konkurentosposobnosti regionov. Voprosy statistiki*, (1), s. 49–56.
9. Romanyuk, S. (2008) *Konkurentospromozhnist' rehioniv : teoretichni i praktychni pidkhody. Konkurentospromozhnist' rehioniv Ukrayiny : stan i problemy: robochi materialy do kruhloho stolu*. Kyiv : 28 travnya, s. 46–48.
10. Shpyl'ova, V. O. (2010) *Faktory konkurentnoho seredovyscha rehionu yak pidgruntya formuvannya stratehiyi rehional'noho rozvytku. Formuvannya rynkovoyi ekonomiky : nauk. zb. Seriya «Ekonomiczni nauky»*, (23). Kyiv : Nats. ekon. un-t im. V. Het'mana, s. 189–201.

V. O. Shpylova, L.I. Vorotina

POSITIONING OF A REGION AS THE FACTOR OF ITS COMPETITIVE RECOVERY

The problem of positioning and competitiveness of Ukrainian regions in the process of socio-economic development, based on the analysis of domestic and foreign sources, is considered. The basic stages of strategic positioning of regions are formed. The concepts of territory image and territory reputation are characterized, the characteristics of approaches to the assessment of the level of region's (territory's) competitiveness: the method of active four-level positioning, ranking method, the evaluation of region's potential and the assessment of the size and dynamics of GRP per capita is shown. The main tasks of active regional innovation and investment policy to ensure the positioning of the region in the system of competitive relations are formed.

The development of regional competitiveness should provide increased efficiency of regional economy and social progress. It reflects one of the most important principles of regional management. Regional management performance is also evident in regional positioning in a competitive environment. The effectiveness of regional management in modern conditions is estimated both from the standpoint of improving the competitiveness of regions in public space and in terms of breadth and depth of region's entering in the system of foreign economic relations and processes that are carried out taking into account external factors and conditions.

Keywords: *competitiveness, competitive advantages, positioning, positioning of region, territory image, territory reputation.*