

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Останніми роками конкурентоспроможність української економіки не зростає, а загалом навіть знижується. Більшу частину експорту все ще становить сировина: продукти первинної (низької) переробки. Ми не стали активними учасниками більшості світових ринків, лише ледве про себе заявляємо. З внутрішнього ринку нас також дедалі активніше витісняють зарубіжні конкуренти. Низька якість управління нашої держави на всіх рівнях, зокрема регіональному, залишає широкий простір для різноманітних, особливо економічних, зловживань.

Тому дослідження проблем конкурентоспроможності і розробка відповідних механізмів її забезпечення є надзвичайно актуальним завданням.

На основі вивчення питань конкурентоспроможності та розробки шляхів активізації комплексу факторів і механізмів її підвищення на традиційних і транскордонних ринках, що здійснює Інститут регіональних досліджень НАН України, опублікована монографія «Інфраструктурне забезпечення конкурентної економіки» (за наук. ред. д. е. н., проф. П.Ю. Беленького — Львів, 2002. — 308 с.), в якій зазначені напрями розвитку інфраструктури різних ринків (товарного, капіталів, туристичних послуг). Значна увага приділена розвитку комунікаційної (транспортної, прикордонної) та інформаційної інфраструктури.

У рамках науково-дослідної теми «Стратегічні фактори і механізми забезпечення конкурентоспроможності регіону», підготовлено наукову доповідь «Фактори і механізми забезпечення конкурентоспроможності регіону», надіслану для використання державними та регіональними органами влади. Пропонуємо читачам коротко ознайомитися з основними положеннями цього дослідження.

Загострення конкурентної боротьби у глобалізованому світі закономірно висуває на перший план проблеми конкурентоспроможності не лише на макро- чи мікрорівнях, а й на мезорівні, тобто у регіональному вимірі. Сучасне суспільство налаштоване на успіх. У цьому сенсі конкурентоспроможність — це здатність перемагати в умовному змаганні за блага, які задовольняють потреби, сформовані цінностями, що поділяють, у даному разі, мешканці регіонів.

Процес розробки регіональної стратегії соціально-економічного розвитку передбачає вибір пріоритетів, у яких регіон може бути конкурентним щодо інших регіонів на внутрішніх або зовнішніх ринках. Цей вибір повинен здійснюватись за результатами діагностики природно-ресурсного потенціалу та оцінки ефективності всього комплексу організаційно-економічних механізмів, господарського комплексу території загалом. Тому програма реалізації стратегії соціально-економічного розвитку регіону

© БЕЛЕНЬКИЙ Петро Юхимович. Доктор економічних наук. Завідувач відділу проблем ринкової інфраструктури та транспортного співробітництва Інституту регіональних досліджень НАН України (Львів). 2007.

повинна базуватися на тому, що її наріжним каменем, генеральною ідеєю є конкурентоспроможність. Отже, необхідно враховувати фактори, які зумовлюють підвищення конкурентоспроможності, та розробляти відповідні організаційно-економічні механізми її забезпечення.

Проблематиці конкуренції і конкурентоспроможності присвячено значну кількість праць вітчизняних і зарубіжних авторів. Причому більшість з них зорієнтована на рівень держави (макрорівень) або суб'єкта господарювання (мікрорівень) і розглядає питання суті конкуренції, факторів впливу, ринкових особливостей, оцінки конкурентоспроможності (рейтингу) та ін. Але активізація регіонів на внутрішніх і зовнішніх ринках, становлення економічної регіоналістики як самостійної галузі економічної науки значно посилила увагу до визначення шляхів розв'язання проблем міжрегіональної конкуренції і конкурентоспроможності регіонів.

Метою нашого дослідження є розкриття суті конкурентоспроможності як головної ознаки ефективної ринкової економіки на різних, передусім регіональних ринках, і як головної мети, на забезпечення досягнення якої повинен бути спрямований весь комплекс механізмів господарювання. І, відповідно, показати, як може бути зорієнтована на підвищення конкурентоспроможності регіону низка механізмів цього комплексу.

Вихідними позиціями дослідження є такі чинники:

1. Конкурентоспроможність регіону є відносно новим поняттям і новим об'єктом економічних досліджень, і, відповідно, можна відзначити його певні риси, зокрема, не зовсім усталену термінологію, недостатньо розвинуту методологічну базу дослідження та ін.

