

ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ РІШЕНЬ ОРґАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ МАЛИХ І СЕРЕДНІХ МІСТ У ЕКОНОМІЧНІЙ СФЕРІ

© Глинський Н.Ю., 2010

Здійснено аналіз результатів дослідження рівня економічного розвитку малих та середніх міст західного економічного регіону України. На підставі цього аналізу вироблено багато узагальнених рекомендацій щодо формування економічної бази досліджуваних міст, визначено види економічної діяльності, які потребують сприяння з боку місцевої влади для подальшого прискореного розвитку.

Ключові слова: маркетинг міста, мегатовар, конкурентоспроможність, HML-аналіз.

The analysis of research results of Western Ukrainian small and middle cities economic development level are carried out in the article. On the basis of this analysis the general recommendations in relation to forming of the investigated cities economic basis are offered. Types of economic activities, which need assistance from local-self government for continuous speed-up of their development are determined.

Keywords: city marketing, megaproduct, competitiveness, HML-analysis.

Постановка проблеми. Характерною особливістю сучасного стану суспільно-економічних відносин є поширення конкуренції в усі сфери людської діяльності. Такі прояви глобалізаційних процесів, як дерегулювання ринків, інтеграція економік окремих країн лише сприяють посиленню цієї тенденції. Очевидною є присутність конкуренції за співіснування двох або більше комерційних суб'єктів, що здійснюють виробничу/торговельну діяльність у межах спільних товарних груп. Присутньою є також конкуренція між різними некомерційними суб'єктами (зокрема, такими як громадські організації, політичні партії) та адміністративно-територіальними одиницями різного рівня: країнами, регіонами, областями, окремими населеними пунктами (містами та селами).

Оскільки в ситуації переходу від „ринку продавця” до „ринку покупця” відповіддю на виклики конкуренції з боку комерційних суб'єктів стала їх орієнтація на концепцію маркетингу, цілком логічною є доцільність її поширення у всі сфери людської активності, в яких присутня конкуренція. Зокрема, сьогодні все більшої ваги набуває маркетинг у банківській сфері, енергетиці, неприбуткових організаціях тощо, а також маркетинг на рівні держави, регіону та на рівні окремих міст, які також стають суб'єктами конкуренції. У цьому контексті не є винятком й малі і середні українські міста, які сьогодні конкурують між собою за залучення інвестиційних ресурсів та/або за наявності відповідних умов, туристів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі аспекти у межах досліджуваної тематики розглядаються такими вітчизняними вченими, як Окландер М.А., Чухрай Н.І., Крикавський Є.В. (у сфері маркетингу міста); Мельник А.Ф., Шаров Ю.П., (у сфері муніципального менеджменту) Карий О.І., Пархоменко В., Мавко П.М. (у сфері стратегічного управління розвитком міста) та інші. Значний внесок у теоретичній площині зробили закордонні учені: Котлер Ф., Панкрухін А.П., Шромнік А., Фльорек М. та інші.

Однак у працях вищевказаних авторів недостатньо уваги приділено питанню застосування маркетингової концепції в управлінні економічним розвитком малих та середніх міст.

Формулювання цілей статті. Метою роботи є:

- проведення аналізу результатів дослідження інвестиційної привабливості малих і середніх міст західного економічного регіону України;
- розроблення узагальнених рекомендацій щодо формування майбутньої економічної бази досліджуваних міст.

Виклад основного матеріалу. Технології маркетингу міста спрямовують на оцінку інвестиційної привабливості муніципальних утворень порівняно з іншими населеними пунктами. Це відображає сутність маркетингового підходу управління як підходу, направлено, в широкому розумінні, на отримання вигоди від задоволення потреб споживачів способом, більш ефективним, ніж конкуренти. Отже, відносна (порівняльна) привабливість міста як об'єкта для інвестування визначається сукупністю його конкурентних переваг.

