

Міністерство освіти і науки України
Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

ОЛІЙНИК Данило Андрійович

УДК 351:330.34.009.12

ДИСЕРТАЦІЯ
ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ДЕРЖАВНОЇ
ПОЛІТИКИ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

281 «Публічне управління та адміністрування»

Подається на здобуття ступеня доктора філософії

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,
результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ Д.А. Олійник

Науковий керівник:

Масик-Бесова Марія Зіновіївна,

кандидат наук з державного управління

КИЇВ – 2026

АНОТАЦІЯ

Олійник Д.А. Формування конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 281 «Публічне управління та адміністрування». – Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського, Київ, 2026.

У дисертації наведено вирішення важливого науково-прикладного завдання, що полягає в теоретико-методологічному обґрунтуванні положень та розробленні науково-практичних рекомендацій щодо формування конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні в умовах глобалізації.

Розроблено підходи до дослідження конкурентоспроможної політики на державному та регіональному рівнях через визначення економічних цілей та соціального ефекту від їх досягнення, систематизації функцій конкуренції в умовах глобалізації (алокативна ефективність, макроекономічна ефективність, санації, адаптаційна, інноваційна та стимулююча, контролю, інформаційна функція).

Удосконалено механізм формування та реалізації конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні на підставі узагальнення сукупності елементів, а саме: суб'єкт (органи публічного управління); мета (ефективний захист конкуренції та розвиток конкурентного середовища для забезпечення сталого економічного розвитку економіки регіонів); засоби (система антимонопольного законодавства (АМЗ), програмні документи, фінанси (пільги та преференції тощо), інформація про конкурентне середовище); форма (захисна – переважно пряме регулювання; активна - переважно непрямий вплив); методи (захисні, активні, непрямі); інструменти (правове та економічне регулювання); модель (жорстка, м'яка); об'єкт

(конкурентне середовище, структура ринку, конкурентні відносини, суб'єкти ринку, діяльність органів публічного управління).

У результаті дослідження основних детермінантів, які повинні враховуватися при розробці та реалізації механізму конкурентоспроможної політики на регіональному рівні, виявлено та уточнено сутність елементів соціально-економічної системи регіону: конкурентна перевага (можливість суб'єкта, що реалізується, забезпечити в процесі конкуренції короткострокове лідерство), конкурентний імунітет (здатність протягом тривалого часу протистояти потенційним ризикам від зовнішніх та внутрішніх потрясінь, оперативно відновлюватися після деструктивних подій завдяки наявності внутрішніх, часом затребуваних і не задіяних, ресурсів та активів).

Розроблено підходи до розвитку конкуренції у регіонах, диференційовані за трьома рівнями дослідження, а саме: теоретичні (визначення чинників, інструментів, джерел розвитку конкуренції у регіонах; низький рівень культури у сфері конкуренції); економічні (бар'єри входу на ринок; регіональні антиконкурентні практики); організаційно-управлінські (вплив органів публічного управління на конкуренцію; недоліки розвитку конкуренції у регіонах).

Уточнено зміст поняття регіональної конкурентоспроможної політики, під якою запропоновано розуміти цілеспрямовану, послідовну діяльність уповноважених органів публічного управління з розробки та реалізації комплексних заходів, спрямованих на підтримку та (або) створення сприятливих конкурентних умов на території регіонів України.

Удосконалено методичні підходи до оцінки виявлених порушень антимонопольного законодавства за чотирма видами, а саме: порушення, пов'язані зі зловживанням домінуючим становищем (збільшення даного показника побічно свідчить про використання ринкової влади та несумлінних практик поведінки – антиконкурентної діяльності суб'єктів господарювання); порушення, пов'язані з несумлінним суперництвом (конкуренцією) (будь-яке виявлене порушення у цій галузі свідчить, по-перше, про ефективність

діяльності антимонопольного органу, по-друге характеризує «цивілізованість» конкурентних відносин); порушення, пов'язані з антиконкурентними угодами (картелями) суб'єктів господарювання (збільшення кількості рішень свідчить про реалізацію ефективної захисної конкурентної політики, щодо припинення антиконкурентних угод суб'єктів господарювання); порушення, пов'язані з антиконкурентною діяльністю органів публічного управління (збільшення цього показника побічно свідчить про погіршення стану конкурентного середовища діями (бездіяльністю) органів публічного управління. При цьому збільшення кількості рішень також свідчить і про реалізацію антимонопольним органом ефективної захисної конкурентної політики).

Розроблено підходи до формування концепції конкурентоспроможної політики регіону з визначенням цілей та завдань учасників регіональної взаємодії в сфері захисту та розвитку конкуренції, а саме: органи державного управління (забезпечення єдиного економічного простору, реалізація антимонопольної політики, сприяння стимулюванню конкуренції); регіональні органи управління (реалізація заходів щодо стимулювання конкуренції); органи місцевого самоврядування (реалізація та сприяння стимулюванню конкуренції); галузеві міністерства та відомства (зниження адміністративного навантаження на бізнес, демонополізація економіки, обмеження участі в економіці); іноземні інвестори (отримання максимального прибутку); суб'єкти господарювання (виробники) (підвищення конкурентоспроможності, максимізація прибутку); населення (споживач) (забезпечення стабільного попиту, зниження цін на ринку, підвищення якості продукції).

Розвинуто підходи до розроблення та впровадження антимонопольного стандарту органу публічного управління, під яким розуміються закріплені правила поведінки посадових осіб органу публічного управління, що відповідають вимогам антимонопольного законодавства, за рахунок виявлення антиконкурентних ризиків, їх попередження або своєчасного

усунення без порушення антимонопольної справи, закріплення відповідної поведінки та обов'язкове дотримання її на рівні затвердженої внутрішньої політики органу публічного управління.

Удосконалено класифікацію інструментів маркетингу територій як елементу конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні, а саме: брендинг територій (основною метою є підвищення привабливості територій); просування об'єктів культурного призначення (культурні об'єкти та заходи різного масштабу розглядаються не лише як фактори туристичної привабливості, а й як фактори, що впливають у тому числі на вибір місця проживання); інфраструктурний маркетинг (розвиток телекомунікаційних мереж, аеропортів, вулиць та шосе, залізниць); організація масштабних подій (комплекс масштабних, видовищних подій та акцій, ініціатором, організатором чи майданчиком проведення яких є регіон, здатний ефективно вирішувати широкий спектр маркетингових завдань).

Ключові слова: антимонопольна політика, конкурентоспроможна державна політика, маркетинг територій, регіон, регіональний рівень.

ANNOTATION

Oliynik D.A. Formation of a competitive power policy on the regional level. – Qualification of scientific work on the rights of a manuscript.

The dissertation for a PhD degree in Public Administration, specialty 281 "Public administration". – V.I. Vernadsky Taurida National University, Kyiv, 2026.

The dissertation has established a very important scientific and applied task, which lies in the theoretical and methodological framework and detailed scientific and practical recommendations for the formation of a competitive state policy in the regional region not in the minds of globalization.

The approach to the study of competition policy at the national and regional levels has been developed through the identification of economic goals and the social effect of their achievement, systematization of the functions of competition in the

minds of the global functions (allocative efficiency, macroeconomic efficiency, sanitation, adaptation, innovative and stimulating, control, information function).

The mechanism for the formation and implementation of competitive government policy on the regional level has been improved on the basis of a formalized set of elements, and itself: the subject (public administration bodies); meta (effective protection of competition and development of a competitive environment to ensure sustainable economic development of regional economies); specialties (antimonopoly law system (AML), program documents, finance (benefits and preferences, etc.), information about the competitive environment); form (zahisna – direct regulation is important; active – indirect flow is important); methods (dry, active, indirect); instruments (legal and economic regulation); model (zhorstka, myaka); object (competitive environment, market structure, competitive issues, market subjects, activities of public authorities).

As a result of the study of the main determinants that are responsible for the development and implementation of the mechanism of competitive policy on the regional level, the essence of the elements of socio-economics was identified and clarified. The current system for the region: competitive advantage (the ability of the subject to be implemented to ensure short-term leadership in the process of competition), competitive immunity (the ability to withstand potential risks from external and internal shocks for a long time, to quickly respond to destructive forces due to internal manifestations, sometimes required and not related to resources or assets).

The approaches to the development of competition in regions are divided, differentiated by three levels of observation, and also theoretically (the importance of officials, tools, for the development of competition in regions; low level of cultures and in the sphere of competition); economical (barriers to market entry; regional anti-competitive practices); organizational and managerial (the influx of public administration bodies into competition; the lack of development of competition in the regions).

The concept of regional competitive policy has been clarified, which aims to

promote the direct, consistent activity of the upgrading of public administration bodies from the development and implementation of comprehensive approaches, directly to support and (or) the creation of friendly competitive minds in the regions of Ukraine.

The methodical approaches to the assessment of the violations of antimonopoly legislation for several types have been improved, and the violations associated with the evil dominant positions (the increase in this indicator can be seen in the context of the rise of market power and smart behavioral practices - anti-competitive activities of government entities); disruptions associated with unquestionable supernity (competition) (if disruptions are detected in this galusa, first of all, about the effectiveness of the activity of the antimonopoly authority, in another way characterizes “civilization” » competitive premiums); disruptions associated with anti-competitive practices (cartels) of government entities (increasingly, it is decided to consider the implementation of an effective competitive policy to ensure that anti-competitive practices are applied to the entities iv gospodaryuvannya); disruptions associated with the anti-competitive activities of public administration bodies (the increase in this indicator is evident from the deterioration of the competitive environment by the actions (lack of activity) of public administration bodies nya. At this point, it is also decided to confirm the implementation of an effective competitive policy by the antimonopoly authority).

The approaches to the formation of the concept of a competitive policy for the region for specific purposes and the assignment of participants in regional mutual cooperation in the sphere of protection and development of competition, and itself: government administration bodies (security) have been developed. a single economic space, implementation of antimonopoly policy, stimulation of competition); regional authorities (implementation of approaches to stimulate competition); organs of local self-government (implementation and promotion of competition); Galuzev's ministries and departments (reduction of administrative pressure on business, demonopolization of the economy, reduction of participation in the economy); Foreign investors (reduction of maximum profits); subjects of state

government (product producers) (increasing competitiveness, maximizing profits); population (living population) (providing a stable food supply, lowering prices on the market, increasing the quality of products).