2. На різних регіональних ринках проявляються різні форми конкуренції. Тому необхідно активізувати і так звані традиційні регіони, і такі, що мають специфічні особли-

вості, зокрема транскордонні, у яких поєднані риси внутрішніх і зовнішніх ринків.

3. Більшість досліджень з проблем конкуренції присвячені порівняльним оцінкам конкурентоспроможності на різних рівнях, законодавчим актам, спрямованим на правове забезпечення конкуренції, тощо. Вважаємо, що ці речі необхідні, але недостатні. Слід розвивати весь комплекс організаційно-економічних механізмів, які забезпечують конкурентоспроможність регіону.

4. Конкурентоспроможність — це узагальнюючий показник, який відображає дієвість усього комплексу механізмів господарювання. Тому до вивчення проблем її забезпечення необхідно підходити комплексно, з урахуванням усіх факторів і механізмів.

Ми у своєму дослідженні конкурентоспроможності та її особливостей на традиційних і транскордонних регіональних ринках охопили загалом найбільш дієві організаційно-економічні механізми. Зокрема, зробили спробу знайти відповіді на такі питання:

— якими повинні бути організаційно-економічні, особливо інвестиційно-інноваційні механізми, система управління?

— як ефективно використати на регіональному рівні маркетингові стратегії і вигідно відтінити імідж регіону?

— як підійти до використання екологічних факторів і налагодити взаємодію влади, бізнесу, громади?

Ці та деякі інші питання, розробка відповідних механізмів, розв'язання названих проблем, за нашими висновками, найбільше сприятимуть забезпеченню конкурентоспроможності регіону.

Поняття «конкурентоспроможність» аналізують і інтерпретують по-різному, залежно від того, якого економічного об'єкта воно стосується: національної економіки в цілому, регіону, галузі, підприємства, продукції.

Термін «конкурентний» використовують як характеристику ринку, на якому існує (чи може існувати) конкуренція — тобто

відсутні інституційні (правові) обмеження конкуренції. Таким чином, оперування терміном «конкурентність» стосовно регіону, держави тощо означає територію, яка характеризується наявністю конкурентних ринків. Наявність таких ринків сприяє появі на них конкурентоспроможних суб'єктів. Конкурентоспроможність території визначається конкурентоспроможністю суб'єктів господарювання, які ідентифікуються з певною територією. У такий спосіб формується логічний ланцюжок: конкурентний регіон (конкурентне економічне середовище в регіоні) — конкурентоспроможні регіональні суб'єкти господарювання — конкурентоспроможний регіон.

Ми дотримуємося досить усталеного підходу до визначення поняття «конкурентоспроможність регіону» — це зумовлений економічними, соціальними, політичними й іншими факторами стан регіону та його окремих товаровиробників на внутрішньому та зовнішньому ринках, який визначається показниками (індикаторами), що адекватно характеризують цей стан і його динаміку.

Важливо бути конкурентоспроможним не в усьому, а насамперед у тому, що має значення, по-перше, для мешканців певного регіону та, по-друге, для суб'єктів господарювання і громадян інших регіонів/країн, з якими підтримуватимуться економічні контакти, необхідні для задоволення потреб мешканців.

У глобальних умовах парадигма, яка управляє конкуренцією між окремими територіями, змістилась від порівняльних переваг до ширшого поняття «конкурентні переваги», що є результатом формування такого середовища, де учасники конкуренції працюють, безперервно вдосконалюючи способи конкуренції і тим самим ще більше підвищують власну продуктивність.

Сформоване конкурентне середовище — це умова становлення регіону, фундамент відродження депресивних регіонів. Відповідно, конкуренція — це механізм вияв-

лення достатніх специфічних регіональних факторів, що формують національні конкурентні переваги, а також узгодження цих переваг і структур управління відповідно до конкурентного середовища у країні.

Найбільш повне трактування конкурентоспроможності регіону включає три основні аспекти: *необхідність досягнення високого рівня життя населення* (конкурентоспроможність ринку праці або конкурентоспроможність, яка забезпечується населенням), *ефективність функціонування господарського механізму регіону* (конкурентоспроможність на ринку товарів або конкурентоспроможність, що забезпечується підприємством) і його *інвестиційна привабливість* (конкурентоспроможність на ринку капіталу або конкурентоспроможність фінансів).

