

ЕВОЛЮЦІЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО КОНЦЕПЦІЇ РЕГІОНАЛЬНИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

У статті зроблено спробу визначити теоретичні підходи та фактичний стан регіональних конкурентних переваг. Наведено еволюцію цих підходів та конкурентні переваги факторних умов галузей Одеського регіону

An attempt to define theoretical approaches and actual of regional kon'yukturnik advantages is done in the article. The evolution of these approaches and competitive edges of terms of factors of industries of the Odessa region is resulted.

Постановка проблеми. Сучасний розвиток регіонів України в цілому характеризується продовженням реформування їх економічних структур. Якщо раніше стояли завдання запуску ринкового механізму, реформування відносин власності, приватизації в регіонах, то сьогодні стоїть завдання структурних змін з метою створення ефективної регіональної економічної структури. Ефективність цієї структури повинна бути сталою у довготерміновій перспективі і тому актуальним є визначення на регіональному рівні пріоритетних галузей, на мікроекономічному – вибір конкретних сфер діяльності. Сама через це при розробці державних регіональних програм необхідно застосовувати, поруч з іншими, методи оцінки перспективності розвитку, враховувати стратегічні можливості виникнення конкурентноздатних виробництв на українському і світовому ринках. При виборі стратегічних шляхів розвитку банки, міжгалузеві концерни, інвестиційні компанії стають перед проблемою визначення сфер діяльності, в яких вони зможуть досягти сталого конкурентноздатного положення. При цьому важливою складовою успіху є наявність у регіоні підприємств з конкурентними перевагами в конкретній галузі. Усі ці причини викликають необхідність розробки методів і механізмів, які дозволили б ефективно розпоряджатися фінансовими, трудовими, науковими і іншими ресурсами регіонів і галузей, уникати вкладання великих коштів у галузі регіонів, які не мають реальних конкурентних переваг. Отже, проблемою є більш конкретний підхід до становлення конкурентних переваг регіональних економік та їх галузей.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Регіональні конкурентні переваги, як об'єкт дослідження, відображені у багатьох напрямках економічної науки: макроекономічних, мікроекономічних, регіональних. Серед великої кількості робіт з регіональної тематики слід назвати теорію конкуренції європейських міст (К. Джексона-Батлера, Я. Ван Висента), регіональної конкуренції (С. Харді, Л. Альбрехтса), нового регіоналізму (М. Кітінга), територіальних кластерів (М. Портера) соціального кластеру (А. Родрігеса – Посе), відкритого регіоналізму (В. Міхеєв), значні досягнення з означеної проблематики є в працях українських дослідників: Варналія З.С., Романюка С.А., Чужикова В.І. та багатьох інших. В роботах цих та інших авторів конкурентні переваги розглядаються з різних сторін і при цьому в різних концепціях під терміном «конкурентні переваги» мають на увазі різні поняття.

Аналіз публікацій показує що більшість існуючих концепцій регіональних конкурентних переваг оцінюють привабливість регіонів для бізнесу в цілому, але не

враховують ті обставини що одні й ті ж регіональні умови можуть по-різному впливати на переваги різних галузей. При аналізі конкурентних переваг регіонів багато авторів концентрують увагу на специфічних умовах, які впливають на конкретні галузі (наявність природних умов і ресурсів, виробничий потенціал галузі, екологічні імперативи тощо) і порівнюють регіони за цими позиціями, але при цьому ігнорується низка менш впливових для даної галузі умов, але які можуть мати важливе значення в перспективі. Вагомим на нашу думку, є й такий аргумент: досить високий рівень узагальнення регіонального аналізу не дозволяє використати його результати при визначенні перспективності вузьких секторів економіки регіону.

Мета статті: аналіз існуючих та пошуки нових підходів до виявлення регіональних конкурентних переваг.

Основні результати дослідження. Сучасний стан соціально-економічного розвитку регіонів України потребує розробки і впровадження нових підходів і методів щодо підвищення конкурентоспроможності регіонів. Конкурентні переваги регіонів тісно пов'язані з рівнем розвитку і конкурентністю їх галузей і підгалузей. Найбільший розвиток поняття «конкурентні переваги» отримало в західних теоріях менеджменту і маркетингу, де воно використовується для опису товарів і виробників:

- конкурентна перевага товару – властивість товару, яка сприяє його привабливості для споживачів у порівнянні з товарами – конкурентами;
- конкурентна перевага фірми – ресурс, який має фірма і який ставить її у вигідніше конкурентне положення у порівнянні з фірмами-конкурентами.