Конкурентна перевага муніципального утворення (зокрема, міста) – це його привабливість для інвестицій порівняно з іншими населеними пунктами, які по відношенню до нього є конкурентами [4, с.145]. Кожна окремо взята конкурентна перевага/слабка сторона описує певну характеристику міста, яка підлягає оцінюванню. Їх сукупність становитиме інтегральний показник конкурентоспроможності пропозиції міста.

Загалом пропозицію міста пропонуємо подавати у вигляді мегатовару міста, під яким слід розуміти матеріальний або нематеріальний елемент функціонально-просторової структури міста, який стає предметом ринкового обміну. Отже, об'єктом оцінювання конкурентоспроможності умовної «інвестиційної пропозиції» міста вважатимемо мегатовар певного міста.

Як детально описано у [1, 2], індекс конкурентоспроможності мегатовару малого/середнього міста є показником, який інтегрує в собі часткові індекси, і, зокрема, ресурсний індекс, індекс розташування та індекс відкритості.

Ресурсний індекс інтегрує в собі перелік показників, які характеризують статичну та динамічну картину рівня розвитку місцевої економіки (обсяг реалізованої промислової продукції, обсяг і темпи росту залучених прямих іноземних інвестицій, вартість робочої сили тощо). Індекс розташування характеризує відносну привабливість місця розташування малого/середнього міста по відношенню до великих міст – центрів регіонів, до важливих транспортних комунікацій, наявність митних переходів у відносній близькості від міста. Індекс відкритості на підставі результатів сумування оцінок експертів показує рівень готовності місцевої влади до взаємовигідної співпраці із місцевим підприємницьким сектором та потенційними інвесторами.

Кожна із вищезгаданих величин, як результат опрацювання певного інформаційного масиву, сама по собі становить окремий об'єкт аналізу. На підставі такого аналізу є можливим вироблення рекомендацій стосовно діяльності органів місцевого самоврядування, як основних суб'єктів маркетингу міста з управління економічним розвитком міста.

Об'єктом дослідження нами обрано міста обласного значення західного економічного регіону України, усі з яких потрапляють у категорії малих та середніх міст (згідно із класифікацією, поданою у чинних ДБН).

Чинники зовнішнього та внутрішнього середовищ, які визначають тенденції розвитку малих і середніх міст західного економічного регіону України, є до такої міри індивідуальними у кожному окремому випадку, що значно ускладнюють вироблення узагальнених рекомендацій, актуальність яких була б достатньою для того, щоб слугувати збірним поняттям для міст, згрупованих попередньо за певними (наприклад, за соціально-економічними) параметрами. Підґрунтя для таких рекомендацій вбачаємо у результатах рейтингування міст за методикою, детально описаною у [2, 3].

При цьому зазначимо, що розрахунок, передбачений методикою, проводився лише стосовно попередньо визначеної «ідеальної» суперпозиції економічних показників, кожен з яких повинен був мати максимальне по відношенню до інших об'єктів оцінювання значення. Це, своєю чергою, не дає можливості обґрунтованого трактування кожного із аналізованих міст як об'єктів з певним (більш високим чи низьким) рівнем конкурентоспроможності, оскільки зміст показника конкурентоспроможності передбачає оцінювання порівняно визначеного кола конкурентів.

Враховуючи це, доцільним бачиться проведення подальшого поділу досліджуваних міст на групи за рівнем конкурентоспроможності. При цьому цей поділ слід проводити в такий спосіб, щоб критерій віднесення кожного окремо взятого міста до тієї чи іншої групи ґрунтувався на порівняльному аналізі виключно величин, розрахованих стосовно аналізованих міст.

Для проведення поділу із врахуванням вказаних вимог введемо поняття НМЛ-аналізу (від абревіатури англійських слів *high* – високий, *medium* – середній, *low* – низький). Згідно з авторським підходом, суть цього методу полягатиме у поділі міст на групи із високим, середнім та низьким рівнем конкурентоспроможності їхнього мегатовару із використанням коефіцієнта варіації часток розрахованих індексів (як часткових, так і інтегрального індексу конкурентоспроможності) від загальної їх суми.