Approaches to the disaggregation and implementation of the antimonopoly standard to the public administration body have been advanced, which means that the rules of conduct of the local authorities of the public administration body are consolidated, which correspond to the benefits of antimonopoly legislation, for the detection of anti-competitive risks, their advance or immediate elimination without violating the antimonopoly law, consolidation of similar behavior and obligatory adherence to the approved internal policy of the public administration body.

The classification of territorial marketing tools has been improved as an element of the competitive power policy on the regional level, and itself: territorial branding (the main method is to increase the attractiveness of territories); promotion of objects of cultural significance (cultural objects and events of large scale are considered not only as factors of tourist attraction, but also as factors that contribute to the choice of place of residence); infrastructural marketing (development of telecommunication borders, airports, streets and highways, zaliznytsya); organization of large-scale campaigns (a complex of large-scale, species-specific campaigns, initiator, organizer and mayor of any region, created to effectively manage a wide range of marketing tasks).

Key words: antimonopoly policy, competitive government policy, territory marketing, region, regional level.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації:

Статті у фахових виданнях:

1. Олійник Д.А. Понятійний апарат та чинники формування конкурентоспроможної політики на державному та регіональному рівнях. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського: Серія Публічне управління та адміністрування. Том 34 (Том 73). № 3. 2023. С. 65-72.
2. Олійник Д.А. Поняття механізму конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні. Державне будівництво : зб. наук. праць ; електронний ресурс. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна. 2023. № 2 (34). С. 162-170.
3. Олійник Д.А. Конкурентоспроможна державна політика як чинник розвитку соціально-економічної системи регіону. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Публічне управління та адміністрування. 2024. Том 35 (74) № 1. С. 137-141.

Тези конференцій

4. Олійник Д.А. Концептуальні положення розробки та реалізації політики у сфері розвитку конкуренції на регіональному рівні в умовах глобалізації. Тренди розвитку менеджменту, фінансів та бізнес-технологій в умовах формування сучасної економіки та суспільства: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (30 листопада 2022 року). Київ : Міжнародний європейський університет. 2022. С. 108-109.
5. Олійник Д.А. Ключові основи розробки та реалізації конкурентоспроможної регіональної політики. Управління та адміністрування в умовах протидії гібридним загрозам національній безпеці: Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 22 листопада 2022 року). К.: ДУІТ, ХНУРЕ. 2022. С. 301-303.

6. Олійник Д.А. Стратегічні цілі та індикатори конкурентної політики на регіональному рівні. Теоретичні аспекти та практичні проблеми управління, економіки та природокористування в Україні. Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 25-26 листопада 2022 р.) / упоряд. Сафронова О.М. Київ: УкрСІЧ, 2022. С. 60-62.

7. Олійник Д.А. Сучасний стан розвитку конкуренції на регіональному рівні. Теоретичні аспекти та практичні проблеми управління, економіки та природокористування в Україні. Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 2-3 листопада 2023) / упоряд. Клименко О.М. Київ: УкрСІЧ, 2023. С. 36-38.

ЗМІСТ

ВСТУП	13
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ	23
1.1. Понятійний апарат та чинники формування конкурентоспроможної політики на державному та регіональному рівнях	23
1.2. Поняття механізму конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні	37
1.3. Конкурентоспроможна державна політика як чинник розвитку соціально-економічної системи регіону	47
Висновки до розділу 1	66
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ	68
2.1. Сучасний стан розвитку конкуренції на регіональному рівні	68
2.2. Особливості розробки та реалізації конкурентоспроможної політики на регіональному рівні	78
2.3. Підходи до оцінки державного регулювання конкурентних відносин у регіонах	89
Висновки до розділу 2	99
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ	101
3.1. Розробка пропозицій щодо формування концепції конкурентоспроможної політики регіону	101

3.2. Розробка внутрішньовідомчого стандарту щодо запобігання та усунення антиконкурентних практик органів публічного управління на регіональному рівні	113
3.3. Запровадження інструментів маркетингу територій як елементу конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні	124
Висновки до розділу 3	149
ВИСНОВКИ	151
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	155

ВСТУП

Актуальність теми. Аналіз проблем розвитку конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні підтверджує, що на характер та інтенсивність конкурентних відносин впливає значна кількість факторів, що об'єктивно стримують розвиток конкурентного середовища: адміністративні бар'єри, що перешкоджають введенню підприємницької діяльності; висока частка державної участі в економіці; відсутність зацікавленості у реалізації про конкурентних підходів при забезпеченні доступу до обмежених товарів та послуг; недостатність сегмента малого та середнього підприємництва; порушення антимонопольного законодавства з боку суб'єктів господарювання та органів публічного управління та ін. При цьому, підвищення стійкості регіональної економіки за допомогою стимулювання проконкурентних відносин та припинення антиконкурентної поведінки за визначенням неможливо без активного сприяння системи публічного управління. Зазначеними обставинами визначається актуальність дослідження розвитку конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні, розробки теоретичних та практичних засад якісних змін у механізмі її розробки та реалізації.

В науці на сьогоднішній день сформувалися позиції щодо розробки та реалізації як антимонопольної, так і конкурентної політики. Інтерес до дослідження антимонопольної політики можна назвати серед зарубіжних авторів: Д.Т. Арментано, М.Ю. Портера, Р.А. Познера, Д.Л. Рубінфельда, І. Кірцнер та ін.

Дослідження теоретичних та практичних аспектів конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні, уявлення про її структуру, механізм та застосовувані інструменти, будувалися в

дисертаційній роботі з опорою на праці вітчизняних авторів, зокрема: Л. Л. Антонюка, В. Д. Бакуменка, З. В. Балабаєвої, О.Г. Білоруса, З. С. Варналія, В. Є. Воротіна, М. І. Долішнього, Я. А. Жаліла, Т. М. Краснопольської, Т.П. Медведовської, Л. Г. Мельника, А.І. Мокія, Л.І. Піддубної, М.Д. Пістуна, С. А. Романюка, А.І. Сухорукова, М.А. Хвесика та ін.

При всій важливості проведених наукових досліджень окремі аспекти розвитку конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні залишилися не достатньо розкритими. Так, зокрема, потребують розроблення підходи до дослідження конкурентоспроможної політики на державному та регіональному рівнях. Необхідно удосконалити механізм формування та реалізації конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні. Залишилися недостатньо дослідженими зміст основних детермінантів, які повинні враховуватися при розробці та реалізації механізму конкурентоспроможної політики на регіональному рівні. Потребують удосконалення методичні підходи до оцінки виявлених порушень антимонопольного законодавства та класифікація інструментів маркетингу територій як елементу конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні.

Актуальність, теоретична та практична значущість розвитку конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні в умовах глобалізації зумовили вибір теми дисертаційного дослідження, визначили його мету, завдання та структуру.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційне дослідження проведено в межах науково-дослідної роботи, яка виконувалась Таврійським національним університетом імені В.І. Вернадського за темами: «Розвиток механізмів належного урядування в Україні» (номер державної реєстрації 0121U100169) та «Трансформація механізмів публічного управління в умовах деокупації та реінтеграції Автономної Республіки Крим: глобалізаційний вимір» (номер державної

реєстрації ДР № 0124U002260) у процесі виконання яких автором запропоновано інструментарій та стратегічні напрями формування конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні.

Мета й завдання дослідження. Метою дисертаційного дослідження є обґрунтування теоретико-методичних засад та розроблення практичних пропозицій щодо формування конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні.

Відповідно до мети поставлені такі **завдання**:

- розробити підходи до дослідження конкурентоспроможної політики на державному та регіональному рівнях;
- удосконалити механізм формування та реалізації конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні;
- дослідити та уточнити зміст основних детермінантів, які повинні враховуватися при розробці та реалізації механізму конкурентоспроможної політики на регіональному рівні;
- розробити підходи до розвитку конкуренції у регіонах;
- уточнити зміст поняття регіональної конкурентоспроможної політики;
- удосконалити методичні підходи до оцінки виявлених порушень антимонопольного законодавства;
- розробити підходи до формування концепції конкурентоспроможної політики регіону;
- розвинути підходи до розроблення та впровадження антимонопольного стандарту органу публічного управління;
- удосконалити класифікацію інструментів маркетингу територій як елементу конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні.

Об'єкт дослідження – державна політика на регіональному рівні.

Предмет дослідження – формування конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні.

Методи дослідження. Організація наукового дослідження базується на меті та предметі дослідження, основних засадах його проведення. Вибір методів наукового пізнання, що визначають отримання достовірних та обґрунтованих висновків та результатів займає особливе місце у методології дослідження. Основні засади дисертаційного дослідження: принцип системності (визначає, що результати наукового дослідження та його висновки формують органічну частину загальної системи наукової галузі економічних наук); принцип цілісності (об'єкт дослідження та складові його органічні частини вивчаються в їх динаміці за напрямками взаємозв'язків, взаємодії та взаємозалежності); принцип об'єктивності (відображення реальних економічних процесів у дисертаційному дослідженні); принцип автономності аргументів (незалежність тези та доведених аргументів у дисертації); принцип цілеспрямованості (слідування наукового пошуку поставленим меті та завданням дисертаційного дослідження); принцип прикладної спрямованості (результати та висновки науково-кваліфікаційної роботи містять у собі нові науково обґрунтовані організаційно-економічні та управлінські рішення та розробки, що мають значення для розвитку конкурентного середовища на регіональному рівні).

Отримані в дисертації результати ґрунтуються на використанні загальнонаукових та спеціальних методів: аналіз, синтез, індукція, дедукція, абстрактно-логічний, порівняльний, інституційний та метод зіставлень. Методи досліджень конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні: економіко-географічний, структурно-логістичний аналіз. Застосування системного підходу дозволило визначити конкурентоспроможну політику як чинник розвитку соціально-економічної системи регіону.

Вибір методів наукового пізнання, застосовуваних у дослідженні, продиктований логікою самого дослідження та потребами у вирішенні поставлених цілей та завдань.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у вирішенні наукового завдання розвитку теоретико-методологічних засад, методичних і науково-практичних рекомендацій щодо формування конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні.

