

УДК 332.1

JEL-index: D41, F12, P48

В. О. Шпильова
В. П. Малюков

V. O. Shpyliova
V. P. Maliukov

СТРАТЕГІЯ ТА ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕГІОНУ

STRATEGY AND FACTORS OF REGIONAL COMPETITIVENESS

У статті розглянуто фактори впливу на конкурентоспроможність регіону, форми і методи стратегічної дії на розвиток конкурентоспроможності регіону, форми взаємодії держави і недержавних суб'єктів економіки та запропоновано альтернативні шляхи реалізації стратегічної дії на регіональну економіку.

Ключові слова: конкурентоспроможність, регіони, стратегія, регіональна економіка, конкурентне середовище, регіональний маркетинг, методи економічного характеру.

Постановка проблеми. Методологія дослідження можливостей і шляхів становлення та реалізації стратегії економічних перетворень у регіоні, а також суперечностей цього процесу ставить питання про необхідність розгляду форм державного управління економічними процесами в регіоні. Вибір форм, їх поєднання і використання – об'єктивний процес, який пов'язаний з цілями стратегії та пріоритетними напрямками розвитку економіки регіону.

Актуальність обраної теми зумовлена необхідністю розгляду форм і методів стратегічної дії на розвиток конкурентоспроможності регіону, державного управління економічними процесами в регіоні, які визначають застосовність того чи іншого інструменту, ефективність його використання і необхідну ресурсну базу. Загострення проблеми конкурентоспроможності регіону спричинено обмеженістю ресурсів та конкуренцією за них між регіонами, яка вимагає підвищення рівня конкурентоспроможності з метою залучення необхідних ресурсів для соціально-економічного розвитку регіону. На сьогодні відсутня обґрунтована та загальноновизнана класифікація факторів впливу на конкурентоспроможність регіону, тому набуває актуальності проблема класифікації та обґрунтування факторів впливу на конкурентоспроможність регіону.

Мета статті полягає в дослідженні форм і методів стратегічної дії на розвиток конкурентоспроможності регіонів в умовах конкурентного середовища України.

Аналіз публікацій з даної проблеми. Дослідженню форм та методів стратегічної дії на розвиток конкурентоспроможності регіону присвячені праці зарубіжних та вітчизняних вчених-економістів, зокрема Іванченко Б. В., Купріянов Ю. С., Жуковська В., Трофімова І., Зиков Н. С., Гусаров В. С. Проте питання розвитку регіонів України в умовах конкуренції потребує більш детального дослідження.

Відзначимо, що набір форм реалізації регіональної економічної політики може бути однаковим для різних регіонів, але їх поєднання, пріоритетність, спрямованість використання залежать від соціально-економічної специфіки кожного регіону. Серед основних форм реалізації регіональної економічної політики виділимо такі:

- розробка і реалізація загальнодержавних цільових програм;
- розміщення державного замовлення на постачання продукції для суспільних потреб;
- підтримка наукомістких виробництв і розвиток високих технологій;
- участь держави в інвестиційних та інноваційних проектах;
- сприяння розвитку зовнішньоекономічних зв'язків регіону;
- створення умов для формування особливих економічних зон і технопарків.

Залежно від способу дії на агентів ринку методи регіональної політики мають адміністративний і економічний характер.

Методи адміністративного характеру зводяться до ухвалення законодавчих і нормативних актів, управління державною власністю і підприємствами, надання державних кредитів і субсидій, до ліцензування, квотування і накладення різних санкцій.

Методи економічного характеру поділяють на прямі й непрямі. До непрямих економічних методів державного регулювання відносять прогнозування, програмування, індикативне планування соціально-економічного розвитку регіону, використання податкових, бюджетно-фінансових, кредитно-

грошових засобів, антиінфляційних заходів. Серед прямих економічних методів слід зазначити приватизацію державних підприємств, а також різні форми зміни співвідношення частки державного і приватного секторів, розміщення державних підприємств у депресивних районах тощо [1].

На розвиток конкурентоспроможності регіонів в умовах конкурентного середовища впливають певні фактори. На нашу думку, фактор впливу на конкурентоспроможність регіону – це процес, явище, подія або стан певного об'єкта, що впливають на рівень конкурентоспроможності регіону. Фактори поділяються на стимулятори і дестимулятори. Стимулятори – це фактори, які позитивно впливають на конкурентоспроможність регіону, дестимулятори – негативно.