Отже, коефіцієнт варіації розраховуватиметься так:

$$n = \frac{\sqrt{\left(\frac{I_k}{\sum_{i=1}^k I_k} - \frac{1}{k}\right)^2}}{\frac{\sum_{i=1}^k I_k}{k}} * 100\% \quad (1)$$

де k – кількість досліджуваних міст; I_k – ресурсний індекс/індекс розташування/індекс відкритості/інтегральний індекс конкурентоспроможності мегатовару k -го міста.

Як відомо, коефіцієнт варіації характеризує однорідність сукупності даних, тобто надійність та типовість середньої величини [5, с. 73]. При цьому сукупність вважається однорідною, а середня – типовою, коли коефіцієнт варіації не перевищує 33 %.

Враховуючи це твердження, міста, коефіцієнт варіації часток розрахованих індексів яких буде меншим або дорівнюватиме 33 %, будуть належати до групи міст із середнім рівнем конкурентоспроможності (для $I_{\text{конкур}}$) чи привабливості (у разі часткових індексів $I_{\text{в-я}}$, $I_{\text{розташ}}$ та $I_{\text{відкр}}$). Міста, у випадку яких коефіцієнт варіації цих величин буде більшим за граничні 33 %, належатимуть до групи міст із високим або низьким рівнем конкурентоспроможності/привабливості залежно від того, чи відповідний частковий/інтегральний індекс мегатовару даного міста є більшим чи меншим від середнього значення.

Результати розрахунку першого показника подано у табл. 1.

Таблиця 1

Результати HML-аналізу за ресурсним індексом

№ з/п	Місто	Показники			
		$I_{\text{в-я}}$	Частка від суми $I_{\text{в-я}}$	Коефіцієнт варіації	Клас (група)
1	Трускавець	0,61	8,73	65,9	Н
2	Моршин	0,537	7,69	46,1	Н
3	Яремче	0,445	6,37	21,0	М
4	Мукачеве	0,406	5,81	10,4	М
5	Дрогобич	0,404	5,78	9,8	М
6	Хуст	0,386	5,53	5,1	М
7	Калуш	0,384	5,50	4,5	М
8	Самбір	0,382	5,47	3,9	М
9	Коломия	0,382	5,46	3,8	М
10	Нововолинськ	0,361	5,16	1,9	М
11	Стрий	0,347	4,97	5,5	М
12	Новий Розділ	0,347	4,96	5,7	М
13	Червоноград	0,337	4,82	8,5	М
14	Острог	0,293	4,20	20,3	М
15	Дубно	0,293	4,19	20,4	М
16	Ковель	0,285	4,09	22,4	М
17	Болехів	0,275	3,94	25,2	М
18	Борислав	0,259	3,70	29,6	М
19	Володимир-Волинський	0,254	3,63	31,0	М
	Сума	7,13	100,00	-	-

Джерело: власна розробка автора.

Як можемо побачити з табл. 1, лідерами серед досліджуваних міст за ресурсним індексом є такі міста, як Трускавець ($I_{\text{в-я}}=0,61$), Моршин ($I_{\text{в-я}}=0,54$). Водночас найслабші позиції тут займають Болехів ($I_{\text{в-я}}=0,28$), Володимир-Волинський ($I_{\text{в-я}}=0,25$) і Борислав ($I_{\text{в-я}}=0,26$).