Визначити певний достовірний вимірник конкурентоспроможності в узагальненій формі досить складно, оскільки неможливо звести до спільного знаменника різноманітні процеси, відображені у функціональних параметрах. Тому доцільно виділити з них лише ті, які найбільше враховують вплив решти і спираючись на які можливо діагностувати стан справ у регіоні та його конкурентоспроможність щодо інших.

В умовах регіональних ринків такими індикаторами передусім є ціни. Адже саме проблеми ціноутворення на різних типах регіональних ринків зумовлюють цілісність відтворювального процесу в регіоні, визначають ситуацію на ринку та його конкурентоспроможність. При цьому вплив факторів ціноутворення на конкурентоспроможність регіону необхідно аналізувати як з боку регіонального попиту, так і з боку регіональної пропозиції, які тісно взаємопов'язані і взаємодіють через механізм ціноутворення. Відповідно, цей механізм буде ефективним у разі досягнення рівноваги між регіональними попитом і пропозицією за умови збереження високого життєвого

рівня населення, забезпечення стабільного функціонування реального сектору економіки та активної підтримки з боку регіональної влади, структуроутворювальних і конкурентоспроможних підприємств регіону.

Рівновага регіонального ринку досить нестійка. Одна з головних проблем — дефіцит фінансового (грошового) капіталу, який є у розпорядженні фінансових інститутів і реального сектору економіки.

Нестійкість регіонального ринку багато в чому спричинюють фактори ціноутворення. Серед них — невідповідність цін на ресурси (насамперед на енергоносії) і транспортних тарифів природним умовам і панівним у країні ресурсоємним технологіям. Слід усунути диспаритет цін, у результаті якого значна частина виробництва стала нерентабельною і припинила функціонування. Специфіку цінового регулювання визначає те, що високі (близькі до світових і навіть вищі за них) ціни зумовили не стільки монополізм відповідних товаровиробників, скільки величезна сфера посередників і непомірно високий податковий тиск на ці ресурси.

Ефективний регіональний попит залежить від співвідношення товарних цін, оплати праці і відсоткової ставки, що знаходить своє відображення у взаємозв'язку і нормальному функціонуванні трьох основних типів регіонального ринку: споживчого, праці і фінансового.

На результати діяльності впливає недостатня управлінська роль органів державної та регіональної влади, змушених спрямовувати всі свої зусилля на підтримку життєво необхідних галузей економіки і соціальної сфери регіону (підготовку до зими, забезпечення товарами бюджетних установ охорони здоров'я, освіти тощо).

На прикордонних територіях, окрім уславленої внутрішньої та зовнішньої конкуренції, існує конкуренція на транскордонних ринках. Цей вид конкуренції не можна од-

нозначно віднести до зовнішньої через переважно неформальні прикордонні відносини як між мешканцями (споживачами), так і між суб'єктами господарювання. Хоча на даний час немає можливості статистично підтвердити цю тезу, проте це явище існує і потребує вивчення. У сферу таких досліджень потрапляє не просто прикордонна територія, а транскордонний регіон. Специфіка його вивчення полягає у тому, що, з одного боку, це незалежні територіально-адміністративні території, на яких діють національні законодавчі акти (митні, податкові правила, норми екологічної безпеки, державні стандарти тощо), з іншого — спільне середовище, передусім природне, життєдіяльності людей. Це «спільне», об'єктивно існуюче, уможливорює появу нових правил життя та використання цього «спільного», а також доцільність і необхідність урахування всіх чинників, зумовлених сусідством.

У глобалізованому світі доцільно об'єднувати зусилля суміжних прикордонних територій сусідніх держав і формувати стратегію підвищення (чи збереження) конкурентоспроможності транскордонного регіону в цілому. Ця теза найповніше реалізується при розробці концепцій спільного розвитку транскордонного регіону, зокрема у рамках діяльності єврорегіонів.

Дослідження засвідчили, що сусідство країн з вищим рівнем розвитку стимулює та активізує життєдіяльність мешканців прикордоння, сприяє підвищенню їхнього життєвого рівня.

