

ВИЗНАЧЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСАД КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕГІОНУ

© Ярошевич Н.Б. 2006

Обґрунтовано необхідність розробки та реалізації Стратегії регіонального розвитку на засадах конкурентоспроможності регіону, а не конкурентоспроможності регіональної економіки; обґрунтовано необхідність розмежування цих понять. Конкурентоспроможність регіону визначається конкурентоспроможністю економіки регіону, конкурентопридатністю ресурсів, певним рівнем соціальних стандартів життя населення та збалансованості територіального розвитку.

In the article the basic attention is inverted to the problems of creating the regions development Strategy's, witch based on region competitiveness position. The terms region's competitiveness and region's economic competitiveness are analyzed and divided in the article. The region's competitiveness determine of region's economic competitiveness, and resources competitiveness, high degree of social standards of life, and high degree of equal territorial development.

Постановка проблеми і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Як відомо, у зв'язку з глобалізацією світової економіки, значним загостренням конкуренції та швидким розвитком інноваційних технологій, з метою пошуку пріоритетів економічного розвитку регіону, створення і розвитку стійких конкурентних переваг розробляються Стратегія економічного і соціального розвитку України та Стратегії економічного і соціального розвитку регіонів. Базовими документами для їх здійснення є розпорядження Президента України від 21.12.2001 р. № 372 “Про підготовку проекту Стратегії економічного і соціального розвитку України на 2002–2011 роки”; розпорядження Президента України від 08.11.2002 р. №385 “Про розроблення проекту Стратегії економічного та соціального розвитку України до 2011 року”; наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 29.07.2002 р. № 224 “Про затвердження Методичних рекомендацій щодо формування регіональних стратегій розвитку” тощо.

Оскільки основною місією розробки Стратегії економічного і соціального розвитку регіону є забезпечення добробуту мешканців регіону, що передбачає не лише сталий розвиток економіки регіону, але й забезпечення соціальної складової, метою розробки та реалізації Стратегії має бути забезпечення конкурентоспроможності регіону, а не тільки конкурентоспроможності регіональної економіки. Для цього необхідно передусім розмежувати поняття “конкурентоспроможність регіону” та “конкурентоспроможність регіональної економіки”.

Аналіз останніх досліджень і публікацій за темою. Дослідженню індикаторів конкурентоспроможності країн і регіонів розглядають праці багатьох зарубіжних (Портера М.Е., Вогана Роджера Дж. та ін.) та вітчизняних (Шниркова О.І., Іванова Ю.Б., Колодинського С.Б. та ін.) дослідників.

Причому праці багатьох вітчизняних авторів, що досліджують забезпечення конкурентоспроможності економіки держави чи регіону, фактично розглядають забезпечення конкурентоспроможності підприємств країни чи регіону; праці інших вітчизняних авторів – забезпечення конкурентоспроможності регіональних господарських комплексів (кластерів). Формування підходу до визначення факторів конкурентоспроможності підприємства чи вертикально-інтегрованих економічних систем розглядають праці вітчизняних та зарубіжних дослідників (Азоева Г.К., Челенкова А.П., Куликова В.Г., Фатхудинова Р.А., Прудюса Ю.И., Скударя Г.М., Чернеча О.Б.,

Іванова Ю.Б., Богачева Р.М та ін.), в той час, як проблемі визначення факторів конкурентоспроможності регіонів приділяється порівняно мало уваги.

Багато вітчизняних авторів, які у своїх працях використовують поняття конкурентоспроможності регіону [1], конкурентоспроможності економіки регіону, конкурентоспроможності адміністративно-територіальних одиниць чи регіональних господарських комплексів [2] фактично їх ототожнюють.

Вітчизняні підходи до управління конкурентоспроможністю регіону переважно спираються на окремі системи і чинники, в той час, як комплексного погляду на них не сформовано.

Цілі статті. Визначення основних засад конкурентоспроможності регіону, розмежування поняття конкурентоспроможності регіону та конкурентоспроможності регіональних господарських комплексів.

Виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Як стверджують дослідники та підтверджує практика, в сучасних умовах головним критерієм ефективності діяльності суб'єкта є його конкурентоспроможність. Конкурентоспроможність є дуже багатограним складним поняттям, яке має різне тлумачення в літературі і трактується неоднозначно (таблиця).

