

УДК [005.332.4:332.122]:330.3 (477)

КОНКУРЕНТНЕ ПОЗИЦІОНУВАННЯ РЕГІОНІВ У ПРОСТОРОВОМУ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Головня Ю. І., канд. екон. наук., доцент, доцент кафедри міжнародної економіки Київського національного торговельно-економічного університету, м. Київ,

Головня Ю.І. Конкурентне позиціонування регіонів у просторовому розвитку України.

Стаття присвячена розгляду напрямів та джерел підвищення конкурентоспроможності територій шляхом нарощування активів, наведені характеристики конкурентних переваг регіону (сила, швидкість, спритність, висота). Обґрунтовано взаємозв'язок критеріїв (ступінь та характер впливу на економічний результат, зв'язок з місцем виникнення, уміння формувати конкурентні переваги), факторів (рівень економічного розвитку регіону, виробничий, природно-ресурсний, науковий потенціал регіону, інфраструктура, умови проживання та праці, інституційне середовище та рівень інноваційного розвитку регіону) та індикаторів конкурентоспроможності регіонів. Здійснено інтегральну оцінку соціально-економічного розвитку регіонів за 6 напрямками діяльності (економічна ефективність, інвестиційний розвиток та зовнішньоекономічна співпраця, фінансова самодостатність, ефективність ринку праці, розвиток інфраструктури, відновлювальна енергетика та енергоефективність) та виявлені причини втрати окремими регіонами конкурентних переваг (зменшення промислового виробництва, відтік інвестиційного капіталу, нестійка експортна динаміка, скорочення обсягів будівництва, зростання цін на споживчому ринку, погіршення ситуації на ринку праці і загальне падіння рівня доходів громадян). Наголошено на необхідності розробки стратегії подальшого соціально-економічного розвитку регіонів та застосуванні маркетингового інструментарію просування суб'єктів ринкових відносин шляхом позиціонування та розробки бренду територій, метою створення яких є не тільки формування позитивного та привабливого іміджу регіону, а і прагнення поширити цей образ у просторі для отримання максимальної користі та вигоди для його жителів.

Golovnya Y. Competitive positioning of regions in the spatial development of Ukraine.

The article is devoted to the study of the sources and directions for increasing the competitiveness of Ukraine's regions through the buildup of assets; the characteristics of a region's competitive advantages are laid out. The relationship is proven between the criteria of regions' competitiveness, such as the extent and the type of influence on economic results, the connection to the place of origin, the ability to generate competitive advantages, its factors (economic development level, the region's manufacturing, natural resource and scientific potential, infrastructure, accommodation and labor conditions, institutional environment and the region's level of innovative development) and indicators. The regions' level of social and economical development has been integrally assessed in 6 areas of activity: economic efficiency, investment development and foreign economic cooperation, financial self-sufficiency, labor market efficiency, infrastructure development, renewable energy and energy efficiency; the causes for certain regions' losing competitive advantages are identified as the reduction of industrial production, outflow of investment capital, unstable export dynamics, the decline in construction, increase in consumer prices, the deterioration in the labor market and a general decline of incomes. The necessity of developing a strategy for further socio-economic development and promoting the use of marketing tools for promoting market actors is

emphasized; it is proposed for the latter to be carried out in particular by developing and promoting regional brands aimed at creating a positive and attractive image for the region and spreading that image in space to maximize the benefits for the region's residents.

Головня Ю.И. Конкурентное позиционирование регионов в пространственном развитии Украины.