За рівнем деталізації розрізняють загальні та одиничні фактори. Загальні фактори можна деталізувати до факторів нижчого рівня. Фактори найнижчого рівня, які не піддаються подальшій деталізації, називаються одиничними.

Крім форм і методів державної дії на соціально-економічний розвиток регіону, значущими, на наш погляд, є форми взаємодії держави і недержавних суб'єктів економічних відносин, оскільки від характеру і особливостей цих взаємовідносин багато в чому залежить ефективність вирішення проблем соціально-економічного розвитку регіону.

Однією з форм взаємодії держави і недержавних елементів соціально-економічної сфери регіону є міжгалузеві і міжвідомчі інтеграції. Таке об'єднання сил, що впливають на економіку регіону, об'єктивно передбачає раціоналізацію міжфірмових і міжвідомчих зв'язків, підвищення їхньої ефективності. Аналіз підходів до розвитку економіки регіону і системи взаємодії держави та недержавних суб'єктів економіки дав змогу виділити такі форми: територіальне міжгосподарське об'єднання, корпорація розвитку регіону, регіональна фінансово-промислова група, інвестиційне та фінансово-кредитне регулювання, система регіонального маркетингу.

Об'єктами регіональної конкуренції можуть бути інвестиції, населення та споживачі товарів (послуг) регіону. Відповідно пропонуємо виділяти різновиди конкурентоспроможності регіону – інвестиційну, соціальну та товарну конкурентоспроможність.

Забезпечення становлення стратегії соціально-економічних перетворень в рамках територіального міжгосподарського об'єднання відображає потреби регіону у вдосконаленні його виробничої, фінансової, соціальної бази.

Очевидно, що як територіальні міжгосподарські об'єднання, так і корпорація регіонального розвитку – це інструменти, які могли використовуватися тільки на етапі початкового формування ринкових відносин в Україні, на перехідному етапі від планової адміністративно-командної економіки до ринкової.

Конкурентні переваги регіону – це фактори-стимулятори, вплив яких більший, або фактори-дестимулятори, вплив яких менший за значення аналогічних факторів інших регіонів.

Фактори впливу на товарну конкурентоспроможність регіону пропонується поділити на дві групи: цінові (вартість сировини та матеріалів, робочої сили, державне регулювання цін та ін.) та нецінові (якість сировини та матеріалів, кваліфікація трудових ресурсів, державні вимоги до якості продукції та ін.).

Необхідно також відзначити проблеми, що пов'язані з розвитком українських корпоративних структур і ускладнюють стратегічну дію на регіональну економіку. Аналіз рушійних сил і проблем розвитку регіональних корпорацій дозволяє зробити висновок про те, що, незважаючи на тісне переплетення цілей їх функціонування і регіонального розвитку, без належної уваги залишався розвиток соціальної сфери, оскільки її фінансування здійснювалося за залишковим принципом. Для протидії цьому процесу регіональна адміністрація утворювала з регіональними підприємствами провідних галузей олігархічні структури, маючи на меті об'єднання ресурсів. Проте це суперечило меті створення корпорації регіонального розвитку і, перш за все, інвестиційного фонду, пов'язаної з консолідацією ресурсів і управління в рамках холдингу для досягнення максимальної економічної ефективності, вдосконалення міжгосподарських зв'язків і фінансових механізмів у рамках регіонального відтворення.

Сприятливу основу для розвитку фінансової складової стратегічної дії на регіональну економіку становлять фінансово-промислові групи, адже така інтеграція є продовженням розвитку територіального міжгосподарського об'єднання [3, с. 49-50]. Спад виробництва у рамках регіону, розірвання ефективних в минулому господарських зв'язків, зниження виробничої та інвестиційної активності, руйнування соціально-виробничої інфраструктури потребувало зсувів акцентів стратегічної дії у бік саме промислового сектора регіональної економіки. На практиці це обумовлювалось домінуванням промислового сектора в структурі багатьох регіонів. Продовження спаду промислового виробництва викли-

кало консервацію негативних тенденцій у соціальній сфері регіону: деградацію матеріальної сфери соціальної інфраструктури, інерційність її ринкових перетворень, дефіцитність регіональних бюджетів, звуження можливостей інвестування.