Тому регіональним органам влади доцільно формувати конкурентне середовище з урахуванням впливу суміжних територій шляхом розробки стратегії розвитку території, модулем якої є стратегія розвитку транскордонного регіону.

Таким чином, конкурентоспроможність прикордонних територій слід розглядати у двох вимірах: як конкурентоспроможність на транскордонних ринках і як конкуренто-

спроможність транскордонного регіону щодо інших регіонів в умовах інтеграційних процесів.

У сучасних умовах особливої ваги набуває інвестиційне забезпечення конкурентоспроможності. Значний брак інвестиційних ресурсів є наслідком нерозвиненості інфраструктури ринку капіталу та низької привабливості економіки українських регіонів для закордонного інвестора.

Проведене дослідження вказує на групу факторів, що впливають на процес інвестиційного забезпечення конкурентоспроможності регіону. Серед них:

- інвестиційна привабливість регіону, яка базується на інноваційному потенціалі;
- розвиток регіональної банківської системи;
- розвиток регіональної системи небанківських фінансових посередників;
- дії місцевих органів влади;
- економічний потенціал регіону;
- орієнтованість виробництва (експорт);
- наявність територій зі спеціальним режимом інвестування.

Однак основним фактором, який у подальшому визначатиме інвестиційне забезпечення конкурентоспроможності регіону, є інноваційна діяльність. Слід зауважити, що витрати на дослідження та розробки в розрахунку на душу населення становлять в Україні 8 дол. США. Для порівняння: у Росії — 60 дол., Німеччині — близько 500 дол., Японії — майже 700, зрештою, у США — приблизно 800 дол. [1], що свідчить про невідповідність системи фінансування у сфері науки, техніки, технологій загальноприйнятим тенденціям щодо інвестиційного забезпечення конкурентоспроможності.

Регіональні інвестиційні ринки більшості регіонів України функціонують далеко не на повну потужність, що негативно позначається і на рівні їхнього соціально-економічного розвитку. В умовах трансформації економіки найбільшого поширення набули такі чинні механізми інвестиційного забезпечення.

1. *Фінансування інвестиційного проекту в регіоні за рахунок коштів фінансових установ.* За приблизними підрахунками, лише від 6 до 9% інвестиційних проектів фінансуються з коштів фінансових установ [2]. На це є об'єктивні причини. По-перше, фінансові установи, в основному банківські, не мають достатньої кількості довгострокових фінансових ресурсів (у переважній більшості реалізація інвестиційних проектів триває більше року). По-друге, ставки на банківські кредити коливаються в межах 20–25% річних, причому сплачувати їх треба, як правило, від початку користування позикою. У забезпечення вимагають заставу, сума якої повинна бути не меншою за 200% суми позики з відсотками. По-третє, далеко не всі банківські установи здійснюють інвестиційну діяльність у межах регіону свого розташування — залучають гроші в одному регіоні, а потім переводять в інвестиційно привабливіший і/або в регіон розташування головної установи, де вони використовуються, враховуючи суб'єктивні потреби власників банку. Інші фінансові інституції або не розвинуті взагалі, або фінансують інвестиційні проекти за умов відсутності відповідної нормативно-правової бази.

2. *Фінансування інвестиційних проектів з бюджету в Україні здійснюється за рахунок коштів місцевих та державного бюджетів.* Зауважимо, що на державному рівні ще не розроблено ринкових механізмів їх вкладення.

3. *Вкладення коштів іноземними інвесторами,* що, на думку деяких вітчизняних науковців, є єдиною реальною можливістю отримати кошти для реалізації проектів розвитку, модернізації, розширення існуючих виробництв, а також створення нових — звернення до іноземних джерел інвестиційних ресурсів [3]. За сучасних умов іноземні інвестиції становлять у різних регіонах лише 3–10% загальної кількості інвестованих

коштів [4], що свідчить про низьку зацікавленість іноземних інвесторів щодо вкладення коштів в економіку України і є наслідком двох основних факторів: по-перше, високого рівня ризикованості інвестиційних операцій у державі; по-друге, низького рівня поінформованості закордонних інвесторів про українські об'єкти інвестування.