Статья посвящена рассмотрению направлений и источников повышения конкурентоспособности территорий путем наращивания активов, приведены характеристики конкурентных преимуществ региона (сила, скорость, ловкость, высота). Обоснована взаимосвязь критериев (степень и характер влияния на экономический результат, связь с местом возникновения, умение формировать конкурентные преимущества), факторов (уровень экономического развития региона, производственный, природно-ресурсный, научный потенциал региона, инфраструктура, условия проживания и труда, институциональная среда и уровень инновационного развития региона) и индикаторов конкурентоспособности регионов. Проведено интегральную оценку социально-экономического развития регионов по 6 направлениям деятельности (экономическая эффективность, инвестиционное развитие и внешнеэкономическое сотрудничество, финансовая самодостаточность, эффективность рынка труда, развитие инфраструктуры, возобновляемая энергетика и энергоэффективность) и выявлены причины потери отдельными регионами конкурентных преимуществ (уменьшение промышленного производства, отток инвестиционного капитала, неустойчивая экспортная динамика, сокращение объемов строительства, рост цен на потребительском рынке, ухудшение ситуации на рынке труда и общее падением уровня доходов граждан). Отмечена необходимость разработки стратегии дальнейшего социально-экономического развития регионов на основе применения маркетингового инструментария продвижения субъектов рыночных отношений путем позиционирования и разработки бренда территорий, целью создания которых является не только формирование положительного и привлекательного имиджа региона, но и стремление распространить этот образ в пространстве для получения максимальной пользы и выгоды для его жителей.

Постановка проблеми. Системною особливістю сучасного економічного розвитку є загострення конкурентної боротьби між усіма суб'єктами ринкових відносин. Конкурентоспроможність країни формується з конкурентних переваг її регіонів, кожен з яких є унікальним завдяки особливостям свого природно-ресурсного, індустріального, інвестиційного, інноваційного, трудового та інших потенціалів. Необхідність позиціонування територій у просторовому розвитку України пояснюється істотною зміною уявлення про роль та функції регіону у політичному і економічному середовищі. Радянський період характеризувався існуванням однорідної системи державного управління регіонами, яка робила ці регіони комплементарними по відношенню один до одного та унеможлилювала пряму конкуренцію. Сучасні тенденції економічних перетворень вимагають від регіонів більшої самостійності та ініціювання активної позиції місцевих бізнес-спільнот по виявленню і реалізації нових та вдосконаленню наявних конкурентних переваг.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми визначення конкурентних позицій регіонів знаходяться у колі наукових інтересів як вітчизняних так і зарубіжних вчених, зокрема М. Бутка, А. Сундука, І. Буткевич, Л. Чернюк, Т. Пепи, З. Герасимчук, О. Гранберга, І. Ансоффа та інших. Проте, у науковій літературі недостатньо висвітлені питання позиціонування регіонів на основі конкурентних переваг, що і обумовило актуальність теми дослідження.

Виокремлення невирішеної проблеми. З початком процесу модернізації існуюча регіональна політика з пріоритетами вирівнювання рівнів регіонів втратили свою актуальність, а конкуренція стала характерною умовою просування регіональних інтересів на фінансовому, інформаційному, освітньому, транспортно-логістичному ринках.

Розробка нових інструментів конкурентної боротьби регіонів, зокрема через процес позиціонування та створення іміджу території, дасть змогу посилити їх позиції.

Мета статті полягає у визначенні та обґрунтуванні підходів до виділення конкурентних переваг на основі позиціонування.

Результати дослідження. Сучасні тенденції економічного розвитку свідчать про те, що перспективи в глобальній конкуренції отримують ті регіони, які мають ресурсний потенціал та сприяють зростанню мобільності своєї економіки завдяки просуванню на ринок більш ефективних компаній та видів діяльності. Теоретичним підґрунтям змістових характеристик конкурентоспроможності є той факт, що у будь-яких змаганнях виграє більш сильний, спритний та мобільний економічний суб'єкт, у тому числі і регіони. Саме ці характеристики повинні стати базисом управління конкурентоспроможністю регіону та формування його конкурентних переваг.