Звертає на себе увагу те, що найвищі оцінки у межах обчислення ресурсного індексу отримали міста, лівова частка містоформуєчих галузей яких зосереджена на використанні місцевого рекреаційного потенціалу (табл. 1). Отже, концентрація природних ресурсів, сприятливих для розвитку лікувально-оздоровчого, відпочинкового та спортивного видів туризму, значною мірою визначила тенденції розвитку цих міст. Цілком зрозуміло, що підтримання позитивного характеру цих тенденцій повинно передбачати діяльність місцевої влади з розвитку та зміцнення існуючого іміджу міст як туристично-рекреаційних центрів. ОМС повинні докладати максимальних зусиль для сприяння місцевим приватним ініціативам та залучення як вітчизняних, так і закордонних інвесторів для розвитку місцевої туристичної інфраструктури, покращання якості послуг, що надаються у межах обслуговування туристичних потоків.

Невисокі показники ресурсного індексу таких міст, як Болехів, Борислав Володимир-Волинський, пояснюються передусім низькою продуктивністю праці їхніх промислових комплексів, слабкою інвестиційною активністю місцевих підприємств, незначними обсягами залучення прямих іноземних інвестицій в економіку цих міст. Опосередковано це вказує на негативний вплив, який справляє протягом останніх років залежність їхньої економіки від «традиційних» для цих міст видів економічної діяльності.

Місцевим органам влади слід усвідомлювати те, що успішність діяльності основних містоутворювальних підприємств не є явищем в часі сталим, не залежним від ймовірного негативного впливу чинників зовнішнього середовища. Навпаки, в умовах ринку, на відміну від адміністративно-командної системи організації економіки, збільшуються ризики діяльності господарюючих суб'єктів, що, своєю чергою, підвищує ризики стійкості територіальних економічних систем, якими, зокрема, є також й економічні системи окремих міст. Тому необхідним бачиться використання вищезазначеними містами широкого інструментарію стимулювання економічної активності з метою розширення їх економічної бази. Це б частково уможливило

зменшити залежність успішності місцевого економічного розвитку від ефективності діяльності існуючих у цих містах великих підприємств.

Підсумки розрахунку індексів розташування досліджуваних міст вказані у табл. 2. Слід при цьому зазначити, що результати цих розрахунків потрібно розглядати в контексті розгорнутих результатів проміжних розрахунків індексів $I_{\text{бл-норм}}$, $I_{\text{мп}}$ та $I_{\text{тк}}$, які є складовими індексу розташування [1].

Таблиця 2

Результати НМЛ-аналізу за індексом розташування

№ з/п	Місто	Показники			
		$I_{\text{розташ}}$	Частка від суми $I_{\text{розташ}}$	Коефіцієнт варіації	Клас (група)
1	Стрий	0,882	10,56	100,7	Н
2	Моршин	0,732	8,77	66,6	Н
3	Мукачеве	0,725	8,68	64,9	Н
4	Ковель	0,724	8,67	64,7	Н
5	Новий Розділ	0,583	6,98	32,7	М
6	Самбір	0,542	6,49	23,3	М
7	Дубно	0,524	6,27	19,2	М
8	Червоноград	0,521	6,24	18,5	М
9	Дрогобич	0,465	5,57	5,9	М
10	Трускавець	0,403	4,82	8,3	М
11	Володимир-Волинський	0,387	4,63	12,0	М
12	Болехів	0,351	4,21	20,0	М
13	Нововолинськ	0,349	4,17	20,7	М
14	Борислав	0,347	4,16	21,0	М
15	Хуст	0,336	4,02	23,7	М
16	Калуш	0,140	1,67	68,2	L
17	Острог	0,120	1,44	72,6	L
18	Коломия	0,118	1,41	73,2	L
19	Яремче	0,102	1,23	76,7	L
	<i>Сума</i>	8,35	100,00	-	-

Джерело: власна розробка автора.

Зокрема, відносний рівень близькості до обласних центрів ($I_{\text{бл-норм}}$) відображає зручність розташування малого та/або середнього міста стосовно великих міст, опосередковано тим самим вказуючи на привабливість розташування в межах цього міста підприємства, потенційні ринки збуту якого знаходяться у великих містах, розміщених в безпосередній близькості від нього.