Найбільш вагомими науковими результатами дисертаційного дослідження є такі:

удосконалено:

- механізм формування та реалізації конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні на підставі узагальнення сукупності елементів, а саме: суб'єкт (органи публічного управління); мета (ефективний захист конкуренції та розвиток конкурентного середовища для забезпечення сталого економічного розвитку економіки регіонів); засоби (система антимонопольного законодавства (АМЗ), програмні документи, фінанси (пільги та преференції тощо), інформація про конкурентне середовище); форма (захисна – переважно пряме регулювання; активна - переважно непрямий вплив); методи (захисні, активні, непрямі); інструменти (правове та економічне регулювання); модель (жорстка, м'яка); об'єкт (конкурентне середовище, структура ринку, конкурентні відносини, суб'єкти ринку, діяльність органів публічного управління);

- методичні підходи до оцінки виявлених порушень антимонопольного законодавства за чотирма видами, а саме: порушення, пов'язані зі зловживанням домінуючим становищем (збільшення даного показника побічно свідчить про використання ринкової влади та несумлінних практик поведінки – антиконкурентної діяльності суб'єктів господарювання); порушення, пов'язані з несумлінним суперництвом (конкуренцією) (будь-яке виявлене порушення у цій галузі свідчить, по-перше, про ефективність

діяльності антимонопольного органу, по-друге характеризує «цивілізованість» конкурентних відносин); порушення, пов'язані з антиконкурентними угодами (картелями) суб'єктів господарювання (збільшення кількості рішень свідчить про реалізацію ефективної захисної конкурентної політики, щодо припинення антиконкурентних угод суб'єктів господарювання); порушення, пов'язані з антиконкурентною діяльністю органів публічного управління (збільшення цього показника побічно свідчить про погіршення стану конкурентного середовища діями (бездіяльністю) органів публічного управління. При цьому збільшення кількості рішень також свідчить і про реалізацію антимонопольним органом ефективної захисної конкурентної політики);

- підходи до формування концепції конкурентоспроможної політики регіону з визначенням цілей та завдань учасників регіональної взаємодії в сфері захисту та розвитку конкуренції, а саме: органи державного управління (забезпечення єдиного економічного простору, реалізація антимонопольної політики, сприяння стимулюванню конкуренції); регіональні органи управління (реалізація заходів щодо стимулювання конкуренції); органи місцевого самоврядування (реалізація та сприяння стимулюванню конкуренції); галузеві міністерства та відомства (зниження адміністративного навантаження на бізнес, демонополізація економіки, обмеження участі в економіці); іноземні інвестори (отримання максимального прибутку); суб'єкти господарювання (виробники) (підвищення конкурентоспроможності, максимізація прибутку); населення (споживач) (забезпечення стабільного попиту, зниження цін на ринку, підвищення якості продукції);

- класифікацію інструментів маркетингу територій як елементу конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні, а саме: брендинг територій (основною метою є підвищення привабливості територій); просування об'єктів культурного призначення (культурні об'єкти та заходи різного масштабу розглядаються не лише як фактори туристичної привабливості, а й як фактори, що впливають у тому числі на вибір місця

проживання); інфраструктурний маркетинг (розвиток телекомунікаційних мереж, аеропортів, вулиць та шосе, залізниць); організація масштабних подій (комплекс масштабних, видовищних подій та акцій, ініціатором, організатором чи майданчиком проведення яких є регіон, здатний ефективно вирішувати широкий спектр маркетингових завдань);

дістали подальшого розвитку:

- підходи до дослідження конкурентоспроможної політики на державному та регіональному рівнях через визначення економічних цілей та соціального ефекту від їх досягнення, систематизації функцій конкуренції в умовах глобалізації (алокативна ефективність, макроекономічна ефективність, санації, адаптаційна, інноваційна та стимулююча, контролю, інформаційна функція);

- у результаті дослідження основних детермінантів, які повинні враховуватися при розробці та реалізації механізму конкурентоспроможної політики на регіональному рівні, виявлено та уточнено сутність елементів соціально-економічної системи регіону: конкурентна перевага (можливість суб'єкта, що реалізується, забезпечити в процесі конкуренції короткострокове лідерство), конкурентний імунітет (здатність протягом тривалого часу протистояти потенційним ризикам від зовнішніх та внутрішніх потрясінь, оперативно відновлюватися після деструктивних подій завдяки наявності внутрішніх, часом затребуваних і не задіяних, ресурсів та активів);

- підходи до розвитку конкуренції у регіонах, диференційовані за трьома рівнями дослідження, а саме: теоретичні (визначення чинників, інструментів, джерел розвитку конкуренції у регіонах; низький рівень культури у сфері конкуренції); економічні (бар'єри входу на ринок; регіональні антиконкурентні практики); організаційно-управлінські (вплив органів публічного управління на конкуренцію; недоліки розвитку конкуренції у регіонах);

- уточнення змісту поняття регіональної конкурентоспроможної політики, під якою запропоновано розуміти цілеспрямовану, послідовну

діяльність уповноважених органів публічного управління з розробки та реалізації комплексних заходів, спрямованих на підтримку та (або) створення сприятливих конкурентних умов на території регіонів України;

- підходи до розроблення та впровадження антимонопольного стандарту органу публічного управління, під яким розуміються закріплені правила поведінки посадових осіб органу публічного управління, що відповідають вимогам антимонопольного законодавства, за рахунок виявлення антиконкурентних ризиків, їх попередження або своєчасного усунення без порушення антимонопольної справи, закріплення відповідної поведінки та обов'язкове дотримання її на рівні затвердженої внутрішньої політики органу публічного управління.

Практичне значення одержаних результатів. Основні ідеї та висновки дослідження доведено до конкретних положень, методик і рекомендацій. Вони можуть бути використані у практичній діяльності органами державного управління на національному й регіональному рівнях, підприємствами, громадськими організаціями.

У практичну діяльність Хмельницького міжрегіонального управління Міністерства юстиції впроваджено: наукові підходи до розроблення та впровадження антимонопольного стандарту органу публічного управління використовується при розробці внутрішніх регламентів та правил поведінки посадових осіб з метою попередження антиконкурентних ризиків під час здійснення процедур примусового виконання рішень, що мінімізує ймовірність порушень антимонопольного законодавства; удосконалений механізм оцінки порушень антимонопольного законодавства використовується фахівцями Управління для аналізу дій суб'єктів господарювання (боржників та стягувачів) у процесі реалізації майна та проведення аукціонів, що дозволяє виявляти ознаки антиконкурентних узгоджених дій (картелей) та оперативно реагувати на них у межах компетенції; елементи класифікації інструментів маркетингу територій

(інфраструктурний маркетинг) використовуються при підготовці пропозицій щодо покращення інвестиційної привабливості регіону через забезпечення ефективного правового поля та захисту прав власності, що є невід'ємною частиною конкурентоспроможної політики регіону (довідка про впровадження від 09.01.2026 р.).

Диференційовані підходи (теоретичні, економічні, організаційно-управлінські) використано для ідентифікації та усунення регіональних антиконкурентних практик, зниження бар'єрів входу на ринок та підвищення культури у сфері конкуренції серед суб'єктів господарювання впроваджено у діяльність Національного наукового центру «Інститут судових експертиз ім. Засл. проф. М. С. Бокаріуса» (довідка про впровадження від 20.01.2026 р.).

Матеріали дисертації, що стосуються регіонального розвитку, конкурентоспроможності та політики, використані при підготовці програм навчальних курсів: «Регіональний та місцевий розвиток», «Стратегічне публічне управління», «Політика в публічному управлінні», Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського (довідка про впровадження № 17 від 22.12.2025 р.).

Особистий внесок здобувача. Теоретичні обґрунтування, практичні рекомендації, висновки та пропозиції, які отримані в ході проведення досліджень, розроблено здобувачем самостійно.

Апробація результатів дослідження. Основні положення дисертаційного дослідження були представлені та пройшли апробацію на науково-практичних конференціях, а саме: «Тренди розвитку менеджменту, фінансів та бізнес-технологій в умовах формування сучасної економіки та суспільства» (м. Київ, 2022), «Управління та адміністрування в умовах протидії гібридним загрозам національній безпеці» (м. Київ, 2022), «Теоретичні аспекти та практичні проблеми управління, економіки та природокористування в Україні» (м. Київ, 2022), «Теоретичні аспекти та

практичні проблеми управління, економіки та природокористування в Україні» (м. Київ, 2023).

Публікації. Основні положення дисертаційної роботи опубліковано в 7 наукових працях загальним обсягом 3,1 обл.-вид. арк., у тому числі 3 статтях у вітчизняних наукових фахових виданнях з державного управління, 4 тезах конференцій.

Обсяг та структура роботи. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Повний обсяг роботи – 180 сторінок комп'ютерного набору. Дисертація містить 7 таблиць, 3 рисунки. Список використаних джерел містить 191 найменування.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

1.1. Понятійний апарат та чинники формування конкурентоспроможної політики на державному та регіональному рівнях

У сучасних умовах невід'ємною ланкою державної економічної політики є політика у сфері захисту та розвитку конкуренції. У світі, особливо в індустріально розвинених країнах, у якості обов'язкового елементу державного регулювання виступає система заходів щодо захисту конкуренції та розвитку сприятливого конкурентного середовища. Нормативні акти на захист конкуренції прийняті у більш ніж 130 країнах [185]. Міжнародний досвід давно довів, що конкурентоспроможна політика істотно впливає на соціально-економічний розвиток країни. Саме тому інтерес до державного регулювання конкурентних відносин в економічному просторі України набуває особливої актуальності. Відправною точкою для розпізнання сутності конкурентоспроможної політики є розуміння її необхідності, суспільної обумовленості та цільової спрямованості. Розробка інструментів конкурентоспроможної політики та їх реалізація нерозривно пов'язана з усвідомленням самого явища, яке необхідно захищати та розвивати – конкуренція означає, у загальному розумінні, суперництво між окремими учасниками ринку за максимально вигідні умови виробництва та реалізації суспільних благ.