Конкурентоспроможність регіону виступає як сукупність характеристик сили, швидкості, спритності та висоти. Проявом сили є здатність нарощувати соціально-економічний потенціал; швидкості – просування до мети, швидкість отримання необхідних характеристик та адаптація до змін внутрішнього та зовнішнього середовища регіону; спритності – здатність адаптуватися до мінливих обставин і забезпечувати на цій основі відповідність параметрів регіональної соціально-економічної системи до умов конкуренції; висоти – здатність забезпечувати лідируючі (порівняно з регіонами-конкурентами) позиції у різних сферах і галузях діяльності[1]. Змістовні характеристики конкурентоспроможності регіону формуються на основі його конкурентних переваг і є об'єктами регіонального економічного управління. Під конкурентними перевагами розуміють реалізовану за допомогою ринкових відносин і визнану (оцінену) ринком можливість суб'єкта зайняти лідируючі позиції у ринковому просторі країни та світу, позиціонуватися у якості лідера. Отже, головною метою суб'єктів ринкових відносин є здатність не тільки формувати конкурентні переваги, використовувати їх в інтересах сталого розвитку, а й постійно утримувати та оновлювати завдяки підвищенню інноваційної активності.

Підвищення інноваційної активності регіонів та територій відбувається завдяки:

створенню переваг перед іншими учасниками ринку за допомогою активного використання у виробництві та управлінні інноваційних рішень та розробок;

оперативному і максимальному використанні інноваційних продуктів в інтересах розвитку, збільшення виробництва товарів та послуг, підвищенню їх якості та зниженню витрат;

утриманню створених переваг за рахунок постійного інноваційного оновлення виробництва та розширення ринкових можливостей.

Зміцнюють свої конкурентні позиції і території, які активно формують і реалізують свої нематеріальні активи, включаючи привабливий імідж і позитивну репутацію, які дозволяють їм успішно конкурувати у ринковому середовищі. Завоювати лідируючі конкурентні позиції регіонам дозволяють критерії, фактори та індикатори конкурентоспроможності, взаємозв'язок яких представлено у таблиці 1. За даними Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України здійснено оцінку соціально-економічного розвитку регіонів на основі 26 показників за 6 напрямками діяльності (економічна ефективність, інвестиційний розвиток та зовнішньоекономічна співпраця, фінансова самодостатність, ефективність ринку праці, розвиток інфраструктури, відновлювальна енергетика та енергоефективність).

На основі проведеного аналізу регіони можна об'єднати у три групи:

I група – регіони, які посідають 1-5 місця: м. Київ, Дніпропетровська, Київська, Харківська та Вінницька області.

II група – 15 регіонів, що посіли з 6 по 20 місця: Миколаївська, Львівська, Запорізька, Рівненська, Івано-Франківська, Кіровоградська, Сумська, Волинська,

Хмельницька, Закарпатська, Одеська, Херсонська, Полтавська, Черкаська та Чернівецька області.

III група – регіони, які за інтегральними розрахунками посіли п'ять останніх (21-25) місць: Чернігівська, Житомирська, Тернопільська, Донецька та Луганська області.

Таблиця 1 – Взаємозв'язок критеріїв, факторів та індикаторів конкурентоспроможності регіонів [2]

Критерій	Фактори конкурентоспроможності	Базові індикатори конкурентоспроможності
Ступінь та характер впливу на економічний результат	Рівень економічного розвитку регіону	– ВРП (валовий регіональний продукт) – ВРП на душу населення – Темпи росту ВРП – Обсяг експорту – Доходи на душу населення
	Виробничий потенціал регіону	Ступінь зносу основних фондів Інвестиції в основний капітал Іноземні інвестиції в економіку
Зв'язок з місцем виникнення	Природно-ресурсний потенціал	Обсяг видобутку корисних копалин Індекс виробництва за видами економічної діяльності «Видобуток корисних копалин»
	Інфраструктура регіону	Густота залізничних шляхів загального призначення на 10 км ² території Густота автошляхів з твердим покриттям на 1000 км ² території Житловий фонд (м ² на 1-го жителя регіону)
	Умови проживання та праці	Чисельність зареєстрованих безробітних Рівень безробіття Обсяги викидів в атмосферу забруднюючих речовин Обсяги скидів забруднюючих речовин у водні об'єкти Рівень захворюваності населення
	Інституційне середовище	Наявність формальних та неформальних інститутів
Уміння формувати конкурентні переваги	Науковий потенціал	Чисельність працівників, зайнятих у наукових дослідженнях та розробках Кількість організацій, які виконують наукові дослідження та розробки
	Рівень інноваційного розвитку регіону	Кількість застосованих інноваційних продуктів Інноваційна активність організації, %

Втрата окремими регіонами своїх конкурентних переваг пов'язана, в першу чергу, з кризовими явищами у суспільстві: зменшенням промислового виробництва, відтоком інвестиційного капіталу, нестійкою експортною динамікою, скороченням обсягів будівництва, зростанням цін на споживчому ринку, погіршенням ситуації на ринку праці і загальним падінням рівня доходів громадян.