Визначення поняття “конкурентоспроможність” у вітчизняній і зарубіжній літературі

№ з/п	Визначення	Автори	Джерело
1	Конкурентоспроможність виробника (фірми) являє собою відносну характеристику, що відображає відмінності процесу розвитку даного виробника від виробника-конкурента, як за ступенем задоволення своїми товарами чи послугами конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності	Єрмолов М.О.	[3, с. 239]
2	Конкурентоспроможність підприємства можна визначити, як його порівняльну перевагу по відношенню до інших підприємств галузі	В.Г. Гамаюнов В.В. Дорофієнко С.Ф. Поважний	[4, с. 397]
3	Конкурентоспроможним є підприємство, яке тривалий час може залишатися прибутковим в умовах відкритої економіки	Ю.Н. Пахомов, Д.Г. Лук'яненко Б.В. Губський М.І. Круглов	[5, с. 17]
4	З погляду системного підходу, конкурентоспроможність може бути представлена у вигляді властивості виробничо-економічних систем (підприємств) змінювати траєкторію руху чи намічений режим функціонування в процесі збереження, розвитку уже наявних або створення нових конкурентних переваг	Ю.Б. Іванов	[6, с. 26–29]
5	Конкурентоспроможність – стан економічного суб'єкта, що проявляється під час економічної діяльності, в результаті якої і можна зробити висновок про ступінь його конкурентоспроможності	В. Петров	[7, с.4-5]
6	Конкурентоспроможність – комплексна характеристика діяльності підприємства, що ґрунтується на аналізі виробничо-господарської діяльності, яка дає змогу визначити “сильні сторони” підприємства у конкурентній боротьбі і знайти досягнення переваг над конкурентами	А. Маренич І. Астахова	[8, с. 23]
7	Конкурентоспроможність – це ознака, що притаманна об'єкту і характеризує ступінь реального чи потенційного задоволення ним конкретної потреби порівняно з аналогічними об'єктами, що представлені на ринку	Л.С. Кутідзе	[1, с. 104]

Складність визначення поняття “конкурентоспроможність регіону” зумовлена багатоаспектністю поняття конкурентоспроможність

Термін “конкуренція” етимологічно походить від латинського слова “concurrentia”, що в перекладі означає “зіткнення”, “змагання” [9, с. 38]. Як відомо, в економічній літературі існує три основні тлумачення слова “конкуренція” – поведінське, структурне та функціональне [9, с. 39–41].

У тлумаченні конкуренції з поведінського підходу акцент робиться на процедурі боротьби: в центрі уваги є сама боротьба, встановлення того, хто і чому переміг. Поведінське тлумачення покладено в основу методик розробки стратегії конкуренції, пошуку конкурентних переваг, аналізу дій конкурентів, поділу конкуренції на цінову і нецінову, цивілізовану і нецивілізовану, внутрішньогалузеву, міжгалузеву тощо.

Структурне тлумачення переносить увагу на “умови” боротьби, ґрунтується на розгляді взаємовідносин між попитом та пропозицією. Дослідники, які розглядали конкуренцію з структурного підходу, зосереджували свою увагу на аналізі умов входу підприємства в галузь і виходу з галузі, можливостях створення вхідних бар’єрів; на принциповій можливості чи неможливості перемоги на цьому ринку тощо.

Функціональний підхід до конкуренції – це розуміння її ролі у розвитку економіки, акцент робиться на “наслідках” боротьби. Функціональне тлумачення покладено в основу теорій, які обґрунтовували корисність чи некорисність розвитку конкуренції, доцільність чи недоцільність її державного регулювання тощо.

Дотримуючись поведінського тлумачення конкуренції, конкурентоспроможність може бути характеристикою лише суб’єктів суперництва чи боротьби. Суб’єктами можуть бути лише особи – фізичні чи юридичні. В такому контексті словосполучення “ конкурентоспроможність товарів (продукції)” є не коректним і може вживатися лише у переносному сенсі. Здатність суб’єкта конкурувати і перемагати залежить від придатності до цього засобів і методів боротьби – досконалості товарів, комунікацій, ціноутворення, розрахунків тощо.

Поняття “ конкурентоспроможність” в спеціальній літературі розглядається на декількох рівнях: на індивідуальному рівні (на ринку праці), на мікрорівні (рівень підприємства), на мезорівні (рівень галузей та секторів), на макрорівні (рівень всієї економіки загалом), на глобальному рівні (для міждержавних зіставлень) [10, с. 34].