На даному етапі необхідний аналіз основних підходів та поглядів на конкуренцію, що у перспективі дозволить прагматично розглядати об'єкт дослідження на відповідність уже визнаних та доведених положень. В науковій літературі існує три основні підходи до питання дослідження та

тлумачення сутності конкуренції: поведінковий, структурний та функціональний. Під поведінковим аналізується та інтерпретується поведінка учасників ринку, під структурним підходом аналізується структура, стан ринку, та під функціональним - роль конкуренції, яку вона грає в економіці [41]. Протягом ХХ століття підходи різних дослідників до поняття конкуренції будувалися саме з перелічених напрямів. Серед основних дослідників, які опублікували надзвичайно цінні ідеї про економічну конкуренцію, необхідно виділити: А. Сміта, Д. Рікардо, А. Маршалла, М. Портера, Д.Л. Рубінфельда, Дж. Робінсон, Ф. Хайєка, І. Кірцнера, Е. Чемберлена, Й. Шумпетера та ін. Так, А. Сміт ототожнював конкуренцію «з "невидимою рукою ринку" - ринковими цінами, що формуються під впливом конкурентних сил» [106]. Слід зазначити, що ключові ідеї Сміта, що послужили основою дослідження природи конкуренції - концепція економічної людини «*homo economicus*», причини виникнення конкуренції, а також другорядність підприємницького аспекту в дослідженнях, вказують, що смітіанський підхід є концептуальною базою для формування структурного трактування конкуренції.

Для Д. Рікардо конкуренція виступала у ролі регулятора ринку, що зумовлює розміри доходів і вартості, а також вигод, які отримують суспільство у вигляді різноманітності товару та зниження їх реальної вартості [92]. Поряд із Смітом, Рікардо в конкуренції насамперед вбачав механізм встановлення ринкової рівноваги, що також свідчить про структурний підхід інтерпретації конкуренції. Слід зазначити, що австрійська школа, зокрема, І. Кірцнер по відношенню до ринкової рівноваги у своєму дослідженні вказував, що «у ситуації рівноваги немає місця підприємцю. Коли рішення всіх учасників ринку повністю узгоджено так, що в кожному плані робляться безпомилкові припущення щодо відповідних планів інших учасників і не існує ймовірності, що будь-які змінені плани будуть одночасно прийняті відповідними учасниками, то підприємцю тут робити нічого» [46]. Й. Шумпетер під конкуренцією розумів суперництво старого з новим, інноваціями [136]. К.Р. Макконнелл та Р. Кемпбелл характеризували конкуренцію як «наявність над

ринком значної частини діючих незалежно друг від друга покупців і продавців; свобода покупця і продавців входити чи залишати ті чи інші ринки» [61]. Аналогічне трактування дав професор права США В. Ковачич, відповідно до якої конкуренція ототожнена з «наявністю на ринку великої кількості незалежних покупців і продавців, а також можливістю для покупців і продавців вільно виходити на ринок і залишати його» [151].

Особливе місце у дослідженні можливостей конкуренції як динамічного явища належить неоавстрійським дослідникам І. Кірцнеру, Ф. Хайєку, основна ідея яких полягає в тому, що «конкуренція - це процес відкриття нових можливостей використання відомих ресурсів та нових ресурсів за допомогою використання підприємцем своїх переваг та пильності» [46]. Лауреат Нобелівської премії з економіки Ф. Хайєк визначав конкуренцію як «процедуру відкриття». Порівнюючи відкриття фактів у вигляді науки та економічної конкуренції Ф. Хайєк, показує, що остання постає як «метод відкриття конкретних фактів, мають значення задля досягнення специфічних, тимчасових цілей» [46], тобто свідомо невідомих.

Варто також згадати авторів, що критично ставилися до поняття та ролі конкуренції, серед яких: Жан-Шарль-Леонард Сімонд де Сімонді, Шарль Фур'є. Названі автори критикували конкуренцію та її присутність в економічних відносинах, намагаючись довести, що саме конкуренція обмежує зростання суспільного добробуту та породжує бідність [46]. При цьому зазначена різниця між підходами до змісту та ролі конкуренції пов'язана насамперед з історичним періодом, який послужив авторам, основою проведення досліджень у галузі економічної конкуренції. Так, за часів А. Сміта, в економіці став з'являтися новий суб'єкт відносин - «дрібний підприємець», у зв'язку з чим прихильники смітіанського підходу бачили у вільній конкуренції реалізацію принципу вільного підприємництва. Навпаки, 19 століття стало періодом розвитку великого машинного виробництва та конкуренції з дрібними ремісниками, що й послужило відправною точкою для критики конкурентних відносин.

Сучасні підходи до поняття «конкуренції» можна характеризувати в такий спосіб. М. Портером конкуренція розглядається як «динамічний процес, що розвивається, безперервно змінюється ландшафт, на якому з'являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси і нові ринкові сегменти» [85]. Д. Є. Денисенко під економічною конкуренцією пропонує розуміти «сукупність умов, що визначають такий тип суперництва, у якому свідоме прагнення завоювання переважного становища шляхом підриву здібностей суперників до розвитку та виживання є визначальним принципом поведінки учасників та механізмом їх селекції» [31]. Сучасне трактування конкуренції дає В. Романенко : «конкуренція - атрибутивна характеристика будь-якої господарської системи, в якій існує проблема розподілу обмежених ресурсів для реалізації різних (взаємовиключних) цілей» [94].

Крім цього, варто враховувати визначення конкуренції, закріплене у Законі України «Про захист економічної конкуренції» від 11 січня 2001 року № 2210-III, подане як «змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку» [39].

Аналіз різноманітних підходів до інтерпретації конкуренції дозволяє сформулювати поняття для подальшого, більш об'єктивного дослідження механізму реалізації конкурентоспроможної політики. Відповідно до викладених трактувань, під конкуренцією пропонується розуміти свідоме суперництво суб'єктів господарювання, які прагнуть завоювання переваги, у межах певного порядку - сукупності формальних і неформальних правил і норм.

По-перше, зазначене визначення розкриває сутність конкуренції як певного процесу із вихідним результатом. По-друге, конкуренція, подана у

такому формулюванні, включає структурні, поведінкові та опосередковано функціональні аспекти до тлумачення даного поняття, отже, може тлумачитися як новий - системний підхід. По-третє, назване визначення найбільш раціонально з практичної точки зору у зв'язку з тим, що надмірно не ускладнює його тлумачення. Аналіз різноманітних інтерпретацій конкуренції дозволили класифікувати перелічені вище підходи з погляду основних визначальних ознак - структурного, поведінкового та функціонального підходу, а також доповнити новим - системним підходом до визначення конкуренції.

Для об'єктивного розуміння сутності конкуренції також слід зазначити її роль у публічному управлінні. Так, з ідеологічної точки зору, процес конкуренції призводить до соціально справедливого розподілу результатів функціонування економіки, що передбачає можливість кожного індивіда реалізувати свій потенціал у будь-якій сфері економічної діяльності [185]. Економічний погляд на конкуренцію дозволяє виділити її переваги, порівняно з іншими можливостями розподілу обмежених ресурсів. Конкуренція мінімізує ринкові бар'єри і допускає монополізації ринку, отже, і отримання монопольного доходу. З економіко-соціологічної позиції визначення конкуренції звучить як: «спосіб реального прояви потреби людини привласнювати предмети суспільної діяльності, зокрема і засоби виробництва, і механізм збереження динамічної економічної рівноваги у суспільстві, еволюція якого визначається процесом еволюційних змін у системі людських потреб» [41]. Варто також звернути увагу на соціологічне трактування поняття конкуренції, відмінністю якої є наявність соціальної складової крім економічної змагальності, до якої Д. Є. Денисенком віднесено: підтримання соціальних контактів та узгодженого порядку, а також ведення символічної боротьби [31].

Сукупність зазначених поглядів дозволяють визначити конкуренцію як

соціально вкорінений процес. Суть соціальної вкоріненості полягає у підтримці певних кордонів між учасниками ринку, що безпосередньо призводить до стабільності ринку та цивілізованості конкурентного процесу.

Викладене різноманіття теоретичних підходів і поглядів до аналізу конкуренції свідчить про те, що конкуренція - це складне явище з властивою їй складністю внутрішнього змісту. Таким чином, конкуренція - це система, а, отже, до її дослідження, особливо з погляду державного регулювання на регіональному рівні, застосуємо системний підхід - здатний зафіксувати зміни конкуренції у часі (у динаміці), а також визначити взаємодію складових елементів конкуренції між собою та з навколишнім середовищем.

Крім дефініції поняття конкуренції та різних підходів до її інтерпретації, для повного виявлення позитивних результатів самого процесу суперництва суб'єктів господарювання, слід піддати критичному аналізу відому тезу про те, що конкуренція є двигуном економічного розвитку. Вказана теза обґрунтована розумінням того, що ядром конкуренції, як і ключового елемента (процесу) економічного розвитку, є інновації, внаслідок яких розробляються нові технології, товари, способи підвищення ефективності використання обмежених ресурсів тощо. Положення про те, що процес конкуренції сприяє створенню більшого національного добробуту теоретично доведений не тільки західними економістами – А. Сміт, Ф. Хайєк, М. Портер та ін., а й результатами практики взятої з історії розвитку ринкового господарства. Одночасно слід враховувати досліджувані положення, що вказують, що «конкуренція виступає не як абсолютний ідеал ринкової економіки, найвища цінність національної економічної політики, а найважливішою умовою підвищення соціального добробуту та розвитку країни, тобто. є операційною метою державної конкурентоспроможної політики» [57]. Це положення, на нашу думку, має важливе значення для з'ясування кордону державного втручання в конкурентні відносини, що виникають на регіональному рівні.

Позитивні ефекти на суспільний добробут, який має конкурентна боротьба, пов'язані саме з тим, що конкурентний процес змушує його учасників знижувати ціни, підвищувати якість продукції, відповідати запитам споживачів.

З викладеного можна зробити висновок, що роль конкуренції у економічному житті суспільства глибока і багатогранна. Сутність конкуренції полягає в потужному стимулюванні розвитку економіки. В результаті аналізу різних понять та систематизації підходів до визначення конкуренції, з метою визначення її значущих якостей для державного управління, у роботі виділено основні функції даного явища.

Алокативна ефективність (регулююча функція), тобто мінімізація ризику виробництва марних, зайвих чи надто дорогих товарів та послуг. Вплив конкуренції на пропозиції економічних суб'єктів (а також прихована за ним ефективність використання факторів виробництва) з метою встановлення їхнього оптимального задоволення попиту. Основний принцип цієї функції зводиться до того, що робити необхідно саме те, що у майбутньому можна реалізувати (продати) на ринку, і намагатися продати те, що зуміли виробити. Алокаційна функція (від англ. allocation – розміщення). Функція ефективного розміщення виробництва, а також факторів виробництва у місцях (регіон, район), де таке розміщення сприятиме найбільшій рентабельності.