Реалізація взаємодії держави і недержавного сектора економіки в рамках фінансово-промислових груп була викликала ще однією об'єктивною причиною, пов'язаною з тим, що галузева корпоратизація не тільки не змогла створити передумови розвитку соціальної інфраструктури регіону, але погіршила становище об'єктів соціальної сфери, що знаходяться у віданні регіональних підприємств. Раціональним кроком по подоланню таких негативних тенденцій розвитку соціально-економічних взаємовідносин у регіоні є інтеграція суб'єктів регіональної економіки на принципах, що ґрунтуються на взаємному інтересі адміністрації, промислових підприємств, банків, фінансових компаній, суб'єктів соціальної сфери.

Незважаючи на загальні завдання, що стоять перед такими регіональними інтеграційними структурами, фінансово-промислова група отримує прибуток від своєї діяльності і розподіляє його згідно з потребами учасників. Організаційний механізм становлення фінансово-промислової групи, що забезпечує реалізацію стратегічних напрямів регіонального розвитку, орієнтований на вирішення ряду пріоритетних завдань. До них можна віднести створення нової системи інвестування на основі концентрації фінансових ресурсів, коли податкові надходження до регіонального бюджету доповнюються залученням засобів сторонніх інвесторів на основі надання регіональною адміністрацією гарантії [2].

Ключова роль у становленні регіональної фінансово-промислової групи відводиться ініціативі адміністрації регіону, яка об'єднує на добровільних засадах промислові і фінансові організації регіону. Роль держави тут неминуче обмежується фінансово-кредитними можливостями адміністрації і розмірами власності, що їй належить, у виробничій, фінансовій і соціальній сферах. Оскільки в умовах скорочення присутності держави у фінансовому і реальному секторах регіональної економіки, разом з посиленням державної власності в соціальному секторі, місце адміністрації у фінансово-промисловій групі неминуче визначається націлюванням її учасників на реалізацію значущих для регіону перетворень у соціальній інфраструктурі, узгодженням їх інтересів.

Регіональна фінансово-промислова група – це спроба глибокої комерціалізації соціально-економічних взаємозв'язків у регіональному відтворювальному комплексі, з орієнтацією суб'єктів економіки регіону на споживчий попит. У той же час, на противагу територіальним міжгосподарським об'єднанням і корпораціям регіонального розвитку, становлення фінансово-промислових груп викликало зсув акцентів міжгосподарських відносин у бік «витягання» максимального доходу з будь-якого сектора, у тому числі й соціального.

Аналіз регіональних механізмів регулювання інвестиційної діяльності дозволяє систематизувати елементи і рушійні сили цього процесу. У його структурі можна виділити три напрями дії на сферу регіонального відтворення, спрямовані на раціональну мобілізацію ресурсної бази регіону: матеріально-технічний, соціально-економічний і організаційний напрями, інструментарій кожного з них зображений на рис. 1.

Цей механізм інвестиційного регулювання регіонального відтворення дозволяє представити державну дію на виробничі взаємозв'язки як регульовану складну сукупність різних процесів у соціально-економічній сфері. У їх склад неминуче включаються і зворотні зв'язки – від одержувачів інвестицій до регіональної адміністрації. Саме таким чином можлива гармонізація цілей, інструментів і результатів впливу процесу інвестування на виробничі, фінансові і соціальні взаємозв'язки в регіональному відтворенні.

На нашу думку, найпоширенішою помилкою при визначенні факторів впливу на інвестиційну привабливість є виділення показників, які є результатом минулих подій (валовий регіональний продукт, продуктивність праці), на які впливала інвестиційна привабливість у минулому. Тому ці фактори можуть мати дуже незначний вплив на привабливість регіону в теперішній час або взагалі не впливають на неї.

Фактори впливу на інвестиційну конкурентоспроможність пропонуємо розглядати по групах:

- економіко-географічне положення – положення регіону в країні, геополітичне розміщення та ін.;

- природно-екологічні – кількість і якість природних ресурсів, кліматичні умови, екологічна ситуація та ін.;

- соціально-демографічні – рівень безробіття, освітньо-кваліфікаційний рівень населення, вартість робочої сили та ін.;
- інфраструктурні – розвиток транспорту та зв'язку, розвиток фінансового сектора, розвиток торгівлі та ін.;
- економічні – забезпечення енергетичними ресурсами, місткість регіонального ринку, інноваційний розвиток та ін.;
- політико-правові – якість та стабільність законодавства, податкова система, наявність пільг для інвесторів та ін.