На відміну від $I_{\text{бл-норм}}$, наявність та кількість митних переходів (митних пунктів) у відносній близькості від міста ($I_{\text{мп}}$) вказують (з точки зору географічного розташування) на привабливість розміщення виробничих підприємств експортоорієнтованих галузей.

Рівень інтегрованості міста в міжнародні транспортні коридори ($I_{\text{тк}}$), у вузькому розумінні змісту цього показника, відображає зручність транспортного сполучення аналізованого малого або середнього міста з іншими населеними пунктами, при цьому – не лише українськими.

Як свідчать дані, вказані у табл. 2, найвищими показники індексу розташування є у таких міст, як Стрий ($I_{\text{розташ}}=0,88$), Ковель ($I_{\text{розташ}}=0,72$), Мукачево ($I_{\text{розташ}}=0,72$) і Моршин ($I_{\text{розташ}}=0,73$). Найслабшими у цій сфері оцінювання є позиції міст Яремче ($I_{\text{розташ}}=0,10$), Острог ($I_{\text{розташ}}=0,12$), Коломия ($I_{\text{розташ}}=0,12$) і Калуш ($I_{\text{розташ}}=0,14$).

Висока позиція за цим показником у випадку Стрия, Ковеля та Мукачева пояснюється близькістю міста до важливих митних переходів, які з'єднують Україну з Угорщиною, Польщею та Словаччиною, а також те, що місто знаходиться в межах проходження пан'європейських транспортних коридорів. Очевидно, це повинно стати однією із основних конкурентних переваг цих міст, на якій, в межах зусиль щодо залучення інвестицій в місто, повинен робитись наголос. Адже так звана позиція розташування міста «скраю», якщо розглядати її лише в межах вітчизняного ринку, може (і навіть повинна) розглядатись також як позиція, яка дає потенційному інвестору можливість виходу на значно ширший за місткістю і з цієї точки зору привабливіший ринок країн Європейського Союзу з одночасною можливістю використання переваг, притаманних Україні в контексті міжнародного поділу праці.

На відміну від попереднього випадку, зміст поняття зручності розташування у випадку таких міст, як Новий Розділ, Стрий, Дубно, більшою мірою зумовлюється близькістю великих міст–обласних центрів, які є

потенційними ринками збуту для місцевих підприємств ($I_{\text{бл-норм}}$), а також зручним транспортним сполученням з іншими населеними пунктами загалом ($I_{\text{мп}}$). Таку оцінку міст під час аналізу цінності їх розташування також слід трактувати як перевагу, яка є додатковим позитивним аргументом у конкурентній боротьбі цих міст за обмежені інвестиційні ресурси. Адже можливе розташування підприємств у вищезгаданих містах забезпечує їм додаткові вигоди (пов'язані насамперед із оптимізацією логістичних витрат) у разі доступу їх як на вітчизняний, так і на закордонні ринки збуту.

Низька, враховуючи результати розрахунку $I_{\text{розташ}}$, оцінка зручності розташування міст потребує врахування цієї характеристики мегатовару міста як його слабкої сторони. При цьому такі міста, як Борислав, Ковель, Калуш та інші до них подібні, потрібно розглядати як міста з інвестиційним потенціалом у галузях, що ґрунтуються на використанні місцевих природних ресурсів (Червоноград, Калуш, Трускавець) та/або кваліфікованої робочої сили (Борислав, Дрогобич, Калуш).

Щодо індексу відкритості, результати його обрахунку в межах досліджуваних міст дещо відрізняються й на фоні попередніх часткових коефіцієнтів інтегрованого індексу конкурентоспроможності (табл. 3).