Функція санації. За допомогою процесу конкуренції економіка очищається від економічно нежиттєздатних господарських одиниць, за рахунок чого ресурси, що витрачаються, можуть бути спрямовані більш підприємливим і ефективним економічним суб'єктам.

Адаптаційна функція. Процес конкуренції дозволяє безперервно адаптувати як економіку в цілому, так і окремих економічних суб'єктів до мінливих переваг споживачів, економічної кон'єктури та ситуації. Апробація наукових досліджень, використання позитивного досвіду, впровадження

ефективних практик та ін.

Інноваційна та стимулююча функція. Вплив на виробників та продавців, що беруть участь в економічних відносинах. Виробникам необхідно постійно вдосконалюватись, підвищувати якість, розробляти оптимальні стратегії виробництва та управління, обмінюватися інформацією, створювати інноваційну продукцію.

Макроекономічна ефективність - тобто найефективніше використання обмежених ресурсів країни з метою максимізації добробуту суспільства.

Функція контролю. Здорова конкуренція забезпечує цивілізоване конкурентне середовище взаємодії економічних суб'єктів, що позначається на відсутності (мінімізації) ринкової влади в окремих учасників ринку.

Інформаційна функція, під якою передбачається забезпечення учасників ринку об'єктивною, точковою інформацією за допомогою висновків, зроблених на підставі формування та зміни ціни.

Характерні ознаки та результати конкуренції у процесі структурування державної конкурентоспроможної політики до нового технологічного укладу світової та української економіки можна простежити у наступних авторів. Т. Г. Васильців, Р. Л. Лупак звертають увагу на те, що ключовою тенденцією сучасної економічної моделі є «процес концентрації та централізації дійсного капіталу – поглинання великими капіталістами дрібніших. Конкуренція дедалі більше поступається місцем монополіям, що борються за панування на світовому ринку» [23]. Конкурентоспроможність економіки багато в чому залежить від конкурентоспроможної політики, що проводиться як на державному, так і на регіональному рівнях, у зв'язку з чим, на думку В.Романенка, остання має ґрунтуватися на «нарощуванні національних конкурентних переваг на магістральних напрямках формування нового технологічного устрою з урахуванням глобальних закономірностей сучасного економічного зростання» [94]. В даному випадку видається, що процес

конкуренції може виступити як один з факторів підвищення конкурентоспроможності та якості національних конкурентних переваг.

Сучасні тенденції конкуренції в Україні опосередковано можна також характеризувати через «відсутність підприємницької культури», під якою колективом авторів запропоновано розуміти «комплекс елементів, спрямованих на формування бізнес-середовища з сприятливою культурою з метою формування ділової активності на мікро- (рівні суб'єкта господарювання), мезо - (між партнерами-контрагентами) та макрорівні (на рівні держави)» [23].

Таким чином, низький рівень адаптивної ділової активності та підприємницької культури, що виражається у тому числі через значну кількість порушень антимонопольного законодавства, безпосередньо свідчить саме про низьку якість конкурентних відносин, проте не применшує основних (позитивних) функцій конкурентного процесу. Враховуючи всі перераховані вище певні плюси конкуренції для економіки, не варто забувати про ряд негативних наслідків прояву конкурентних процесів: суперництво на ринку знищує слабкі компанії (селекція), змушуючи їх припиняти економічну діяльність, наслідком чого є скорочення робочих місць; перманентне бажання максимізації прибутку призводить до використання суб'єктами господарювання хижацьких, а іноді й протиправних практик ведення господарської діяльності; конкурентна боротьба між суб'єктами господарювання призводить до концентрації виробництва в регіонах, де виробничі витрати найбільш мінімальні.

Глобалізація, цифровізація та концентрація виробництва безповоротно тягне за собою розширення інструментів конкурентної боротьби. Як слушно зазначено Д. Є. Денисенком «сучасні фірми змушені конкурувати за всією низкою параметрів (і ціні, і якості, та інших параметрів), що значно посилює конкуренцію і перетворює їх у гіперконкуренцію» [31]. Сучасний етап прояву

конкуренції характеризується, зазначеним автором, як руйнівний, у зв'язку з чим запропоновано «перехід до конкурентної взаємодії незалежних суб'єктів господарювання» [31]. Ринок, обмежений власним внутрішнім інструментарієм, не забезпечує справедливий економічний розвиток суспільства та виробництво суспільних благ.

В результаті процесу конкуренції, а також переважного становища продавця над покупцем ринок все більше насичується масою малоякісних, недовговічних товарів, які часто шкідливі в екологічному відношенні, соціально небезпечні. У зв'язку з чим такий процес нерідко веде до зникнення стратегічно важливих, містоутворюючих та соціально значущих підприємств без відповідного наповнення. Зазначені наслідки функціонування ринку є результатом відсутності належної уваги держави до конкурентних відносин.

Як справедливо зазначено М. Портером, господарська діяльність «має здійснюватися в контексті правил гри, що відповідають бажаній із соціальної точки зору конкурентній поведінці та встановлюються на основі етичних норм та державної політики» [85]. Якщо суб'єкт господарювання у своїй діяльності використовує хижацькі дії, які призвели до обмеження, усунення, недопущення конкуренції, та у результаті цього з ринку пішов ефективний виробник, такі дії мають недобросовісний, антиконкурентний характер, отже, неприйнятні і мають припинятися. З іншого боку, дії на розвиток конкурентних відносин повинні стимулюватися.

Ринкова економіка потребує проведення щодо неї державної політики розвитку позитивних тенденцій, з одного боку, та недопущення прояву негативних наслідків, з іншого. Саме тому основне завдання державної конкурентоспроможної політики якраз і полягає у підтримці балансу між реалізацією механізму здорової конкуренції та соціальної стабільності. Викладене свідчить необхідність захисту та розвитку здорової конкуренції як на державному, так і на регіональному рівнях, оскільки у цьому зацікавлена як

держава, так і виробники, підприємці і кожен споживач окремо. При цьому, якщо на державному рівні діям із захисту та розвитку конкуренції приділяється особлива увага, то на регіональному рівні проконкурентні відносини мають другорядний характер. Пріоритизація вказаної проблеми у механізмі реалізації конкурентної політики може стати новим етапом розвитку конкуренції.

Дослідження функцій конкуренції через призму її впливу на економіку дозволяє нам перейти до визначення економічної та соціальної сутності державної конкурентоспроможної політики на державному та регіональному рівнях. Спочатку необхідно уточнити поняття «політика», що з великою кількістю його трактувань і різних контекстів, вкладених у це поняття. Так, Г.О. Цирфою політика сприймається як «сукупність ціннісних цілей, державно-управлінських заходів, рішень та дій порядку реалізації державно-політичних рішень (поставлених державною владою цілей)» [129].

Отже, під політикою у загальному вигляді пропонуємо розуміти – цілі, принципи та спрямованість діяльності держави. На даному етапі існує кілька підходів і визначення поняття конкурентної політики. Конкурентоспроможна політика, на думку Л. І. Пронкіна, О. М. Гавриш це - «комплекс послідовних заходів, здійснюваних державою з метою створення умов для змагальності суб'єктів господарювання, підвищення ефективності та конкурентоспроможності економіки, модернізації підприємств та створення умов для забезпечення економічно ефективним способом потреб громадян у товарах та послугах» [88]. Л. Л. Антонюк конкурентоспроможну політику розкриває як «сукупність цілеспрямованих дій, пов'язаних із встановленням правил, що забороняють певні види угод та поведінки учасників ринків, та механізмів, що забезпечують дотримання зазначених правил, спрямованих на захист та розвиток конкуренції, створення умов для конкуренції, у тому числі за допомогою формування нових ринків товарів та послуг, у яких відбувається

не перерозподіл, а створення вартості» [3]. Варто зауважити, що у другому визначенні, на відміну від першого, переважно є елементи реалізації саме антимонопольного регулювання. Конкурентоспроможна політика включає як заходи захисту конкуренції, так і інструменти її розвитку.

В науковій літературі також зустрічаються й інші підходи до визначення поняття конкурентоспроможної політики. Так, у монографії Л.І. Піддубної під конкурентоспроможною політикою розуміється «політика, спрямована на підтримку та створення ситуації конкуренції на ринках у вигляді встановлення та забезпечення правил, які визначають заборонені методи поведінки на ринку» [80]. Це поняття, на нашу думку, більше характеризує антимонопольне регулювання. Найбільш раціональне, на нашу думку, трактування конкурентної політики сформульовано в монографії Н.В. Якименко-Терещенко - це «послідовна система заходів, спрямованих на створення, розвиток, підтримку та захист сумлінної та рівної конкуренції на ринках» [137], у зв'язку з чим ми пропонуємо дотримуватися його викладу.

В науковій літературі змістовну сутність конкурентоспроможної політики розглядають із двох сторін. З одного, конкурентоспроможну політику інтерпретують через заходи, які проводяться антимонопольним органом, що виражається реалізацією контрольно-наглядових функцій. З іншого боку, державна конкурентоспроможна політика охоплює перелік інституційних питань, пов'язаних з розвитком конкуренції, забезпеченням конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, підвищенням якості продукції та послуг вітчизняного виробництва, розвитком товарних ринків. При цьому захист та розвиток конкуренції в тих чи інших галузях економіки походить від цілей та завдань конкурентоспроможної політики, що реалізується в державі та її регіонах.

Сутність конкурентоспроможної політики можна висловити через економічні та соціальні цілі, а також через методи та засоби їх досягнення.

Аналогічний підхід до визначення сутності економічної політики держави використано у роботі С. М. Лихолат, Т. Г. Васильціва, В. В. Зайченко [57]. Так, серед економічних цілей реалізації конкурентної політики виділяють «оптимізацію економічної структури ринку, запобігання монополістичній владі, вплив на економічну поведінку суб'єктів, коригування невикладних суспільству економічних результатів» [57]. Основною метою політики у сфері захисту конкуренції є припинення та запобігання антиконкурентним діям з боку органів влади, суб'єктів господарювання [57].