Складна економічна ситуація насамперед зумовлена веденням військових дій на сході України, що викликало ланцюжкову реакцію дисбалансу в усіх сферах економічної діяльності та соціальной сфері. Розташовані у східних регіонах виробництва вугільної, металургійної, машинобудівної, хімічної промисловості, що забезпечували значну частину внутрішнього промислового виробництва та експорту, зазнали величезних втрат, знищено низку транспортно-логістичних об'єктів, зростає навантаження на соціальний сектор через значну кількість внутрішньо переміщених осіб.

З метою подолання кризових явищ у регіонах необхідно розробити стратегію подальшого соціально-економічного розвитку, націлену на врахування останніх тенденцій та очікуваного впливу зовнішніх чинників, а також механізм конкретних дій щодо посилення конкурентоспроможності територій [4].

В сучасних умовах конкуренція між регіонами складається не тільки з можливостей лобювання інтересів територій регіональними органами влади з метою перерозподілу фінансових ресурсів, але і реального залучення в свій регіон інвестицій та

позиціонування серед інших. Позиціонування - це комплекс зусиль по формуванню та підтримці певних асоціацій, які надалі будуть допомагати споживачам швидко розрізнити, впізнавати, можливо, віддавати перевагу регіону серед територій-конкурентів. Мета регіонального позиціонування – виділити ключові характеристики регіону, які стануть основними аргументами його просування на ринку. Здійснення процесу позиціонування території можливе на основі виявлення, формування та просування брендів території, які дозволяють впізнавати їх серед інших.

На думку Ф. Котлера, бренд території – це сукупність унікальних якостей, вічних загальнолюдських цінностей, що відображають своєрідність, неповторні оригінальні споживчі характеристики даної території, відомі широкому загалу, одержали суспільне визнання та користуються стабільним попитом споживачів даної території [5]. Відповідно до теорії «гуру» в галузі брендингу Саймона Анхольта існує шість елементів сучасного бренду території: туризм, експортні бренди, політика, бізнес та інвестиції (прибуткова складова), культура та населення (соціальна складова).

Метою створення брендів територій є не тільки формування позитивного та привабливого іміджу регіону, а і прагнення поширити цей образ у просторі для отримання максимальної користі та вигоди для його жителів. Бренд допомагає території вирізнитися, насамперед, своєю яскравою індивідуальністю, яка у неї є в реальності або яку фахівці – розробники бренду цілеспрямовано створюють у масових уявленнях. Успішний та сильний бренд може сприяти популярності регіону, привертати до нього увагу, позиціонувати переваги саме цього місця серед безлічі інших. Формування брендів регіонів України в сучасних умовах найчастіше відбувається стихійно. Місцева влада нерідко вирішують ці питання, спираючись лише на власне розуміння проблеми. Проведення заходів по формуванню іміджу та репутації регіону не мають відповідного наукового підґрунтя, поза увагою залишається думка регіональних громадських організацій, бізнес-спільнот та представників засобів масової інформації [6].

Висновки та пропозиції. Сучасний просторовий розвиток України характеризується посиленням територіальних дисбалансів та втратою конкурентних позицій окремими регіонами. Розробка стратегії подальшого соціально-економічного розвитку регіональних систем на основі регіонального маркетингу та впровадження дієвого механізму підвищення конкурентоспроможності територій дозволить діагностувати конкурентні якості, виявляти нові резерви конкурентоспроможності, а також формувати адекватні управлінські рішення. Дієвими складовими відновлення лідируючих позицій повинні стати маркетингові інструменти, зокрема позиціонування бренду території, який стане передумовою для прискорення соціально-економічного розвитку території та підвищення рівня і якості життя населення.

