

консолідованого економічного простору країни, збільшення ємності внутрішнього ринку; посилення внутрішньої міжрегіональної кооперації, насамперед у виробничій сфері; структурну модернізацію регіональної економіки, запровадження енергозберігаючих технологій, розвиток екологічно безпечного виробництва, раціональне використання наявних регіональних ресурсів; формування конкурентоспроможних регіональних економік на основі оптимального використання внутрішнього ресурсного потенціалу регіонів; забезпечення стабільного розвитку людського капіталу та вирішення соціальних проблем з метою підвищення добробуту громадян і мінімізації регіональної диференціації доходів та рівнів життя населення.

Несприятлива зовнішня кон'юнктура та відсутність прогресу у структурних реформах, а також високий рівень корупції в Україні не будуть сприяти швидким поступальним темпам зростання економіки в цілому, що позначиться на уповільненні темпів росту валових регіональних продуктів.

За усередненим прогнозом різних інституцій (від МФУ і МЕРТУ до МВФ та СБ), динаміка економічного розвитку України у короткостроковому періоді коливатиметься у межах від 90% у 2014 р. до 102% у 2015 р. порівняно з попереднім роком. Середньорічний темп росту ВВП за 2014-2015 роки тоді складе 96%. Якщо реалізується прогноз закінчення збройного конфлікту з РФ в поточному році, то вже у 2015 році економіка України вийде на 1-3% приросту ВВП. У наступні чотири роки середньострокового періоду (2016-2019 рр.) вона буде в змозі забезпечити сталі середньорічні темпи приросту ВВП у 3-4%. Хоча за покращенням світової кон'юнктури для експортно-орієнтованої української економіки, вона може сподіватись й на 5-7% приросту ВВП, що спостерігались в Україні в минуле докризове 9-річчя економічного зростання її економіки (2000-2008 рр.). В умовах мінімальних іноземних та внутрішніх інвестицій, суттєвих обсягів боргового капіталу, існує ризик зростання безробіття і скорочення соціальних видатків у бюджеті України. Негативні тенденції будуть призупинені лише за умови завершення збройного протистояння в східних регіонах з поновленням їх інфраструктури та суттєвих грошових вливаннях у соціальну сферу населення Донбасу.

РОЛЬ МАРКЕТИНГУ У ПІДВИЩЕННІ ВНУТРІШНЬОЇ АДАПТАЦІЇ ЕКОНОМІКИ РЕГІОНІВ ДО УМОВ СВІТОГОСПОДАРСЬКОГО СЕРЕДОВИЩА

*Наденко І.С., викладач кафедри економічної кібернетики і маркетингу,
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси, Україна*

Процеси глобалізації, які викликають як позитивні, так і негативні наслідки, диктують головні тенденції розвитку світової економіки. Наслідки глобальних процесів позначаються на тенденціях розвитку внутрішніх національних ринків, що

викликає необхідність розробки дієвого механізму регіонального маркетингу як інструменту досягнення підвищення рівня конкурентоспроможності регіонів та країни в цілому.

Як зазначають В.В. Дергачова і Т.Г. Шеремет, стратегічний розвиток України не може сформуватися без врахування усіх факторів глобалізації та глобальної конкуренції, оскільки вони впливають і у майбутньому впливатимуть на життя націй. При цьому, на думку авторів, пріоритет неодмінно має бути наданий внутрішнім процесам, внутрішній адаптації економіки України до умов світогосподарського середовища.

Теоретико-практичним основам розробки механізмів управління регіональним маркетингом присвячено праці багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених, серед яких І.В. Арженовский, Д.В. Візгалов, О.В. Жердева, І.В. Князева, Ф. Котлер, А.Н. Лавров, М.А. Окландер, А.П. Панкрухін, М. Портер, Т.В. Сачук та ін. Проте питання формування дієвого механізму регіонального маркетингу, який дозволяв би досягати високого рівня адаптації регіонів до умов світогосподарського середовища досліджено недостатньо, що й зумовлює необхідність подальших досліджень.

Одним з основних критеріїв оцінки ефективності економічного розвитку країни є рівень її міжнародної конкурентоспроможності, який позиціонує країну відповідно до інших шляхом рейтингового дослідження. З маркетингової точки зору рейтинги відіграють роль індикаторів: для партнерів і споживачів вони несуть інформацію про потенційні можливості країни, для громадськості – виконують іміджеву функцію, формуючи образ країни, її привабливість з точки зору відпочинку, постійного місця проживання і т. ін. Для країни рейтинги важливі для внутрішнього аналізу параметрів розвитку, виявлення слабких і сильних сторін, коригування стратегії середньострокового і довгострокового розвитку. Тому моніторинг динаміки становища України у провідних світових рейтингах, є невід'ємним інструментом для прийняття маркетингових рішень, оцінки їх ефективності та управління конкурентоспроможністю країни.