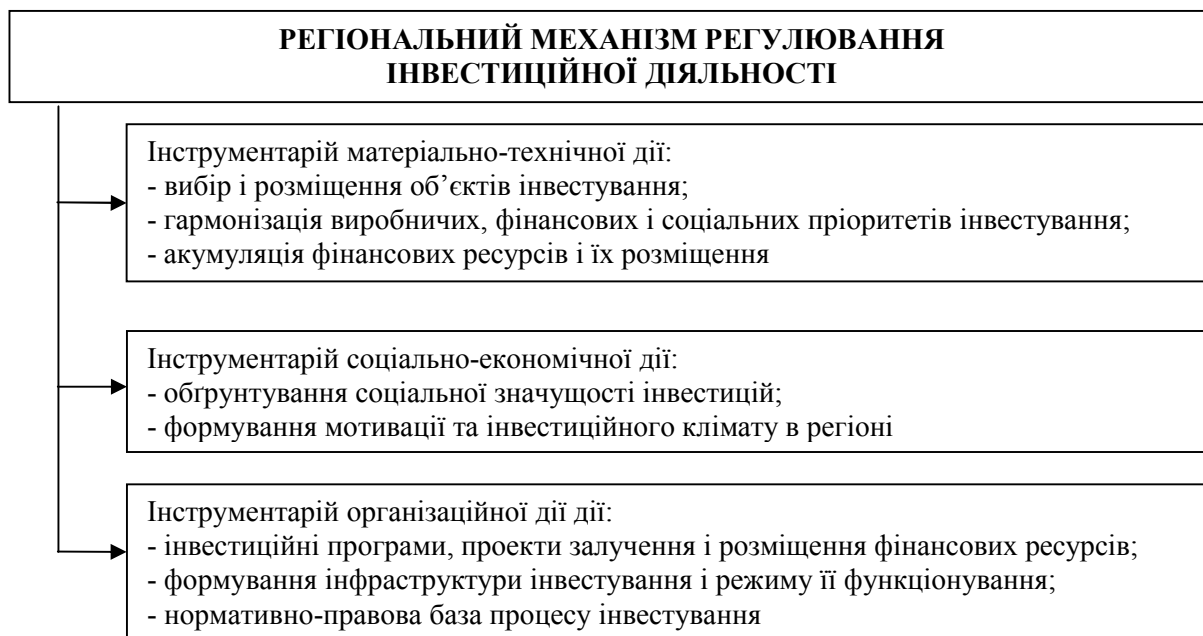


Рис. 1. Інструментарій регіонального механізму регулювання інвестиційної діяльності

Іншим альтернативним шляхом реалізації стратегічної дії на регіональну економіку є її фінансово-кредитне регулювання, оскільки до важливих життєзабезпечувальних елементів регіонального відтворювального комплексу належать комерційні банки й інші фінансові організації [7, с. 78]. Ця функціональна ринкова підсистема економіки регіону опосередкує формування, розподіл і споживання капіталу між не тільки виробничими та фінансовими, але й соціальними елементами регіональної економіки. Дія на регіональну економіку тут має характер ресурсного управління, що враховує не тільки фінансові, але й виробничі можливості регіону.

Акцентування уваги з боку держави на фінансово-кредитних взаємозв'язках у регіоні в цьому світлі виступає формою реалізації його економічних можливостей, достатніх для забезпечення розвитку не тільки виробничої, але й соціальної сфери. Ресурсна база регіону в рамках цього шляху дії неминує зазнає ринкової трансформації шляхом налагодження на використання з максимальною економічною ефективністю. При цьому разом з достатнім забезпеченням фінансовими ресурсами виробничої і соціальної сфер у рамках регіональних програм розвитку зростає роль економічних регуляторів економіки – обсягів кредитів, процентних ставок, податкових пільг та ін.

При визначенні факторів впливу на соціальну конкурентоспроможність регіону важливо розглядати не рівень життя населення, яке мешкає на певній території в даний момент, а імовірний рівень життя потенційних новопоселенців. Такі фактори, як розмір заощаджень, приріст населення не впливають на життєвий рівень у другому розумінні, оскільки є результатом минулих подій.

Фактори впливу на соціальну конкурентоспроможність регіону поділяємо на соціально-економічні (доступність житла, середня заробітна плата, криміногенна ситуація та ін.) та природно-екологічні (кліматичні умови, рівень забруднення навколишнього середовища, наявність рекреаційних природних ресурсів та ін.).