Список використаних джерел:

1. Головихин С.А. Методические подходы к оценке конкурентоспособности региона / С. А. Головихин // Вестник ЮУПИ. – 2013. – №1 (10). – С. 61–71.
2. Хрипко С. В. Критерии и факторы формирования конкурентоспособной экономики региона // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд . 2011. №7. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kriterii-i-factory-formirovaniya-konkurentosposobnoy-ekonomiki-regiona> (дата обращения: 14.02.2016).
3. <http://www.minregion.gov.ua/about/> - офіційний сайт Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України
4. Герасимчук З.В. Конкурентоспроможність регіону: теорія, методологія, практика: монографія / З.В.Герасимчук, Л.Л.Ковальська. – Луцьк: Надстир'я, 2008. – 248 с.
5. Котлер Ф. Маркетинг мест / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн. – Издательство : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 418 с.
6. Притыченко Т. И., Прохорова Т. П., Рожко В. И. Формирование бренда территории на примере Харьковской области // Бизнес Информ. – 2014. – №3. – С. 83–94.

Ключові слова: конкурентоспроможність регіону, конкурентні переваги, позиціонування території, бренд території

Ключевые слова: конкурентоспособность региона, конкурентные преимущества, позиционирование территории, бренд территории

Keywords: the region's competitiveness, competitive advantages, positioning site, the brand site

УДК 336.225.61

ПОДАТКОВА КУЛЬТУРА ЯК ДЕТЕРМІНАНТА СУЧАСНОГО ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ

Кучерова Г. Ю., к.е.н., доцент, Класичний приватний університет, м. Запоріжжя

Кучерова Г.Ю. Податкова культура як детермінанта сучасного оподаткування в Україні.

В статті здійснено спробу розкрити зміст поняття податкової культури крізь призму фінансово-економічних та психолого-соціологічних поглядів, в результаті чого виявлено багатоаспектність та складність даної категорії, яка представляє собою систему знань, цінностей, уявлень, що існують у свідомості громадян та формується на податкових традиціях, сукупність яких обумовлює форму міжсекторної взаємодії платників податків з державними інститутами з приводу оподаткування. З метою формування загальної картини щодо стану податкової культури в Україні здійснено аналіз показників тіньової економіки та контрольної-перевірочної роботи Департаменту податкового та митного аудиту, в результаті чого продемонстровано недостатній рівень податкової дисципліни суб'єктів підприємницької діяльності в умовах послаблення адміністративного тиску держави. Саме тому сумніву підлягає ствердження, що зниження адміністративного тиску на платників податків сприяє розвитку сумлінності сплати податків. Доведено, що як результатом, так і передумовою формування податкової культури виступає податковий продукт, який запропоновано розглядати як фінансовий (речовий та неречовий) та інтелектуальний (речовий та неречовий) результат людської праці, що задовольняє соціально-економічні потреби суспільства шляхом власного формування та перерозподілу. Зроблено припущення, що податкова культура в Україні сформувалася та відповідає достатньому рівню, проте, відображає не розвиток державності, а засоби виживання суб'єктів на тлі задоволення окремих комерційних інтересів. Тому, з метою формування податкової культури, що відповідає умовам державності, пропонується досліджувати її не окремо, а з позиції взаємозв'язку «податкова культура – податковий продукт».

Kucherova H. Tax culture as a determinant of modern taxation in Ukraine.

The paper attempts to reveal the content of the concept of tax culture through the prism of financial, economic and psycho-sociological views, causing revealed the multidimensional nature and complexity of this category, which is a system of knowledge, values and ideas that exist in the minds of citizens and is formed on the tax traditions the totality of which determines the form of cross-sectoral cooperation with state institutions taxpayers about taxation. In order to obtain an overall picture of the state of tax culture in Ukraine The analysis of indicators of the shadow economy and checkout of the Department of tax and customs audit, resulting in demonstrated inadequate fiscal discipline of business entities in a weakening of the