4. *Фінансування інвестиційних проектів за рахунок власних коштів суб'єктів економіки*, залежно від регіону, становить від 60 до 80% [4]. Цей механізм фінансування інвестиційної діяльності також має чимало проблем та нерозв'язаних завдань, але вони стосуються досліджень на мікрорівні (рівні підприємства), тому їх ґрунтовно не досліджували.

Дієвим механізмом активізації інноваційної діяльності на регіональному рівні має стати створення фінансово-інноваційних груп, які складатимуться, як правило, з фінансової та наукової установ, а також підприємства.

Для втілення у життя ідеї фінансово-інноваційних груп потрібно нарешті прийняти Закон України «Про фінансово-інноваційні групи», оскільки нині не існує чинної законодавчої бази для таких утворень. Цей закон має враховувати згадані вище особливості оподаткування запропонованих груп, а також, в обов'язковому порядку, передбачати санкції за порушення під час їх створення та функціонування.

З огляду на те, що проблеми конкурентоспроможності розв'язують саме органи влади, виникає певна дихотомія: владна команда задля утримання влади повинна, з одного боку, підвищувати позитивну оцінку регіону порівняно з іншими регіонами, а з іншого — забезпечити позитивну оцінку своєї діяльності порівняно з потенційними владними командами.

Оцінку діяльності дають через оцінку функцій, які покладає на владу територіальна громада: управління спільною власністю громади, створення умов для життєдіяльності та господарювання.

Складніша ситуація щодо визначення інструментів створення сприятливого середовища для життєдіяльності та господарювання, адже соціально-економічний розвиток залежить не лише від органів влади, а й від зовнішньо- та внутрішньорегіональних чинників, на які регіональна влада не має можливості впливати.

Окремо слід приділити увагу інформатизації органів влади, оскільки державний апарат, можливо, більше, ніж будь-яка інша організація, може отримати вигоди від підвищення ефективності і поліпшення якості обслуговування, що забезпечується переходом на електронні процеси. Не можна не відзначити, що у більшості країн державні установи значно відстають від комерційних організацій в плані використання інструментарію електронної епохи. Підприємствам, що переходять на електронний документообіг, доводиться підтримувати деякі «паперові» компоненти саме тому, що управлінські органи ще не готові від них відмовитися.

Перехід на електронне ведення документації дасть змогу не лише зменшити витрати коштів на друк та поширення паперових документів. Web-технології можуть створити єдине «місце зустрічі» громадянина та відомства — єдиний «електронний офіс», у якому вся інформація подана в зручній для громадянина формі.

Для успішного розвитку економіки важливою умовою є продумана маркетингова політика як країни в цілому, так і регіональних та муніципальних утворень. Альтернативи маркетингу як основоположній концепції програмного забезпечення регіональної економічної політики немає, і дослідження, пов'язані з цими проблемами, є актуальними і необхідними, але, на жаль, недостатньо плідними.

З позиції регіонального маркетингу територія з простого місця здійснення економічних акцій перетворюється на продавця своїх ресурсів як своєрідного то-

вару, тобто стає рівноправним учасником ринку. Саме маркетинг дає можливість урахувати особливості зовнішнього і внутрішнього середовища конкретного регіону, створювати умови для максимального пристосування його виробництва до вимог ринку, є надійним інструментарієм розробки стратегії і тактики регіональних перетворень.

Регіональний маркетинг не передбачає вивчення попиту, цін на продукцію окремого підприємства, йдеться про вивчення ринку, попиту і цін на сукупну продукцію регіону, реалізацію всього його потенціалу. Він здійснюється з метою створення, підтримки чи зміни відносин і поведінки суб'єктів ринку, соціальних спільнот щодо конкретних зосереджених там природних, матеріально-технічних, фінансових, трудових і соціальних ресурсів, а також можливостей їхньої реалізації та відтворення. В узагальненому розумінні це теорія та практика прийняття управлінських рішень стосовно формування ринково-продуктової стратегії регіону на основі дослідження факторів маркетингового середовища з метою реалізації економічних інтересів території та її споживачів [5].

Маркетингова діяльність останнім часом стає повсякденною практикою в управлінні містами та регіонами багатьох країн. Як правило, найкращих результатів у соціально-економічному розвитку досягають території, маркетингові зусилля яких спрямовані на комплексне розв'язання нагальних проблем — ефективну реалізацію основних функцій території як місця проживання, відпочинку і господарювання; поліпшення управління та інфраструктури; підвищення конкурентоспроможності розташованих на території підприємств, про що свідчить приклад організації робіт з маркетингу в регіонах США, Німеччини, Польщі тощо.