Одним з показників рейтингового позиціонування країни є Індекс глобальної конкурентоспроможності (The Global Competitiveness Report), який оцінює здатність національних економік до динамічного розвитку у середньостроковій перспективі. Індекс ґрунтується на оцінці 113 показників, розподілених за 12 групами, з яких чотири становлять базові фактори, шість – фактори, що підвищують ефективність, два – інноваційні фактори. Як свідчать дослідження, у період 2007 – 2013 р.р. Україна втратила 15 позицій й посіла 84 місце серед 148 країн (табл. 1). Індекс глобальної конкурентоспроможності 2013 – 2014 рр. становив 4,05 із сімох можливих на одному рівні з Уругваєм (4,05) та близьким за позиціонуванням Тунісом (4,06) і Гватемалою (4,04).

Зниження рейтингу базових факторів спричинено погіршенням інституційного середовища та негативним впливом макроекономічних чинників, а факторів підвищення ефективності – зниженням ефективності ринку та недостатністю розвитку технологій.

Позиціонування України у світових рейтингах

Роки	Рейтинг глобальної конкурентоспроможності		Рейтинг інноваційності
	рейтинг	індекс	
2007	78	3,89	н/д
2008	73	3,98	н/д
2009	72	4,09	79
2010	82	3,95	61
2011	89	3,90	60
2012	82	4,00	63
2013	84	4,05	71

Джерело: за матеріалами World Economic Forum, Doing Business, Information Technology and Innovation Foundation

Лідуючі позиції у рейтингу конкурентоспроможності України займають вища освіта та обсяги ринку (38 і 43 місце відповідно). Слід зазначити, що значна ємність внутрішнього ринку забезпечується, в більшій мірі, чисельністю населення і внутрішнім споживанням товарів і послуг. Проте зазначені фактори не чинять суттєвого впливу на підвищення ефективності функціонування економіки через їх низький якісний параметр. Так, наприклад, згідно Індексу глобальної конкурентоспроможності 2013 р., за рівнем розвиненості ринку товарів і послуг Україна посідає 124-е місце з 148-ми.

Як зазначає А. Сливоцький, основним фактором високої конкурентоспроможності суб'єктів міжнародних економічних відносин є їх сприйнятливість до інновацій. Тобто усі конкурентоспроможні суб'єкти дотримуються інноваційного типу поведінки [3].

Незалежна організація Фонд інформаційних технологій та інновацій (Information Technology and Innovation Foundation - ITIF), яка проводить оцінку інноваційності країн Європи, Азії та Північноамериканського регіону, відзначає зниження динаміки інноваційного потенціалу України майже за усіма ключовими показниками системи оцінки. Недостатня інноваційна активність вітчизняних компаній і підприємств, на думку дослідників, зумовлена зменшенням частки високотехнологічних виробництв, що спричиняє зниження попиту на власні науково-дослідні та прикладні розробки й стримує трансфер технологій [2].

Як показує міжнародний досвід, одним з ключових інструментів реалізації стратегії розвитку регіону, є регіональний маркетинг, в основі якого лежить виявлення конкурентних переваг регіону, його позиціонування щодо інших конкуруючих регіонів, формування позитивного іміджу та інвестиційної привабливості території.

Основний функціональний зміст маркетингу регіонів полягає, з одного боку, в інформаційно-аналітичному дослідженні регіону та його ринків, а з іншого – у

застосуванні маркетингових методів та інструментів для підвищення конкурентоспроможності регіону, забезпечення плідної взаємодії влади, бізнесу і громадськості.

З огляду на це, до основних факторів, які охоплює сфера регіонального маркетингу, й регулювання яких сприятиме внутрішній адаптації економіки регіонів України до умов світогосподарського середовища та підвищенню їх конкурентоспроможності, пропонуємо такі:

1. Зручне географічне розташування з розвинутою транспортною інфраструктурою.

2. Наявність природних ресурсів (або вдале їх комбінування), які надають економічні переваги регіону, а також володіють високим потенціалом до забезпечення його інноваційного розвитку.

3. Розвиненість науково-технічного потенціалу регіону, а також висока ступінь використання інновацій і наявних знань.

4. Наявність великих підприємств, промислових та агропромислових кластерів.

5. Активна участь у світогосподарських взаємозв'язках й трансграничне співробітництво.

6. Ефективна бюджетно-фінансова, податкова системи та розвиненість економічної інфраструктури.

7. Високий рівень розвитку туризму та рекреації.

Список літератури:

1. Дергачова В.В. Україна в системі міжнародної конкурентоспроможності: оцінка позицій, причини і шляхи відродження / В.В. Дергачова, Т.Г. Шеремет // Економічний вісник НТУУ «КПІ». – 2010. – №7. – С. 59-66.

2. Лошенко В.Є. Конкурентоспроможність економіки України у міжнародних рейтингах / В.Є. Лошенко // Науковий вісник Чернівецького університету. – 2009. – Випуск 494. – Серія: Економіка. – С. 14-22.

3. Сливоцький А. Міграція капіталу: як у замислах на кілька кроків випередити своїх конкурентів: [Пер. с англ.] / Адріян Сливоцький. – К.: Унів. вид-во «Пульсари», 2001. – 296 с.

ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРУ

Павлюк Т.Д., аспірант кафедри економічної кібернетики, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, м. Івано-Франківськ, Україна

Туристичній економіці України з часів її незалежності притаманний певний практично незмінний набір характеристик: домінування в даному секторі малих та