Соціальна спрямованість фінансово-кредитного регулювання соціально-економічного розвитку регіону полягає в тому, що стан фінансового сектора невіддільний від загальноекономічного поло-

ження і розвитку соціальної інфраструктури регіону. Все це, зрештою, спричиняє привабливість регіону для інвестицій, попит на кредити, регульованість кредитування й інвестування.

Організації і населення слугують джерелом кредитних та інвестиційних ресурсів, і від їхніх доходів залежать межі не тільки регіонального сукупного попиту, але й пропозиції фінансових активів.

Отже, цілями фінансово-кредитного регулювання виступає формування і стійке зростання джерел кредитних ресурсів комерційних банків, що працюють у регіоні, за умови зниження банківських ризиків, соціалізація банківської діяльності шляхом розширення пропозиції пільгових депозитів, споживчих та іпотечних позик, розвиток фінансування науково-технічних розробок і промислового лізингу. З цих цілей видно, що завдання, які стоять перед регулюванням регіонального сектора банківської системи, багато в чому «перекривають» пріоритетні напрями дії на регіональне відтворення – фінансування перспективних наукомістких проектів, житлове будівництво, підвищення споживчого попиту тощо.

Оптимізація регіонального рівня оподаткування в контексті фінансово-кредитного регулювання може відбуватися в різних напрямках:

- зсув акцентів у бік пільгового оподаткування власних коштів, що спрямовуються фірмами регіону на реалізацію соціально значущих проектів, використання для цього банківських кредитів, а також вивільнення з-під оподаткування доходів від інвестування в підприємства соціальної інфраструктури;

- введення місцевих надбавок (у межах встановлених законом розмірів або без обмежень) до діючих загальнодержавних і регіональних податків [5].

У рамках податкового інструментарію фінансово-кредитного регулювання важливим є гнучке управління дією фіскальних форм на регіональну економіку.

Значущим, на наш погляд, є розгляд концепції регіонального маркетингу як форми реалізації впливу на соціально-економічні процеси регіонального відтворення, в рамках якого регіон розглядається як корпорація, що конкурує за ресурси і за споживачів. Відповідно до сучасних підходів маркетинг регіону можна розглядати як спосіб встановлення відношень між суб'єктами ринку, що забезпечує вигідну позицію регіону стосовно ресурсів і цільових ринків, дозволяє досягти узгодження цілей та інтересів суб'єктів ринкових відносин.

Особливістю стратегії маркетингу регіону як регіональної політики є позиціонування регіону, тобто створення відмінностей від інших територій, що ґрунтуються на певних конкурентних перевагах в соціально-економічному просторі країни як конкурентоспроможного суб'єкта ринкових відносин. На основі наявних чинників конкурентоспроможності регіону, а також виявлених глобальних і національних тенденцій розвитку визначається стратегічна конкурентна перевага регіону, яка закладається в основу його маркетингової стратегії розвитку. Стратегія регіонального маркетингу регіону базується на таких принципах: узгодження інтересів суб'єктів ринкових відносин; визначення цілей маркетингу регіону; вибір цільових ринків і способу позиціонування регіону; розробка стратегії маркетингу регіону з урахуванням конкурентних переваг.

Як вже наголошувалося, конкурентоспроможність регіону виражається в створенні кращих порівняно з іншими регіонами умов для мешкання, ведення бізнесу, припливу інвестицій, а точніше - забезпечення інвестиційної, освітньої, рекреаційної привабливості, що сприяє припливу різних груп споживачів у регіон.

Тому, фактори впливу на конкурентоспроможність регіону варто розглядати окремо по кожному різновиду конкурентоспроможності, формуючи їх у групи за однорідними ознаками, що є основою для подальшого проведення оцінювання рівня конкурентоспроможності регіону.

Комплексний характер системи відносин регіонального маркетингу зумовлює угруповання його інструментарію – промислову, цінову, розподільчу політику регіону, а також систему ділових зв'язків між господарюючими суб'єктами.

Список використаної літератури

1. Агафоненко О. Ю. Определение концепций сущности конкурентоспособности регионов / О. Ю. Агафоненко // Научное пространство Европы – 2007 : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. (16–30 апр. 2007 г.). – Т. 4. Экономические науки. – Днепропетровск : Наука и образование, 2007. – С. 15–17.
2. Алімов А. Н. Конкурентоспроможність національної економіки / А. Н. Алімов, В. Н. Ємченко // НАН України. Ін-т економіки. – К., 2001. – 59 с.