Регіональні аспекти в мікроекономічних теоріях розглядаються лише як частина багатьох факторів зовнішнього середовища організації, а саме, природні умови, економічні умови, соціальні умови, екологічна ситуація, регіональна політика місцевих органів влади. При цьому вважалося, що організація не може впливати на умови зовнішнього середовища. І тому завданням фірми є – адаптація до цих умов з метою уникнення небезпеки і використання можливостей зовнішнього середовища.

Оскільки однією з основних задач макроекономіки є вивчення глобальних економічних явищ для створення теоретичної бази державного регулювання, то сукупність конкурентних переваг територій (регіонів) розглядалась, з одного боку, як умови, в яких здійснюється вирішення макроекономічних задач, з іншого боку – як об'єкт впливу державної регіональної політики. Окрім конкурентних переваг товарів і фірм, макроекономічний підхід пояснює переваги країн в різних галузях на основі аналізу умов, які впливають на добробут країни в різних сферах підприємницької активності. З макроекономічної точки зору конкурентні переваги країни визначаються чотирма групами умов, що склалися в країні: факторні умови; умови попиту; вплив споріднених галузей; стратегія фірм, їх структура і суперництво. Як додаткові умови можна виділити роль випадку і роль уряду. Ця концепція носить глобальний характер і не прийнятна для визначення перспективних сфер діяльності в умовах українських регіонів. По-перше, ця концепція зорієнтована цілком на ринкову економіку, а українську економіку такою ще не можна назвати. По-друге, ця концепція побудована на розбіжностях між країнами світу, а в умовах України багато з показників практично однакові для усіх регіонів, наприклад, податкове, митне законодавство, освітня стандарти, екологічні нормативи тощо. Розбіжності між нашими регіонами є у наявності розвіданих родовищ корисних копалин, у промисловому освоєнні, соціально-економічних умовах, чому в згаданій концепції відведено мало місця. В-третьє – теорія конкурентних переваг країн світу носить описовий характер і не аналізує та не

пропонує методів визначення перспектив конкурентної переваги регіонів, їх галузей і підгалузей.

Отже, закономірності і тенденції, які пояснюються теорією міжнародної конкуренції актуальні при масштабних дослідженнях розбіжностей між країнами. При аналізі меншого масштабу наприклад, фірми, її конкурентні переваги визначаються: факторами макросередовища (зовнішнє середовище непрямого впливу – постачальники, споживачі, конкуренти, партнери); факторами внутрішнього середовища (активи, персонал, технології, система управління тощо). Конкурентні умови (переваги) регіону є факторами, які впливають на зовнішнє мікро середовище організації і в свою чергу залежать від макросередовища країни. До регіональних умов, які визначають конкурентні переваги відносяться факторні умови, умови взаємодії галузей, соціально-економічні і політичні умови (Рис. 1). Саме факторні умови найбільшою мірою визначають конкурентні переваги регіону. Ця група умов інертніша і майже не змінюється.