Таблиця 3

Результати НМЛ-аналізу за індексом відкритості

№ з/п	Місто	Показники			
		$I_{\text{відкр}}$	Частка від суми $I_{\text{відкр}}$	Коефіцієнт варіації	Клас (група)
1	Коломия	0,94	8,09	53,6	Н
2-3	Ковель	0,90	7,73	46,8	Н
2-3	Моршин	0,90	7,73	46,8	Н
4	Дрогобич	0,89	7,61	44,6	Н
5	Дубно	0,86	7,37	40,1	Н
6	Мукачево	0,85	7,25	37,8	Н
7-8	Болехів	0,81	6,90	31,0	М
7-8	Стрий	0,81	6,90	31,0	М
9	Володимир-Волинський	0,75	6,42	22,0	М
10	Трускавець	0,64	5,47	3,9	М
11	Нововолинськ	0,57	4,88	7,4	М
12	Калуш	0,53	4,52	14,1	М
13	Червоноград	0,46	3,92	25,4	М
14	Острог	0,40	3,45	34,5	L
15-16	Новий Розділ	0,36	3,09	41,3	L
15-16	Хуст	0,36	3,09	41,3	L
17	Самбір	0,25	2,14	59,3	L
18	Борислав	0,24	2,02	61,6	L
19	Яремче	0,17	1,43	72,9	L
	Сума	11,68	100,00	-	-

Джерело: результати дослідження автора.

Необхідно відмітити, що для розрахунку індексу відкритості бралися до уваги дії місцевої влади у сферах організування, планування та реалізації власних завдань. При цьому додатковою вимогою відбору була факультативність застосування таких дій у практиці діяльності ОМС, оскільки це повинно свідчити про їх виконання не під тягарем вимог, поставлених «зверху» (як, наприклад, обов'язок щорічного формування програм соціально-економічного розвитку чи вимога мінімум один раз на рік проведення громадських слухань тощо), а за власної ініціативи, усвідомлюючи, як закладається їхня роль, яку повинні ці дії відіграти для підвищення ефективності процесу управління місцевим економічним розвитком.

Як бачимо з табл. 3, найвищі оцінки за індексом відкритості отримали міста Коломия ($I_{\text{відкр}}=0,94$), Мукачево ($I_{\text{відкр}}=0,90$), Моршин ($I_{\text{відкр}}=0,90$), Ковель ($I_{\text{відкр}}=0,90$). Порівняно низькими є оцінки у випадку міст Яремче ($I_{\text{відкр}}=0,22$), Борислав ($I_{\text{відкр}}=0,29$) і Самбір ($I_{\text{відкр}}=0,31$). Звертає на себе увагу також те, що загальний рівень оцінок за цим індексом є вищим порівняно з $I_{\text{в-я}}$ та $I_{\text{розташ}}$. Отже, це слід трактувати як позитивні тенденції змін у способі мислення представників місцевої влади малих і середніх міст стосовно власної ролі у сфері управління містом і сприйняття рівня відповідальності власних дій та рішень по відношенню до наслідків діяльності, зокрема в економічній сфері.

З огляду на специфіку вибірки респондентів, вищевказані висновки обмежуються їх проекцією лише на управлінську ланку ОМС. Однак саме ініціатива «згори» у подібного роду справах є хоча і не достатньою, проте необхідною умовою успішності.

На підставі інтегрування часткових індексів, згідно із запропонованою в [1] методикою, здійснюється обрахунок основних параметрів багатокутників конкурентоспроможності мегатоварів досліджуваних міст. Результати цих розрахунків подано у табл. 4.