На підставі проведеного аналізу, до ключових економічних цілей конкурентоспроможної політики ми відносимо: створення рівних умов конкуренції; розвиток цивілізованого конкурентного середовища; підвищення конкурентоспроможності вітчизняного бізнесу; коригування економічних результатів (преференції, органи влади); конкурсний розподіл державних (обмежених) ресурсів; припинення монопольної поведінки та недобросовісної конкуренції.

До соціального ефекту від досягнення перерахованих вище цілей віднесені: перешкода до необґрунтованого підвищення цін; підвищення якості вироблених товарів, робіт та послуг для суспільства; розширення асортименту вироблених товарів, робіт та послуг; створення сприятливого конкурентного середовища: рівні можливості для здійснення економічної діяльності; підтримка та розвиток малого та середнього підприємництва; стимулювання до нововведень та мінімізації виробничих витрат; підвищення суспільного добробуту; скорочення антиконкурентних практик поведінки та регулювання.

Перелічені економічні цілі конкурентоспроможної політики та отримуваний соціальний ефект дозволяють поставити інструменти підтримки конкуренції в один ряд із інструментами соціально-економічного розвитку економіки. Інакше кажучи, механізм реалізації конкурентоспроможної політики є одним із елементів реалізації економічної політики. Зауважимо, що соціальна орієнтованість економіки вимагає від держави безпосередньої координації та контролю за стійким соціально-економічним розвитком

регіонів. Тому досягнення економічних цілей конкурентоспроможної політики має бути у постійному фокусі органів державного управління на регіональному рівні.

Враховуючи сукупність економічних цілей реалізації конкурентоспроможної політики, соціального ефекту, а також функцій конкуренції як економічного явища, запропоновано основи наукової концепції, що характеризує ключові фактори формування та реалізації конкурентоспроможної політики, положення якої можна виразити так: по відношенню до конкуренції необхідне державне регулювання з метою її захисту та розвитку; конкурентоспроможна політика повинна забезпечувати умови, що сприяють реалізації закладених у конкуренції сприятливих функцій (ефектів) для економіки; механізм захисту та розвитку конкуренції має відповідати об'єктивним економічним потребам; наявність постійної потреби підвищення задоволеності споживачів (підвищення, якості, зниження цін, розширення асортименту); підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання; стає зростання економічних систем.

Зміни характеру конкуренції визначають нові концептуальні підходи до здійснення антимонопольної та конкурентоспроможної політики, як на міжнародному, так і на державному, регіональному рівнях, що зумовлює необхідність постійного вдосконалення антимонопольного законодавства та системи регулювання.

Таким чином, проаналізовано основні підходи до питання дослідження та тлумачення змісту конкуренції, систематизував їх та запропонував власний підхід до цього поняття. Акумуляовані та доповнені ключові функції конкуренції у ринковій економіці. В результаті дослідження негативних наслідків та позитивного результату прояву конкурентних процесів в економіці, виявлено потребу в їхньому державному регулюванні. На основі розкриття економічної та соціальної сутності конкурентоспроможної політики сформовано основні фактори її формування та реалізації, що необхідно для диференціації напрямів та визначення меж регулюючого впливу.

1.2. Поняття механізму конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні

Розробка та ефективна реалізація державної політики у сфері захисту та розвитку конкуренції залишається пріоритетним напрямом діяльності органів публічного управління. Конкурентна політика є лише одним із напрямів державної економічної політики, який має певні точки дотику з іншими її напрямками (макроекономічна, промислова політика, соціальна, регіональна та ін.), але при цьому має свої специфічні цілі та інструменти реалізації. На наш погляд, визначення конкурентної політики має спиратися, в тому числі на поняття системи по відношенню до «промислової політики». Такий погляд дозволить нам розглядати конкурентну політику як самостійний напрямок, але в обов'язковому порядку та у безпосередньому взаємозв'язку з іншими видами системи національної економічної політики. Порівняльна характеристика елементів системи національної економічної політики представлені у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Елементи системи національної економічної політики

Вид економічної політики	Основні елементи реалізації (мета, інструменти, об'єкт)		
	Цілі/завдання	Інструменти/методи	Об'єкт
Макроекономічна політика	Досягнення макроекономічної стабільності, боротьба з інфляцією, безробіттям	Інструменти фіскальної кредитно-грошової політики та ін.	Національна економіка загалом
Бюджетно-податкова політика	Перерозподіл бюджетних коштів	Податкове регулювання, бюджетне фінансування, державне та регіональне замовлення	Фінансова та податкова система
Регіональна економічна політика	Вирівнювання умов соціально-економічного розвитку, забезпечення єдиного економічного простору та ін.	Економічні (прямі та непрямі) та адміністративні	Регіональні соціально-економічні системи/соціально

			економічні процеси
Промислова політика	Забезпечення динамічного розвитку країни та конкурентоспроможності вітчизняних виробників	Технічне регулювання, цільові програми, підтримка експорту, надання обмежених кількості учасників економіки додаткових ресурсів та ін.	Виробнича діяльність суб'єктів господарювання/виробничі підприємства
Соціальна політика	Підвищення рівня та якості життя населення	Регулювання цін, соціальна допомога та ін.	Рівень та якість життя
Конкурентоспроможна політика на регіональному рівні	Підтримка та створення рівних умов конкуренції на регіональних ринках, забезпечення сталого економічного зростання регіонів та підвищення добробуту населення регіонів	Захист та розвиток конкуренції на регіональному рівні	Конкурентні відносини, конкурентне середовище, органи публічного управління на регіональному рівні

Аналіз даних таблиці 1.1 показує, що конкурентоспроможна політика на регіональному рівні має точки дотику з регіональною політикою з позиції формування єдиного економічного простору. Є взаємозв'язок між соціальною політикою та конкурентоспроможною політикою на регіональному рівні, що виражається через підвищення продуктивності економічної діяльності (розширення асортименту, орієнтованість на споживача, технологічний прогрес тощо), що сприятливо впливає на рівень та якість життя суспільства. Конкурентоспроможна політика на регіональному рівні також частково взаємопов'язана з промисловою політикою, з позиції спільної мети: забезпечення сталого економічного зростання та підвищення добробуту населення.

З викладеного можна дійти висновку, що конкурентоспроможна політика на регіональному рівні взаємозалежна з іншими елементами системи національної економічної політики держави. При цьому сучасна конкурентоспроможна політика на регіональному рівні по праву може вважатися самостійним напрямом діяльності органів державної влади.

Однією з перших держав, у яких антимонопольне регулювання знайшло

своє нормативно-правове закріплення, є Сполучені Штати Америки, а перший антитрестовський (антимонопольний) закон отримав назву - Акт Шермана. Хоча і є сумніви щодо підстав походження антитрестівського закону Шермана та осіб, чиї інтереси в кінцевому рахунку були пролобійовані, цей акт був прийнятий на федеральному рівні в 1890 році.

Далі пропонується розглянути ціннісні цілі конкурентоспроможної політики на регіональному рівні. Як така мета політики характеризує образ (опис) майбутнього стану об'єкта політики, бажаного, з погляду суб'єкта політики, і досяжного з допомогою тих чи інших засобів на поведінку індивідів і закупівельних організацій, що складають об'єкт політики [49]. Враховуючи результати, викладені у роботі [64], серед основних, ціннісних цілей реалізації державної конкурентоспроможної політики на регіональному рівні необхідно виділити: підвищення суспільного добробуту; досягнення економічної ефективності; декономічний розвиток (стійке економічне зростання); підвищення якості економічного розвитку; позитивна динаміка конкурентоспроможності вітчизняних виробників на зовнішніх та внутрішніх ринках; підвищення інвестиційної привабливості економіки; скорочення кількості порушень діями органів публічного управління. Зазначені ціннісні цілі можуть виступати як індикатори, використання яких дозволить державі визначити межі реалізації конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні. Зокрема, пропорційне та обґрунтоване втручання у ринкові процеси, а також межі, що мають конституційний характер. Загальним результатом державної конкурентоспроможної політики на регіональному рівні є підвищення добробуту населення через посилення інтенсивності конкуренції на ринку та припинення негативних практик поведінки.

Деякими авторами сформульовано основні засади конкурентоспроможної політики на регіональному рівні: забезпечення функціонування ринкових відносин на основі захисту та розвитку конкуренції та підприємництва; припинення монополістичної діяльності та недобросовісної конкуренції; недопущення порушень із боку органів

публічного управління; законність, гласність і публічність у процесах [59]. Досягнення мети конкурентоспроможної політики на регіональному рівні передбачає вирішення наступних завдань: ефективна реалізація контрольних функцій щодо виявлення та припинення антиконкурентної діяльності суб'єктів господарювання та органів публічного управління; формування конкурентного середовища та покращення його стану за рахунок скорочення необґрунтованих бар'єрів входу та ведення бізнесу на ринку, а також розвитку інфраструктури із забезпеченням доступу до неї зацікавлених учасників ринку; створення умов розвитку конкурентоспроможних суб'єктів господарювання; реалізація заходів розвитку конкуренції у регіонах та окремих сферах.

У зв'язку з викладеним є доцільність перейти до структури конкурентоспроможної політики на регіональному рівні. В науковій літературі конкурентоспроможну політику на регіональному рівні прийнято розділяти на захисну (антимонопольну) та активну. Так, з одного боку, антимонопольна політика (регулювання), за допомогою закріплених правил, спрямована на опис заборонених практик здійснення економічної діяльності суб'єктами господарювання, дій (бездіяльностей) органів публічного управління, застосування різноманітних форм відновлення стану до вчинення нелегальних дій та накладання дієвих санкцій на визнаних осіб, які порушили антимонопольні вимоги. З іншого, конкурентоспроможна політика на регіональному рівні вбирає у собі комплекс заходів (профілактичного та стимулюючого характеру) спрямованих на розвиток та підтримку конкуренції та конкурентного середовища - адвокатування конкуренції, реалізація дорожніх карт, стратегій розвитку конкуренції у регіонах та ін.