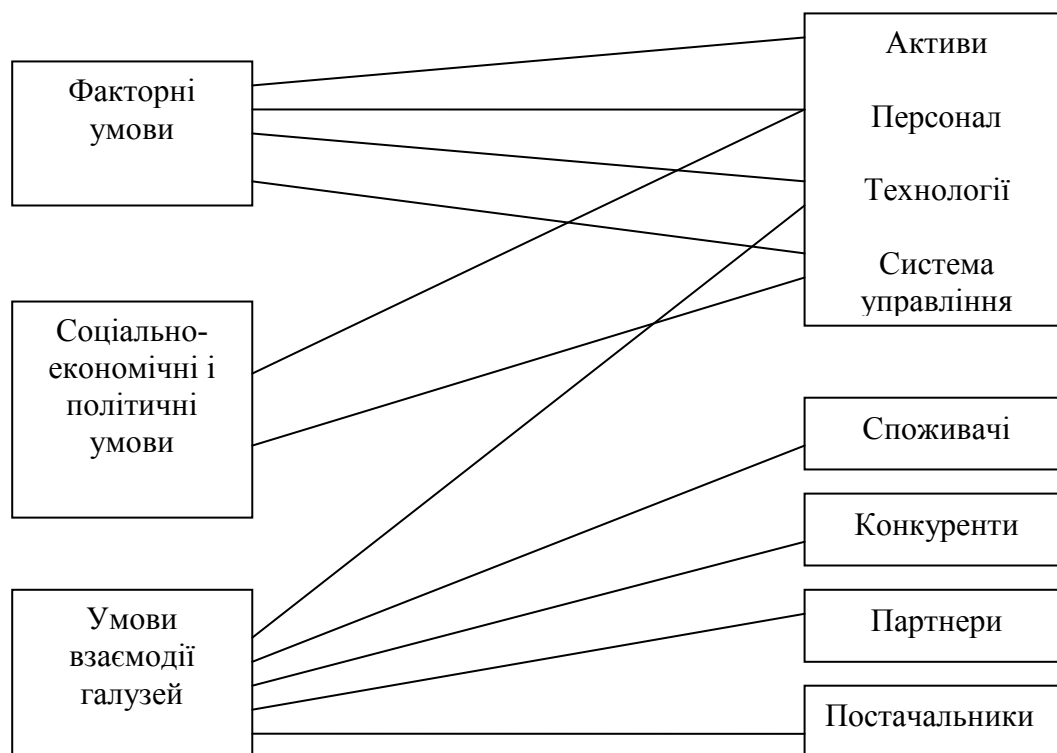


Рис.1. Напрямки впливу детермінант регіональних конкурентних переваг на елементи конкурентних переваг.

Одночасно факторні умови виступають як основні елементи системи. Умови взаємодії характеризують зв'язки, які складаються між основними елементами системи. Соціально-економічні та політичні умови мають непрямий вплив на конкурентні переваги регіонів.

Від того, на скільки продуктивно у даному регіоні використовуються перелічені детермінанти залежить рівень його конкурентних переваг. При цьому під конкурентними перевагами слід розуміти здатність регіону використовувати свої умови так, щоб успішно конкурувати на світовому ринку. Використання наявних

конкурентних переваг на світовому ринку вимагає акцентування уваги на дослідженні факторних умов, які, з одного боку, сприяють або перешкоджають ефективному використанню переваг конкурентоспроможності на світовому ринку, а з іншого – визначають механізм оптимізації впливу на розвиток експортного потенціалу регіону.

Розглянемо реальні умови і джерела конкурентних переваг регіональної економіки Одеської області. Складові внутрішнього потенціалу Одеської області дозволяли завжди мати значну частку і позитивне сальдо у зовнішніх відносинах, але у 2006р. склалося негативне сальдо зовнішньої торгівлі області, спостерігалось зменшення обсягів експорту товарів і послуг на 11,0%. і ця динаміка насторожує. Так, якщо у 2004р. загальний обсяг експорту області складав біля 7% від експорту України, то у 2007 році - 2%. Тут суттєве зменшення обсягів товарного експорту зумовлено, насамперед, практичною відсутністю поставок з області нафтопродуктів, обсяг експорту яких склав 3,3 млн.дол. і зменшився на 300,2 млн.дол. у порівнянні з попереднім роком, у зв'язку з призупиненням на довготривалу реконструкцію ВАТ “Лукойл-Одеський НПЗ”. На жаль це говорить лише про значну залежність економіки регіону від діяльності одного підприємства.

Експорт послуг області у 2004році складав 15% від експорту послуг України, а у 2007 році, хоч це і кращий показник по Україні, лише 11,7%. Поруч з цим, за даними Одеського облстату, збільшується кількість підприємств експортерів послуг (з 383 у 2000р. до 619 у 2006р. У 2006р. обсяг експорту послуг становив 879,8 млн.дол.США, що на 5,9% більше, ніж у 2005р. та у 2,3 раза ніж у 2000р. Серед послуг, які надавались Одеською областю країнам світу, основними були транспортні послуги – 802,0 млн.дол.США або 91,2% експорту послуг 2006р. (у 2005р. – відповідно 760,5 млн.дол. або 91,6% та у 2000р. – 352,4 млн.дол. або 91,1%). Повільне зростання цього показника спостерігається з 2000р. Якщо детальніше розглянути структуру цих послуг, то простежується тенденція лідерства підприємств які надавали послуги морського транспорту (у 2000р. обсяг експорту становив – 292,6 млн.дол., у 2005р. – 500,8 млн.дол., у 2006р. – 500,3 млн.дол.США). [5,с.25-28]. Аналіз товарної структури експорту області показує, що у вивозі продукції провідне місце стабільно займають сировинні товари (аміак, карбамід, азотні і фосфорні добрива, волокна, шкіри, чорні та кольорові метали), продукція харчової промисловості та переробки сільськогосподарських продуктів. 46,5% товарного експорту області припадає на хімічну та нафтохімічну промисловість, біля 21% - на харчову промисловість та сільгосппродукти, біля 15,5% - на чорні та кольорові метали, металобрухт, понад 10% - на машини, устаткування та прилади. На жаль регіон давно втратив конкурентні переваги у таких галузях, як виробництво меблів, побутової техніки, багатьох видів машин, будівельної техніки, оздоблювальних матеріалів.