У сучасному механізмі управління регіонами України, на жаль, не визначено місце регіонального маркетингу, хоча він є каталі-

затором ефективності системи регіонального управління. Теорія регіонального маркетингу та світовий досвід його застосування можуть бути використані в Україні, але тільки з урахуванням деяких особливостей розвитку ринкової економіки і регіонального маркетингу в нашій країні.

Фактори, які стримують розвиток регіонального маркетингу, передусім зумовлені проблемами впровадження маркетингових засад на всіх рівнях управління. Такі фактори, як низька конкурентоспроможність українських виробників, наявність кримінальних регуляторів ринку на всіх рівнях управління, високий рівень монополізму в окремих галузях, низька купівельна спроможність населення, висувають нові вимоги до вивчення і застосування маркетингу в Україні. Негативами є також висока адаптованість економіки більшості регіонів до адміністративно-розподільчих відносин, значні диспропорції у питаннях пріоритетності розвитку окремих регіонів та пов'язана з цим практика надання пільг, недосконале законодавство, особливо у сфері земельних відносин та інвестицій.

Регіональні органи влади, визначаючи шляхи соціально-економічного розвитку, обов'язково повинні розглядати регіональний маркетинг як дієвий інструмент стабілізації економічної і соціальної ситуації в регіоні. Саме маркетинговий підхід об'єктивно стимулює суб'єктів економічної діяльності на підвищення конкурентоспроможності товарів та послуг, пошук вітчизняних та зарубіжних ринків збуту, організацію просування та реклами продукції, створення позитивного іміджу підприємств і регіону в цілому, пошук надійних інвесторів.

Імідж регіону — це сукупність вражень про регіон, які формуються у свідомості споживачів (мешканців, інвесторів, туристів тощо) і визначають його становище на ринку, тобто рейтинг серед інших регіонів. На нашу думку, імідж регіону є тим ресурсом, що дає змогу вирізнятися

на тлі інших регіонів, забезпечуючи вплив грошових ресурсів у вигляді інвестиційних, туристичних та міграційних потоків, впливаючи на продуктивність ведення господарства, тобто підвищує конкурентність регіону.

Управління іміджем регіону — створення, розвиток і поширення, забезпечення суспільного визнання позитивного образу території. Витрати та ефективність стратегії в цілому залежать від уже сформованого іміджу і стану справ у регіоні. Вважається, що це досить низькозатратна стратегія, оскільки вона не вимагає радикальних змін інфраструктури, формування інших реальних факторів привабливості, а концентрує зусилля переважно на поліпшенні комунікативних аспектів, інформації і пропаганді вже існуючих, раніше створених переваг території.

Параметрами, що визначають позитивний образ регіону, є:

- ♣ якість життя — наявність житла для різних соціальних груп населення, соціальні послуги, якість харчування, споруди для відпочинку, рівень і доступність освіти, лікування;
- ♣ кадрові ресурси — підготовка, підвищення кваліфікації, адаптація до нових умов і вимог;
- ♣ інфраструктура — транспорт, зв'язок, засоби передавання даних, готелі, побутові послуги та ін.;
- ♣ високі технології — здатність території розвивати і підтримувати високотехнологічні галузі, оновлювати існуючу базу;
- ♣ капітал — маса капіталу, сконцентрована на території у вигляді власних і запозичених засобів;
- ♣ контролюючі органи — раціональність, мобільність, ефективність, чесність, відсутність бюрократизму;
- ♣ інфраструктура бізнесу — доступність і рівень послуг у галузі консалтингу, аудиту, реклами, права, інформації, зв'язків з громадськістю, інституційні умови здійснення операцій з титулами власності;

♣ влада — команда осіб, компетентність її членів, нестандартність ідей, стиль ухвалення рішень, прозорість законотворчості, ставлення до соціальних проблем.