На підставі викладеного можна зробити висновок, що конкурентоспроможна політика на регіональному рівні в загальному сенсі включає в свою структуру два ключові напрями: захист конкуренції (захисна конкурентна політика) та розвиток конкуренції (активна конкурентна політика). Вказаному поділу реалізації конкурентоспроможної політики на

регіональному рівні дотримується досить велика кількість сучасних дослідників, які займаються питаннями захисту та розвитку конкуренції, зокрема [10]. Захисна конкурентна політика, що називається ще як антимонопольна політика, характеризується захистом від зазіхань, небезпек і ворожих дій стосовно конкуренції. Захисні заходи щодо конкуренції, спрямовані на своєчасне виявлення та припинення антиконкурентних дій (у тому числі бездіяльності, наприклад, органів публічного управління). Тут варто враховувати, що захищати можна лише те, що вже існує, а отже, здійснюючи захист конкуренції, держава прагне зберегти досягнуте. В основі захисної конкурентної політики лежить розробка та виконання системи антимонопольного законодавства. Антимонопольний комітет України та його міжобласні територіальні відділення є основними суб'єктами держави, що реалізують контрольні-наглядові функції захисту конкуренції.

До основних заходів захисної конкурентної політики в першу чергу необхідно віднести заходи, спрямовані на виявлення та припинення антиконкурентних дій (поведінка) учасників ринку, органів публічного управління, інших осіб, які потенційно можуть обмежити, усунути конкуренцію на відповідному товарному ринку. Серед основних напрямів антимонопольного регулювання можна назвати: запобіжні заходи антиконкурентної поведінки, тобто встановлений антимонопольним законодавством перелік заборон та застережень, адресованих органам публічного управління та суб'єктам господарювання, які здійснюють свою діяльність (бездіяльність) на шкоду конкуренції; запобіжні заходи антиконкурентної поведінки, тобто заходи, спрямовані на запобігання діям, які в майбутньому можуть спричинити несприятливі наслідки для конкуренції. Українське антимонопольне законодавство переважно містить інструменти, спрямовані на усунення порушень, а не на розвиток конкуренції як такої, у зв'язку з чим слід зазначити, що сучасні наукові теорії виділяють різні моделі конкурентної політики:

- «жорстка конкурентна політика», інструменти якої більшою мірою

націлені на припинення, усунення незаконних практик поведінки учасників ринку, органів публічного управління;

- «м'яка конкурентна політика», основна мета якої полягає у сприянні формування умов конкуренції заходами непрямого впливу (переважно використовуються інструменти активної конкурентної політики).

Далі розглянуто механізм активної конкурентної політики. Активна конкурентна політика спрямована на розвиток конкуренції та створення умов, формують сприятливу конкурентне середовище. Активна політика розвитку конкуренції має призводити до створення проконкурентних основ функціонування економіки, тобто повинні створюватися умови та мотиви, що стимулюють посилення конкуренції на існуючих товарних ринках.

У якості ключових суб'єктів активної політики щодо розвитку конкуренції можна виділити органи публічного управління на державному та регіональному рівнях, профільні міністерства та відомства. До ключової мети активної конкурентної політики належить створення та підтримання рівних умов конкуренції.

До основних заходів активної конкурентної політики слід зарахувати:

- усунення адміністративних бар'єрів;
- розвиток конкуренції у сферах та галузях де переважають природні монополії;
- розвиток конкурентного середовища, де основним покупцем та продавцем виступає держава;
- формування нових ринків у вигляді передачі державних (комунальних) господарських функцій організаціям приватного сектора (створення сприятливих умов запровадження діяльності у сфері охорони, пасажирських перевезень наземним транспортом тощо);
- вдосконалення антимонопольного законодавства;
- адвокатування конкуренції (формування у суспільстві переконань про користь конкуренції, про наслідки її обмеження, недопущення та усунення).

У сучасних умовах адвокатування конкуренції розуміється як комплекс

дій суб'єктів конкурентної політики, спрямованих на зміцнення конкурентного середовища за допомогою використання механізмів, які не є елементами виключно системи примусу до дотримання встановлених правил застосування санкцій на основі адміністративних процедур та судових рішень.

Адвокатування конкуренції забезпечує усвідомлення органами публічного управління, бізнесом та суспільством корисності та важливості дотримання конкурентних принципів для покращення суспільного добробуту. Основними цілями адвокатування конкуренції є:

- інформування потенційних порушників про вчинені дії, що мають або конкурентний, або антиконкурентний характер, а також про систему санкцій за протиправні дії;
- інформування представників влади, бізнесу та громадськості про позитивні функції прояву конкуренції;
- інформування суб'єктів господарювання про зміст і правонаступники конкурентних норм з метою їх використання для захисту своїх прав та інтересів.

Наслідки реалізації політики розвитку конкуренції передбачають формування «культури конкуренції» серед усього суспільства, підвищення обізнаності органів публічного управління, учасників ринку, інших економічних суб'єктів, про механізми та інструменти її реалізації. При здійсненні активної конкурентної політики створюються передумови розвитку конкурентного середовища, формування ринкових форм і методів господарювання. Крім захисного та активного методу у сфері конкуренції варто відзначити ще й інші заходи, здатні впливати на конкуренцію. Приміром, заходи стимулюючого характеру, створені задля створення передумов реалізації підприємницької діяльності у конкурентних умовах:

- тарифне регулювання, податкове регулювання, митне регулювання;
- контроль за якістю, ліцензування;
- розвиток інфраструктури;
- підтримка та розвиток малого та середнього підприємництва;

- захист прав споживачів.

Об'єктом конкурентної політики може бути конкуренція як економічне явище, органи публічного управління як суб'єкти управління, суб'єкти господарювання як учасники ринку, і конкурентне середовище як певні умови (стан і структура ринку) здійснення економічної діяльності. Суб'єктами економічних відносин переважно є суб'єкти господарювання та природні монополії. Конкурентна політика впливає на структуру ринку, тобто на сформоване конкурентне середовище на такому ринку.

Суб'єктом реалізації державної конкурентної політики є держава від імені відповідних міністерств і, на регіональному рівні - органи публічного управління.

Резюмуючи дослідження цілей, завдань, інструментів і структури конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні, доцільно представити схематично механізм її реалізації. У загальному вигляді "структурно-логічна схема" механізму реалізації конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні, складена за допомогою формули регуляційного механізму "суб'єкт-мета-засоби/ресурси-форма-метод/інструменти та об'єкт", представлена на рис. 1.1. Враховуючи характер, зміст, об'єкт та суб'єкт конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні є можливим виділити три групи стейкхолдерів, зацікавлених у її ефективній реалізації: споживач продукції - товарів, робіт, послуг; суб'єкти господарювання - виробники, підприємці, постачальники; держава, що виступають як споживач виробленої продукції, одержувач податкових платежів, основний регулятор ринків.

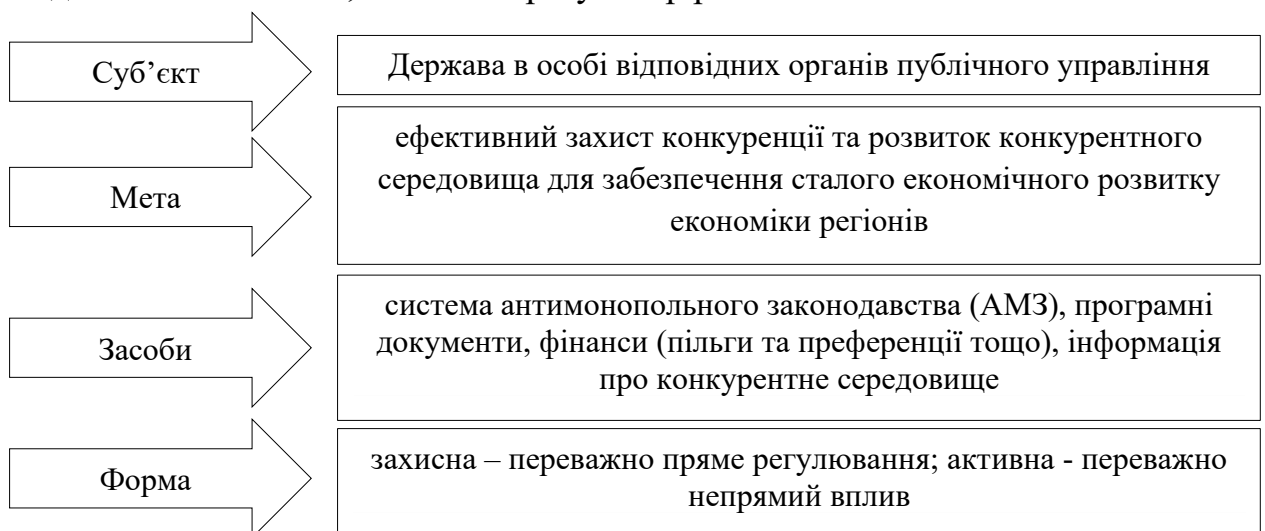


Рис. 1.1. Структурно-логічна схема механізму реалізації конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні

Серед основних напрямів реалізації конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні можна виділити:

- розвиток сприятливого конкурентного середовища в окремих галузях;
- перехід до розумного «smart» антимонопольного регулювання (попередження антиконкурентних дій органів влади, монополістичної конкуренції та недобросовісної конкуренції, антимонопольний комплаєнс та інше);
- розвиток конкуренції з використанням результатів інтелектуальної діяльності;
- розвиток конкуренції на регіональному рівні;
- удосконалення механізму у сфері державного та регіонального замовлення.

Серед пріоритетних напрямів діяльності можна назвати:

- модернізацію антимонопольного законодавства;
- перерозподіл зусиль на найбільш суттєві порушення антимонопольного законодавства, що завдають найбільших збитків для економіки;
- розробку та реалізацію порядку взаємодії органів публічного управління та правоохоронних органів з метою якісного виявлення та припинення картелів;
- посилення превентивних функцій антимонопольного комітету України, підвищення його прогностичних та аналітичних можливостей.

Таким чином, нами виявлено, що державна політика у сфері захисту та розвитку конкуренції взаємозалежна та взаємопов'язана з іншими елементами системи національної економічної політики країни. На підставі узагальнення сукупності елементів конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні розкрито механізм її формування та реалізації.

1.3. Конкурентоспроможна державна політика як чинник розвитку соціально-економічної системи регіону

Механізм державної політики у сфері розвитку конкуренції є складовим елементом державної економічної політики. При цьому, розглядаючи роль політики у сфері захисту та розвитку конкуренції у межах системи національної економіки, слід зазначити, що як така система національної економіки досить диференційована і специфічна за рівнем управління. Тому, на наш погляд, конкурентоспроможну політику, зокрема її механізм, необхідно розглядати в контексті територіальної організації національної економіки, що складається з безлічі територіально-відокремлених утворень.