Питома вага експорту до країн СНД складала 7,9% загального експорту послуг області проти 7,4% у 2005р. та 11,8% у 2000р., до країн “далекого зарубіжжя” - відповідно 92,1% проти 92,6% та 88,2%. Головним споживачем послуг підприємств Одеської області серед країн СНД є Росія, обсяг експорту до якої становив у 2006р. 35,3 млн.дол., що на 3,4% більше, ніж у 2005р. та на 3,7% менше, ніж у 2000р. Серед інших країн світу найвагомішими в експорті були: у 2000р. – США, Греція, Ірландія,

Болгарія, Німеччина; у 2006р. – Кіпр, США, Данія, Швейцарія, Велика Британія. Отже, Одеська область є регіоном, де найбільш конкурентоспроможними є транспортні послуги, харчова промисловість, оптова торгівля та посередництво в торгівлі, операції з нерухомістю, хімічна та нафтохімічна промисловість, готельний і ресторанний бізнес. У перспективі мають відновитись і створити конкурентне середовище науково місткі галузі, насамперед, верстатобудування. Серед пріоритетних напрямків підвищення конкурентоспроможності регіону – розвиток рекреаційно-туристичного кластеру, зокрема будівництво готелів туристичного і бізнес-класу.

Невід’ємною і найголовнішою складовою формування конкурентних переваг регіонів України є розширення експорту так званих «динамічних продуктів» тобто інноваційних товарів, попит на які стрімко зростає. Серед 20 динамічних продуктів більш – менш помітну роль в експорті регіонів України відіграють лише електричне обладнання та частини до нього (136млн.доларів), устаткування для передачі електроенергії (84млн.доларів), телекомунікаційне обладнання та частини до нього (71,7 млн. доларів)[1,с.76]. На жаль, Одеська область майже не присутня на світових ринках динамічних товарів.

Висновки. Отже, важливим висновком до даного дослідження є те, що конкурентні переваги регіону мають бути адаптовані до нових реалій і повинні бути пов’язані з міжнародним управлінням, страхуванням фінансових і політичних ризиків. Рішення здійснювати експорт підприємцями регіону повинні диктуватися бажанням використати переваги, які недоступні конкурентам, що також намагаються діяти в тому секторі і в тому напрямку.

Підвищенню конкурентних переваг на якісній новій основі сприятиме переорієнтація економіки регіону на освоєння принципово нових видів продукції у тих галузях, які формують прогресивні технологічні уклади. Регіональна політика має бути спрямована на стимулювання випереджаючого розвитку присутності регіонів на нових ринках: інформаційних технологій, електронних виробів, лазерної техніки, автоматизованого та офісного обладнання, нових матеріалів і хімічних продуктів, електрообладнання для транспортних засобів.

Подальші дослідження цієї проблеми мають бути направлені в русло пошуку інноваційних шляхів підвищення конкурентних переваг регіону більш раціонального використання ендегенних ресурсів.

Література.

1. Вахненко Т. Товарний експорт України в системі світогосподарських зв’язків //Економіка України. - 2006.- № 6.-С. 73 - 84.
2. Логвіновська С.І., Семенов В.Ф. конкурентоспроможність галузей економіки Одеського регіону.// Маркетинг у сферах і галузях економіки регіону. Науковий збірник. – Чернівці, 2007. – С. 64 – 67.
3. Портер М. Международная конкуренция. – М.: Международные отношения, 1993. – С. 247.
4. Статистичний щорічник Одеської області за 2006 рік. – Одеса, 2007. – 486 с.
5. Структурні зміни в економіці та соціальній сфері Одеської області у 2006 році/ Економічна доповідь. Відповідальний за випуск Копилова Т.В.- Одеса.- Головне управління статистики в Одеській області, 2007.-96с.