Таблиця 4

Результати HML-аналізу за інтегральним індексом конкурентоспроможності

№ з/п	Місто	Показники			
		$I_{\text{конкур}}$	Частка від суми $I_{\text{конкур}}$	Коефіцієнт варіації	Клас (група)
1	Трускавець	0,403	17,11	225,1	Н
2	Моршин	0,294	12,49	137,4	Н
3	Мукачево	0,156	6,65	26,3	М
4	Яремче	0,156	6,64	26,2	М
5	Дрогобич	0,153	6,51	23,7	М
6	Нововолинськ	0,152	6,48	23,0	М
7	Калуш	0,138	5,88	11,7	М
8	Коломия	0,137	5,81	10,4	М
9	Стрий	0,118	5,04	4,3	М
10	Хуст	0,104	4,43	15,9	М
11	Самбір	0,104	4,42	16,1	М
12	Червоноград	0,080	3,38	35,7	L
13	Ковель	0,065	2,78	47,2	L
14	Володимир-Волинський	0,055	2,35	55,4	L
15	Борислав	0,051	2,19	58,4	L
16	Острог	0,050	2,13	59,5	L
Продовження таблиці 4					
17	Дубно	0,049	2,07	60,7	L
18	Новий Розділ	0,049	2,06	60,8	L
19	Болехів	0,037	1,58	69,9	L
	<i>Сума</i>	2,35	100,00	-	-

Джерело: результати дослідження автора.

Результати розрахунків, відображені у табл. 4, засвідчують лідерство за інтегрованим індексом конкурентоспроможності мегатоварів міст – туристично-рекреаційних центрів.

Зокрема, Трускавець і Моршин отримали за цим показником, порівняно з рештою міст, значно вищі оцінки, що є наслідком загалом високого рівня їх оцінок в перерізі конкретних показників та, як проміжний підсумок, високого рівня часткових індексів $I_{\text{в-я}}$, $I_{\text{розташ}}$ та $I_{\text{відкр}}$.

Містами-аутсайдерами є Болехів, Борислав, Володимир-Волинський, Дубно, Новий Розділ.

Для вимірювання рівня впливу на інтегральний індекс таких його складових, як індекс розташування та індекс відкритості, здійснимо зіставлення результатів розрахунків ресурсних індексів досліджуваної вибірки міст із аналогічними результатами розрахунку індексів їх конкурентоспроможності.

Як показує порівняльний аналіз даних, відображених у табл. 1 та 4, хоча найслабші та найсильніші позиції залишилися майже повністю незмінними, однак відбулися зміни у розміщенні міст, які займають середину списку. Зокрема, свій відносний статус підвищили Володимир-Волинський (+5п.), Нововолинськ (+4 п.), Ковель (+3 п.). Спустились вниз за рейтингом такі міста, як Новий Розділ (-6 п.), Хуст (-4 п.), Самбір (-3 п.).

Покажемо те, що за умовного групування міст за структурою економічної бази та між рівнем конкурентоспроможності прослідковується доволі чітка залежність. Так, значний збіг спостерігається у випадку міст, віднесених за результатами HML-аналізу до групи «Н» – її повністю формують міста – туристично-рекреаційні центри. Водночас міста – центри переробки сільськогосподарської продукції – це міста, конкурентоспроможність мегатовару яких оцінена як низька (група «L»: Болехів, Володимир-Волинський, Дубно). Більшість міст із розвинутою промисловою функцією отримали за цим показником середні оцінки (група «M»: Мукачево, Нововолинськ, Калуш, Стрий, Червоноград та ін.).

Загалом вищевказані результати розрахунків слід трактувати як підсумки комплексного оцінювання відносної цінності мегатовару міста для його користувача – потенційного та/або існуючого інвестора. Це, згідно із авторським підходом, становитиме вихідну інформацію для подальшого управління маркетинговою діяльністю малого/середнього міста на підставі обраних індикаторів (у цьому випадку – інтегрального індексу, часткових індексів та попередньо розрахованих відносних показників).

Висновки та перспективи подальших досліджень. У межах маркетингового управління містом пропонується використовувати принципи індикативного планування та управління. Це дасть змогу розробляти і впроваджувати адекватні й ефективні регулятори, що забезпечать процеси маркетингового управління більшою прогнозованістю, прозорістю, відкритістю, а отже, придатністю для моніторингу і відстеження ефективності та функціональної цілеспрямованості.