Регіону потрібно розробити комплексну програму розвитку, сформувати інфраструктуру, виявити конкурентні переваги (фактори привабливості), забезпечити соціальний оптимізм населення і професіоналізм працівників, а вже тоді працювати над комунікаціями, поширюючи позитивний імідж регіону за допомогою ЗМІ і через Інтернет. Для територій з недостатніми фінансовими ресурсами слід формувати імідж, виявляючи наявні конкурентні переваги і шукаючи цільові групи «споживачів території», що допоможуть сформувати привабливішу інфраструктуру і залучити інвестиції для реалізації довгострокових програм регіонального розвитку. Безумовно, серед таких «споживачів території» треба бачити не тільки іноземців, а й, насамперед, власне населення і підприємницькі кола. Поступове поліпшення їхнього становища — гарантія подальшого розвитку регіону і підвищення його конкурентоспроможності.

З погляду продуктивності ресурсів захист навколишнього середовища і конкурентоспроможність нерозривні, оскільки забруднення довкілля фактично відображає окремі недоліки в конструкції виробів або у відповідному технологічному процесі.

Нова парадигма, поєднуючи необхідність захисту природи і конкурентоспроможності, визначає, якою має бути природоохоронна політика: які підходи слід застосовувати у ній, які природоохоронні закони потрібні для регулювання виробничої діяльності компаній і наскільки жорстким має бути таке регулювання.

Екологічний фактор, що останнім часом дедалі більше лімітує економічний розвиток, примушує економіку жити не лише за економічними законами, а й враховувати екологічні: подальший розвиток можливий тільки в

достатньо вузьких межах екологічного «коридору». Не рідко в економічних ситуаціях лімітуючим фактором розвитку виявляється не фізичний, а природний капітал.

У зв'язку з цим чітко усвідомлюється обмеженість інтерпретації природного капіталу лише як природних ресурсів. З огляду на загальний конкурентний розвиток регіону необхідно враховувати економічну значущість усіх складників природного капіталу, їхню здатність забезпечувати доходи і вигоди і таким чином підвищувати конкурентоспроможність регіону.

Для успішного економічного зростання, що свідчить про конкурентоспроможність, необхідно враховувати й інші екологічні функції природного капіталу. По-перше, ресурсну — забезпечення природними ресурсами виробництва товарів і послуг; по-друге, екосистемну (екологічні послуги) — забезпечення природи різного роду регулюючими функціями: асиміляція забруднень і відходів, регулювання клімату і водного режиму, озоновий шар тощо; по-третє, послуги природи, пов'язані з естетичними, етичними, моральними, культурними та історичними аспектами, тобто так звані духовні екологічні послуги.

Загальний діагноз традиційних моделей економіки (ринкової, адміністративно-командної та ін.) — недооцінка й ігнорування екологічного фактора, всієї сукупності функцій природного капіталу. Оцінюють лише функції забезпечення людини природними ресурсами, а екологічні послуги, як правило, не набувають ціни. Такий стан спричинив глобальні екологічні проблеми, економічна шкода від яких на сьогоднішній день величезна, а в майбутньому може набути загрозливих розмірів (взяти хоча б проблему зміни клімату).

З метою посилення впливу на конкурентоспроможність регіону екологічного фактора та активізації наявних у нього порівняльних переваг, пов'язаних із функціями природного капіталу, доцільно розробити

спеціальний еколого-економічний компенсаційний механізм, індикатори сталого розвитку якого дали б змогу враховувати і компенсувати як позитивний екологічний внесок окремих регіонів, так і негативний — різного роду забруднення, що є наслідком діяльності одного суб'єкта і завдають шкоди іншому (в економічних термінах — це екстерналії). При цьому індикатори сталості повинні бути гармонізовані з цілями і завданнями регіональної екологічної політики.

Основним «розпорядником» індикаторів або стороною, яка відповідає за їхнє впровадження, повинні виступати регіональні або обласні органи виконавчої влади.

Упровадження та використання цих індикаторів забезпечується адекватним еколого-економічним компенсаційним механізмом, що допомагає давати економічну оцінку, як мінімум, двом групам екосистемних функцій/ послуг:

- тим, які важливі для пом'якшення глобальних екологічних проблем (зміни клімату, збереження біорізноманіття тощо). Економічним аналогом слугують позитивні зовнішні ефекти (екстерналії), які «виробляють» екорегіони;
- тим, які дають змогу мінімізувати негативні зовнішні ефекти (екстерналії), що виникають внаслідок потрапляння забруднень з одного регіону в інший.