Коли конкуренція між товаровиробниками за допомогою товарів на ринку набирає вигляду боротьби товарів, вживається термін “ конкурентоспроможність товару”. Але товар (як і галузь, і країна) на відміну від ресурсів, може в переносному значенні наділятися ознаками суб’єкта, оскільки на ринку він уже не є складовою частиною внутрішнього середовища виробничої системи, “бере участь” і “представляє” виробника у конкурентній боротьбі в зовнішньому середовищі. Тому ресурси і товари є не “к конкурентоспроможними”, а “конкурентопридатними” до боротьби суб’єктів.

Поведінка більшості суб’єктів галузі формує “поведінку галузі” в зовнішньому середовищі, яким є сукупність інших галузей; відповідно поведінка більшості суб’єктів регіону формує “поведінку регіону” в зовнішньому середовищі, тому галузь, регіон загалом, регіональна економіка зокрема, також можуть сприйматися як суб’єкт.

Отже, товар, товаровиробник, галузь, регіон, країна можуть сприймаються як суб’єкти, які наділені певними ознаками і поведінкою: впроваджуються на ринок, зростають, розвиваються, стають зрілими та старіють.

Загалом конкурентоспроможність можна визначити, як здатність досягати найвищих результатів у будь-якій сфері діяльності; відповідати кращим показникам, що характеризують об’єкт цього типу [11, с. 5].

Зовнішнє середовище чинить вплив на систему і вона під дією цього впливу змінює траєкторію свого руху до поставленої цілі, а внутрішнє середовище обмежує можливості її руху. Саме властивість системи змінювати напрям руху (адекватно реагувати на вплив зовнішнього середовища) характеризує її здатність до виживання в зовнішньому середовищі, або конкурентоспроможність. Тому з позиції системного підходу критерієм конкурентоспроможності системи є

“вимоги” зовнішнього середовища, а показниками конкурентоспроможності – вимірники тих станів внутрішнього середовища виробничої системи, що характеризують можливості виконання “зовнішніх вимог”, тобто придатність засобів (ресурсів, товарів) та методів конкуренції до конкурентної боротьби підприємства.

Багато авторів, досліджуючи можливості забезпечення конкурентоспроможності економіки держави чи регіону, фактично зосереджують свою увагу на конкурентоспроможності підприємств країни чи регіону [12], чи конкурентоспроможності регіональних господарських комплексів (кластерів).

Виробничо-господарський комплекс, чи сукупність виробничо-господарських комплексів регіону, що становлять певні кластери, які потенційно найбільше впливають на конкурентоспроможність господарства регіону, безперечно є важливими складовими конкурентоспроможності господарства регіону. Але чи конкурентоспроможність регіону визначається конкурентоспроможністю регіональних господарських комплексів?

Конкурентоспроможність регіону і конкурентоспроможність економіки регіону, на нашу думку, не є тотожними поняттями, оскільки конкурентоспроможність регіону визначається не лише конкурентоспроможністю його виробничо-господарських комплексів, але й конкурентопродатністю ресурсів та досягненням певних соціальних стандартів.

Для встановлення конкурентоспроможності регіону передусім необхідно визначитися зі складовими його конкурентоспроможності. Концепція Стратегії розвитку Львівщини до 2015 р. містить такі нові критерії оцінки привабливості територіальних одиниць: кваліфікація робочої сили; витрати на робочу силу; розвиток транспортної системи; вартість енергії, наближення до постачальників; якість системи управління; місцеві тарифи і податки; якість місцевої банківської системи; наявність вищих навчальних закладів; наявність науково-дослідних установ; позитивний імідж міста/регіону; житлові умови; система охорони здоров'я; заклади культури, спорту, відпочинку; громадська безпека.

При цьому вважається, що кліматичні умови, місцеві податкові пільги та спеціалізація місцевої промисловості вже не є критеріями оцінки привабливості територіальних одиниць в умовах швидкого поширення процесів глобалізації, жорсткої конкуренції та інновацій.

Американські дослідники виділяють такі індикатори конкурентоспроможності країн та регіонів: індекс економічної активності (зростання зайнятості, доходів, рівень бідності, екологічні і соціальні умови); індекс ділової активності (рівень інвестицій, темпи створення і закриття підприємств); індекс потенціалу зростання (середній освітній рівень працездатного населення, кількість наукових досліджень, розвиток інфраструктури); податковий – фіскальний індекс (рівень місцевих податків і зборів) [13, с. 181–207].