3. Кейнс Дж. Общая теория занятости, процента и денег // Избранные произведения / Дж. Кейнс ; пер. с англ. – М. : Экономика, 2003. – С. 224–518.
4. Куприянов Ю. С. Качество и конкурентоспособность рабочей силы на региональном рынке труда / Ю. С. Куприянов – М., 2002. – С. 24.
5. Портер М. Э. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / М. Э. Портер ; пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – С. 97.
6. Портер М. Э. Конкуренция / М. Э. Портер ; пер. с англ. – М. : Издат. дом «Вильямс», 2005. – С. 179.
7. Рих А. Хозяйственная этика / А. Рих ; пер. с нем. В. М. Довгань; отв. ред. В. В. Сапов. – М. : Посев, 2006. – С. 80.
8. Metro Atlanta competitiveness strategy // Annual Report. – USA : Atlanta regional commission, 2014. –P. 1–9.
9. Viassone M. Regional competitive index as a tool to improve regional foresight: theory and evidence // 8th Global Conference on Business & Economics, October 18-19th. – Florence, Italy, 2008. – P. 3-32.

References

1. Ahafonenko, O. Yu. (2007) Opredeleniye kontseptsiy sushchnosti konkurentosposobnosti regionov. *Nauchnoe prostranstvo Evropy – 2007: materialy III Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (16-30 apr. 2007 g.)*. Dnepropetrovsk: Nauka i obrazovaniye, (4) Ekonomicheskije nauki, s. 15–17.
2. Alimov, A. N., Yemchenko, V. N. (2001) Konkurentospromozhnist' natsional'noyi ekonomiky. Kyiv, 59 s.
3. Keyns, Dzh. (2003) Obshchaya teoriya zanyatosti, protsenta i deneg. *Izbrannye proizvedeniya*, per.s angl. Moscow: Ekonomika, s. 224–518.
4. Kupriyanov, Yu. S. (2002) Kachestvo i konkurentosposobnost' rabochey sily na regional'nom rynke truda. Moscow, s. 24.
5. Porter, M. E. (2005) Konkurentnaya strategiya: metodika analiza otrasley i konkurentov, per. s angl. Moscow: Al'pina Biznes Buks, s. 97.
6. Porter, M. E. (2005) Konkurenciya, per. s angl. Moscow: Izdat. dom «Vil'yams», s. 179.
7. Rikh, A. (2006) Khozyaystvennaya etika, per. s nem. V. M. Dovhan'; otv. red. V. V. Sapov. Moscow: Posev, s. 80.
8. Metro Atlanta competitiveness strategy (2014). Annual Report. USA: Atlanta regional commission, pp. 1–9.
9. Viassone, M. (2008) Regional competitive index as a tool to improve regional foresight: theory and evidence. *8th Global Conference on Business & Economics*, October 18-19th. Florence, Italy, pp. 3–32.

V. O. Shpyliova, V. P. Maliukov

STRATEGY AND FACTORS OF REGIONAL COMPETITIVENESS

The purpose of the article is to study the forms and methods of strategic action on the development of regional competitiveness in a competitive environment in Ukraine.

Marketing of the region can be seen as a way to establish relationships between market players, providing an advantageous position in relation to regional resources and target markets.

The peculiarity of marketing strategy of the region as regional policy consists in the positioning of the region – a difference from other areas based on specific competitive advantages in social and economic environment of the country as the subject of a competitive market economy. The strategy of regional marketing is based on the following principles: coordination of interests of market relations; determination of marketing goals in the region; target markets and positioning mode of the region; marketing strategy development of the region on the basis of competitive advantages.

The competitiveness of the region is revealed in the creation of the best, in comparison with other regions, conditions for residence, business, investment flows, to be exact – providing investment, educational, recreational attraction that promotes the influx of various consumer groups in the region.

Therefore, impacts on the competitiveness of the region should be considered separately for each kind of competitiveness, forming them into groups according to homogeneous characteristics that are the basis for further evaluation of the competitiveness of the region.

Complex nature of the system of regional marketing relations determines the grouping of its tools – industrial, pricing, distribution policy in the region, and a system of business relations between economic entities.

Keywords: *competitiveness, regions, strategy, regional economy, competitive environment, regional marketing, economic methods.*