Зазначені напрями можуть стати концептуальними й методичними основами формування компенсаційного еколого-економічного механізму.

Визначення цінності регіональних екосистем та використання їхніх послуг сприятиме формуванню додаткових конкурентних переваг регіону.

У трансформаційній економіці господарством регіону теоретично управляють на основі розподілу функцій володіння і розпорядження ресурсами: регіональні виконавчі органи влади виступають у ролі уповноважених розпорядників об'єктами і ресурсами, закріплених за регіоном, але

власником останніх є система представницької влади, тобто обрані представники населення та юридичних осіб, що функціонують на території регіону. На практиці подібний розподіл відстежується непослідовно, оцінка ефективності використання міської власності має переважно тактичну форму. Все концентрується у межах виконавчої системи, що продовжує поєднувати функції власності і розпорядження власністю, передану регіону на етапі приватизації і розподілу державного майна.

Ми виходимо з того, що в Україні, яка вирізняється значною регіональною специфікою, на рівні регіону відбувається з'ясування прав, свобод і гарантій стосовно місцевих ресурсів з урахуванням умов їхнього відтворення і використання. Ця функція регіональної адміністрації традиційно важлива для країни насамперед в аспекті гарантування конституційних прав і свобод, розв'язання виникаючих конфліктів, модифікації загальних «правил гри», а також особливостей виробництва суспільних благ і послуг (у першу чергу, розвитку людського капіталу).

Особливості ж інституціалізації взаємовідносин населення, бізнесу й органів управління на регіональному і місцевому рівнях, які поки що залишилися без належної уваги сучасної української економічної науки, важливі в нинішніх умовах, коли назріла очевидна необхідність визначити межі владних повноважень регіональних і місцевих адміністрацій, а також шляхи інституціальної формалізації їх діяльності в господарській сфері.

Підвищенню конкурентоспроможності регіонів сприятимуть цивілізовано сформований механізм взаємодії регіональної влади і бізнесу, відповідні інституції ринкової інфраструктури регіону. Цей механізм має формуватися за такими принципами:

- ♣ можливість участі у партнерстві представників як державного, так і приватного секторів економіки;
- ♣ оформлення обумовлених письмових угод щодо обов'язків і відповідальності учас-

ників, правил кооперації, виділення і використання ресурсів, розподілу ризиків, умов припинення партнерства, способів контактування учасників партнерства і форм обговорення поточних питань їх діяльності;

- ♣ відповідальність учасників за умов довготермінової співпраці;
- ♣ взаємна довіра, інтерес, добровільна згода сторін під час організації партнерства;
- ♣ часткове фінансування і справедливий розподіл часток в отриманих результатах;
- ♣ урахування групових інтересів учасників партнерства; наявність лідерів, які представляють ці інтереси;
- ♣ широке представництво партнерства в особі його політичного й адміністративного керівництва на всіх рівнях влади, зокрема, лобювання інтересів партнерства у вищих ешелонах уряду з метою постійного підвищення свого рейтингу, виділення необхідних ресурсів і відстежування результатів діяльності учасників партнерства.

Сформульовані питання і запропоновані підходи до їх вирішення створюють методологічну базу для подальших досліджень проблем конкурентоспроможності і водночас сприяють використанню наукових підходів у практичній діяльності.

1. Паштова П.Г. Инвестирование в инновации // Финансы. — 2001. — №7. — С. 19.
2. Інвестиції та будівельна діяльність на Львівщині у 2003 р. // Буклет / Державний комітет статистики України. Головне управління статистики у Львівській області. — Львів, 2004. — 7 с.
3. Петренко В.П., Жкутяк З.В. та ін. Як отримати іноземну інвестицію?: Практ. посіб. для підприємців. — Івано-Франківськ.: Регіональне агентство економічного розвитку, 1997. — 68 с.
4. Україна в цифрах у 2003 р.: Статист. збірник. — К., 2004. — С. 156; Сторінки комітету статистики України: www.ukrstat.gov.ua.
5. Старостіна А.О., Мартов С.Є. Регіональний маркетинг: суть та особливості становлення в Україні // Маркетинг в Україні. — 2004. — № 3. — С. 55–57.