За встановлення конкурентоспроможності регіону слід враховувати також рівномірність (збалансованість) розвитку його територій. При визначенні пріоритетів загальнонаціонального розвитку держава передусім стикається з невирішеним питанням пошуку оптимального співвідношення між збалансованістю економічного розвитку регіонів та підтримкою галузей пріоритетного розвитку. Аналогічною є проблема і на регіональному рівні: в усіх галузях виробництва та адміністративно-територіальних одиницях рівномірне зростання забезпечити неможливо.

За наявності значної кількості депресивних районів у регіоні з високим розвитком та інвестиційною привабливістю метрополії регіон не можна вважати конкурентоспроможним. Значне безробіття на депресивних територіях призводить до криміналізації регіону. Кримінальний регіон з високим рівнем соціально-економічного розвитку його центра не може вважатися конкурентоспроможним за різними, відомими в світі, критеріями і індикаторами конкурентоспроможності країн і регіонів.

Отже, конкурентоспроможність регіону є комплексним поняттям, яке включає в себе не тільки певний рівень розвитку окремих підприємств, галузей чи виробничо-господарських комплексів (кластерів), але й конкурентопродатність ресурсів, досягнення певного рівня соціальних стандартів життя населення та досягнення певного рівня збалансованості територіального розвитку.

Дослідники конкуренції та конкурентоспроможності однаково поділяють думку, що конкурентоспроможність будь-якого об'єкта є відносним поняттям і може бути визначене тільки шляхом порівняння його з іншими аналогічними об'єктами, а конкурентоспроможність підприємства, окрім того, також є жорстко прив'язаною до конкретного ринку і конкретного часу.

Суб'єкти здатні перемагати в конкурентній боротьбі тільки тоді, коли володіють стійкими конкурентними перевагами. Стійкою є та перевага, яку суб'єкт зможе використовувати відразу і якомога довше [14, с. 60]; яка не може бути швидко скопійована конкурентами.

Ефективне управління конкурентоспроможністю економіки регіону передбачає виявлення стійких фактичних і потенційних конкурентних переваг. Регіональна влада сама повинна активно формувати умови економічної діяльності в регіоні та забезпечувати конкурентоспроможність регіональної економіки.

Саме діяльність регіональної влади щодо пошуку і розвитку стійких конкурентних переваг регіону (чи регіональних господарських комплексів) уже названо у вітчизняній науковій літературі регіональним маркетингом. Регіональний маркетинг є управлінською діяльністю, що забезпечується місцевими структурами самоврядування і спрямована на задоволення потреб регіону через створення регіональних центрів маркетингових досліджень та прогнозування ринку при облдержадміністраціях, та передбачає розвиток пріоритетних галузей бізнесу [15, с. 15].

Для пошуку джерел конкурентних переваг регіону необхідно провести аналіз не тільки економічного потенціалу регіону, але й глобалізаційних тенденцій конкуренції в державі та в світі, що вимагає величезних обсягів інформації і є дуже складним завданням.

Передусім необхідно проаналізувати типи конкурентних переваг регіональної економіки. Також необхідно визначити тип конкурентоспроможності адміністративно-територіальної одиниці, і враховуючи встановлений тип конкурентоспроможності, визначити і формувати конкурентні переваги, а враховуючи конкурентні переваги, вибрати пріоритети економічного розвитку регіону.

Згідно з працями А.Ю. Юданова, які ґрунтуються на термінології радянського вченого Л.Г. Раменського, в процесі конкурентної боротьби підприємства можуть займати одну з чотирьох стратегій конкуренції [9, с. 48]:

1. Віолентну стратегію – орієнтовану на масовий випуск порівняно недорогої і порівняно якісної продукції; економія витрат виробництва досягається за рахунок масовості випуску. Підприємства, що дотримуються віолентної стратегії, як правило, є великими підприємствами зі значною часткою ринку та масовим типом виробництва; перемагають конкурентів масштабами виробництва і виробничою потужністю.

2. Патієнтну стратегію, яка полягає у випуску обмеженого обсягу вузькоспеціалізованої продукції високої якості. Підприємства, що дотримуються цієї стратегії перемагають своїх конкурентів за рахунок спеціальних навичок та кваліфікації персоналу, обладнання, технологій тощо; як правило, є виробничими системами серійного типу виробництва.