Кожен із розрахованих індикаторів як результат опрацювання певного інформаційного масиву є окремим об'єктом короткострокового (до 1 р.) та довгострокового (3–10 рр.) планування. На його підставі здійснюється моніторинг та управління економічною системою міста шляхом впливу на формування економічної бази міста та позиціонування його мегатовару на підставі основних конкурентних переваг. Вагома роль у цьому процесі повинна відводитись відслідковуванню тенденцій, що відбуваються у зовнішньому середовищі: зміни, які в ньому настають, в подальшому можуть, з одного боку, спричинити стагнацію певних видів економічної діяльності міста, а з іншого, – сприяти прискореному розвитку нових видів економічної діяльності із високою доданою вартістю їх готової продукції.

У контексті вищесказаного перспективним напрямом подальших досліджень бачиться розроблення інформаційного підґрунтя для формування детальної схеми цілепокладання в межах середньо- та довгострокового планування економічного розвитку малого/середнього міста.

1. Глинський Н.Ю. Оцінювання маркетингової діяльності на рівні міста на підставі інтегрального показника конкурентоспроможності / Н.Ю. Глинський // Вісник наукових праць з економіки «Прометей». – 2009. – №2. – С. 137–142. 2. Глинський Н.Ю. Теоретичні та прикладні аспекти розроблення методики оцінювання ефективності маркетингової діяльності на рівні міста / Н.Ю. Глинський // Вісник НУ «Львівська політехніка» «Проблеми економіки та управління». – 2009. – №640. – С. 55–63. 3. Державні будівельні норми [WWW document]. URL http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/FIN2206.html. 4. Мельник А.Ф. Муниципальный менеджмент: навч. посібник / А.Ф. Мельник, Г.Л. Монастирський, О.П. Дудкіна. – К.: Знання, 2006. – 423 с. 5. Шаранов О.Д. Системний аналіз / О.Д. Шаранов, Л.Л. Терехов, С.П. Сіднев. – К.: Вища шк., 1993. – 303 с.

УДК 338.241.2

Н.І. Горбаль, О.І. Дорош

Національний університет “Львівська політехніка”

ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

© Горбаль Н.І., Дорош О.І., 2010

Проаналізовано сутність поняття «конкурентоспроможність (КСП) регіону», окремі підходи до її оцінювання та описано рівень КСП Львівщини в 2010 р. порівняно з іншими регіонами України та основними країнами світу за рейтингом ВЕФ.

Ключові слова: конкурентоспроможність регіону, Індекс глобальної конкурентоспроможності.

In the article the definition of the term “competitiveness of the region”, some approaches to its estimation are analyzed and the level of competitiveness of Lviv region comparing to other regions and countries in the year 2010 as to the estimation of the WEF is described.

Keywords: competitiveness of the region, Global competitiveness index.

Постановка проблеми. Досвід країн із розвинутою економікою засвідчує значну роль регіонів у досягненні міжнародної КСП країни та її підприємств-виробників, адже розвиток регіонів забезпечує можливість стійкого розвитку економіки загалом. Якщо країна намагається здобути глобальні конкурентні переваги, то необхідна відповідна стратегія КСП як на загальнонаціональному, так і на регіональних рівнях. А в умовах несформованої ринкової економіки в Україні такий фактор має особливий вплив.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання підвищення КСП країн, регіонів, галузей, підприємств, товарів є об'єктом дослідження багатьох науковців, зокрема: Л.Л. Антонюк, Базилюк Я.Б., А.Е. Воронкової, Р.А. Довбуша, В.Д. Жука, Ю.Б. Іванова, О.С. Кузьміна, Д.А. Максим'юка, В.А. Павлової, О.Д. Павловської, І.О. Піддубного, М. Портера, В.І. Савчука, Д.А. Коржа, І.Ю. Сіваченка, Р.А. Фатхутдінова, О.Б. Чернеги, В.Г. Шинкаренка, О.С. Шнипка, у працях яких висвітлено сутність, особливості, методики