3. Комутантну стратегію, яка передбачає максимально гнучке задоволення невеликих за обсягом (локальних) потреб ринку. Як правило, підприємства, що дотримуються цієї стратегії, є малими підприємствами з одиничним типом виробництва.

4. Експлерентну стратегію орієнтовану на радикальні нововведення. Вважається дуже нестійкою.

Залежно від типу стратегії, якої дотримуються підприємства, їх називають віолентами, патієнтами, комутантами або експлерентами. Орієнтація на розвиток в регіоні підприємств-віолентів, підприємств-патієнтів, підприємств-комутантів та підприємств-експлерентів можна вважати відповідно віолентною, патієнтною, комутантною чи експлерентною стратегією розвитку регіону. Обрана стратегія розвитку визначає тип конкурентоспроможності регіону.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Розмежування понять конкурентоспроможності регіону та конкурентоспроможності регіональної економіки є необхідним для розробки та реалізації Стратегії економічного і соціального розвитку регіону, що передбачає не лише сталий розвиток економіки регіону, але й забезпечення високих стандартів соціального розвитку.

Поняття конкурентоспроможності регіону не є тотожним поняттю конкурентоспроможності економіки регіону, оскільки визначається ще й конкурентопридатністю ресурсів, певним рівнем соціальних стандартів життя населення та певним рівнем збалансованості територіального розвитку.

Пріоритети економічного розвитку регіону необхідно визначити, враховуючи визначені стійкі конкурентні переваги, які залежать від типу конкурентоспроможності регіону (віолентний, патієнтний, комутантний чи експлерентний).

Перспективною сферою подальших досліджень за проблемою є критерії та показники вимірювання конкурентоспроможності регіону, регіональної економіки, регіональних виробничо-господарських комплексів та критерії відбору пріоритетів регіонального економічного розвитку.

1. Кутідзе Л.С. Роль стратегічного маркетингу у формуванні експортного потенціалу регіону // Вісник НУ "Львівська політехніка" "Логістика". – 2003. – № 472. – С.103–08.
2. Колодинський С.Б. Інноваційний маркетинг та конкурентоспроможність регіональних комплексів// Вісник НУ "Львівська політехніка" "Логістика". – 2004. – № 499. – С.50–56.
3. Ермолов М.О. Чем отличается конкурентоспособность фирмы от конкурентоспособности товара? Как продать товар на внешнем рынке? – М.: Мысль, 1990. – С.228–241.
4. Гамаюнов В.Г., Дорофиев В.В., Поважний С.Ф. Менеджмент в непродуцтвенной сфере. – Харьков: Основа, 1997. – 444 с.
5. Пахомов Ю.М., Лук'яненко Д.Г., Губський Б.В. Національні економіки в глобальному конкурентному середовищі. – К.: Україна, 1997. – 237 с.
6. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночной экономики. – Харьков: РИО ХГЕУ, 1997. – 246 с.
7. Петров В. Конкурентоспособность // Аналитический журнал "Ресурсы. Информация. Снабжение. Конкуренция". – М.: Ресурс-Инфо, 1999. – №4 – С.4–11.
8. Маренич А., Астахова И. Управление конкурентоспособностью предприятия // Бизнес-Информ, 1996. – №5. – С.23–27.
9. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика: Учебно-практ. пособие. – М.: Ассоциация авторов и издателей "Тандем", Изд-во "ГНОМ-ПРЕСС", 1998. – 384 с.
10. Петров В. Конкурентоспособность // Аналитический журнал "Ресурсы. Информация. Снабжение. Конкуренция". – М.: Ресурс-Инфо, 1999. – №4. – С.4–11.
11. Буркинский Б.В., Стрелец А.А. Экономическая оценка конкурентоспособности / Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины. – Одесса, 1998. – 54 с.
12. Экономико-правовые и организационные предпосылки обеспечения конкурентоспособности экономики / В.К. Мамутов, Л.А. Савельев, Н.А. Орлова и др. – Донецк: ИЭПИ НАН Украины, ООО «Юго-Восток ЛТД», 2002. – 150 с.
13. Воган Роджер Дж. Как американские штаты привлекают инвесторов // ЭКО. – 1994. – №4. – С.181–207.
14. Карлофф Б. Деловая стратегия: Концепция, содержание, символы / Пер. с англ. – М.: Экономика, 1991. – 239 с.
15. Окландер М.А. Проблеми формування маркетингової системи країни: Монографія. – К.: Наукова думка, 2002. – 168 с.