Для аналізу механізму конкурентоспроможної державної політики та його на соціально-економічну систему регіону запропоновано розглянути

категорію «регіон» через методологію системного підходу. Цей підхід обумовлений тим, що дозволяє розглянути об'єкт дослідження як систему, тобто у його цілісній єдності. Крім цього, системний підхід у даному разі визначено тим, що поєднує відносини людини, нашого суспільства та держави, і навіть усе різноманіття політичних, економічних, соціальних та інших відносин, що існують у сучасному суспільстві.

Методологія системного підходу дозволить врахувати відмінності та специфіку кожного елемента окремо та у взаємозв'язку між собою. Насамперед, під системою ми пропонуємо розуміти безліч елементів, що у відносинах і зв'язках один з одним утворюють певну цілісність, єдність. Сукупність та взаємозв'язок елементів системи утворюють її структуру, одночасно як сукупність елементів – це лише склад системи.

Для повнішого визначення системи необхідно розкрити поняття «елемент». Так, під елементом у найзагальнішому трактуванні розуміють складову частину цілого. У цьому під елементом розуміється «компонент системи, подальше дроблення (декомпозиція) якого неможливо чи недоцільна» [25]. Поняття підсистема також є для нас суттєвим. Підсистема це - «компонент системи, що має певну самостійність і допускає подальшу декомпозицію, тобто розчленування на елементи» [25]. Викладене дозволяє нам уявити систему як сукупність взаємодіючих між собою підсистем та елементів. Отже, регіон, у системному розумінні, представляє сукупність певних підсистем та елементів.

Далі запропоновано аналіз регіону як соціально-економічної системи. Проведений аналіз наукової літератури дозволяє зробити висновок, що поняття «регіон», особливо його інтерпретація, значно залежить від галузі науки, а також поставлених дослідником цілей та завдань. Так, у перекладі з латини «regio» – країна, область. У такому формулюванні переважно використовується просторовий підхід – конкретна територія, адміністративно-територіальне утворення та інші частини, елементи державно-територіального

устрою. Ключовий сенс поділу держави на регіони, на нашу думку, можна зафіксувати у роботі М.І. Долішнього: «Поділ держави на регіони обумовлено нездатністю держави виконувати певні власні функції без утворення додаткових інститутів - регіонів, або виконання таких регіонами ефективніше. Тобто регіон виконує якісь самостійні функції, властиві лише йому» [35]. Поняття регіон представлене чотирма сучасними науковими парадигмами, а саме: регіон, як квазідержави; регіон як квазікорпорація; регіон як ринок; регіон, як соціум.

У контексті дослідження механізму формування та реалізації конкурентоспроможної державної політики кожна з перерахованих парадигм з її набором інструментів та методів може бути використана для визначення місця та ролі конкурентоспроможної політики у регіональному розвитку.

Після аналізу основних трактувань категорії регіон науковцями запропоновано наступне визначення даного поняття - «регіон це відокремлена і самостійна, територіальна соціально-економічна система, що володіє просторовою формою організації життєдіяльності індивідів і соціальних груп, що є частиною єдиної системи продуктивних і виробничих сил та реалізацією повних циклів відтворення соціальних та економічних процесів, і навіть наявністю органів управління, щоб забезпечити вирішення відповідних цілей і завдань на регіональному рівні» [33]. Зазначене визначення, на нашу думку, найповніше розкриває регіон як соціально-економічну систему, підсистему вищого порядку, що в рамках нашого дослідження є необхідною умовою. З погляду офіційного трактування під регіоном запропоновано розуміти частину території України, що має спільність природних, соціально-економічних, національно-культурних та інших умов. С.А. Романюк під регіоном розуміє адміністративно-територіальне утворення, місто [96]. Зазначений підхід найчастіше використовується як орієнтир при складанні нормативно-правових документів. Таким чином, спираючись на ідеї та праці викладених авторів, на

наш погляд, вельми правомірно розглядати поняття «регіон» як відокремлену частину країни – територіальну соціально-економічну одиницю з набором властивих їй елементів та характеристик, що є підсистемою єдиного народногосподарського комплексу, що сформувалася за історичним, природно-кліматичних, економічних причин. Одночасно варто відзначити, що соціально-економічна система за допомогою застосування адміністративно-територіального підходу може бути представлена в межах певного територіального утворення.

Отже, з погляду системного підходу регіон представляє складну соціально-економічну систему, що з безлічі взаємозалежних між собою підсистем - частин і елементів.

У загальному вигляді внутрішнє середовище регіону можна подати так. У якості додаткових елементів внутрішнього середовища необхідно додати інституційне середовище, систему управління, ринкову інфраструктуру. Так, демографічний аспект включає: чисельність, етнічний склад, а також інші характеристики рівня та умов життя населення даної території. Природні ресурси - це сукупність земельних, копалин, водних та інших природних ресурсів. Економічна сфера – суб'єкти господарювання, галузі, галузь виробництва, виробничі відносини, конкурентне середовище. Соціальна сфера - комплекси науки, освіти, спорту, культури, охорони здоров'я. Фінансова сфера - бюджетні та позабюджетні фонди, банки, система страхування та ін. Інституційне середовище - сукупність формальних та неформальних правил та механізмів їх функціонування.

Слід зазначити, що внутрішнє середовище регіону є відкритою системою, тобто відбувається обмін між внутрішніми та зовнішніми елементами системи. При цьому зовнішнім середовищем для соціально-економічної системи регіону виступають інші регіони, регіони іноземних держав, самі іноземні держави, їх об'єднання тощо.

Визначення ключових особливостей поняття регіон, зміст його внутрішнього середовища дозволяє перейти до дослідження питання соціально-економічної системи регіону.

Оскільки розвиток соціально-економічної системи відбувається під впливом численних внутрішніх та зовнішніх факторів, що впливають на різні внутрішні зміни, принципове значення має конкретизація поняття «соціально-економічна система». Що стосується предмета нашого дослідження соціально-економічну систему необхідно ідентифікувати, представивши у вигляді універсального об'єкта дослідження. Спочатку виділимо дві основні характеристики соціально-економічної системи: перша - це сукупність взаємозалежних підсистем (елементів), що утворюють єдине ціле, і друге, ця цілісність перебуває у безпосередньому зв'язку із зовнішнім світом, тобто взаємодіє з навколишнім її зовнішнім середовищем.

Використовуючи функціональний аналіз, необхідно зосередити увагу на внутрішній організації соціально-економічної системи, розкривши її сутність, властивості та структуру. Сутність соціально-економічної системи, на нашу думку, можна виразити через центрально-утворюючого суб'єкта соціально-економічних відносин - людини.

Кожній людині притаманні певні потреби та проблеми, що формують поведінку, пов'язану з їх задоволенням. Ці потреби стимулюють людину реалізації економічної діяльності, отже, і до функціонування всієї соціально-економічної системи. Таким чином, сутність соціально-економічної системи полягає у потребах людини, способах та формах їх задоволення. Основні властивості соціально-економічної системи, у тому числі й регіону, представлені в наступному:

- цілісність означає, що при впливі та зміні елемента системи виникає вплив на інші елементи, що в результаті може змінити систему в цілому;
- емерджентність означає, що "система це щось більше, ніж сума її

частин". Іншими словами, властивість самої системи не зводиться з сумою властивостей її елементів і не виводиться з властивостей складових елементів;

- стійкість означає, що це елементи, що входять до складу, перебувають у взаємному зв'язку;

- ієрархія означає, що система може бути системою вищого чи нижчого порядку;

- керованість має на увазі адміністративно-територіальний поділ (притаманний лише територіальним утворенням).

Структура соціально-економічної системи вбирає у собі значну кількість системоутворюючих підсистем та елементів. Серед основних, різними авторами вирізняються: природно-ресурсна, економічна, соціальна, демографічна, організаційна підсистеми, трудовий, інформаційний, аграрний, науково-технічний елементи [47]. При цьому варто враховувати, що структурна декомпозиція системи як ознака виділення підсистем та елементів визначає наявність сильних зв'язків між підсистемами (елементами). Ми виходимо речей, що кожна підсистема (елемент) виконує певну функцію. До основних функцій системи віднесено: цілісність, адаптованість, досягнення цільового ефекту та вирішення внутрішніх протиріч. Функції підсистеми мають на меті виконання та підтримання функцій системи. Для визначення структури соціально-економічної системи регіону, з погляду впливу інструментів конкурентної політики як чинника її розвитку, пропонується розглянути основні підсистеми та елементи з позиції відтворювального підходу. Під відтворювальним процесом розуміється взаємодія економічних суб'єктів у сферах виробництва, розподілу, обміну та споживання.

Вибірка наступних підсистем та елементів обумовлена об'єктом впливу конкурентної політики на економічні відносини. При цьому відтворювальний процес виступає в ролі сполучної ланки між системними елементами та інструментами конкурентоспроможної політики. В якості основи впливу

конкурентоспроможної політики на розвиток соціально-економічної системи регіону виступає економічна сфера, під якою в загальному розумінні пропонується розуміти систему взаємодіючих суб'єктів (юридичних осіб різних форм власності), що функціонують для реалізації відтворювального процесу в регіоні.

Від властивостей економічної сфери багато залежить у соціальному житті суспільства, що також є суттєвим для надбудови механізму конкурентоспроможної політики. Слід зазначити, що якості економічної сфери є частиною соціальної підсистеми. Економічна сфера створює матеріальну базу для функціонування соціальної підсистеми та її інфраструктури. Вказується, що стан соціальної підсистеми багато в чому визначає «процеси відтворення трудових ресурсів, їх кількість та якість, рівень науково-технічного розвитку виробничих сил, культурне та духовне життя суспільства» [130]. Саме тому інструменти конкурентоспроможної політики впливають як на економічну складову, а й у соціальну інфраструктуру (освіта, охорона здоров'я, перевезення пасажирів громадським транспортом, соціальне забезпечення, громадське харчування, житлово-комунальне забезпечення, і навіть інші соціальні інститути).

Іншими словами, до соціальної сфери належить те, що призводить до задоволення соціальних потреб населення.

Для ефективного функціонування економічної та соціальної сфери регіону та підвищення задоволення потреб населення необхідне формування ринкової системи регіону, в межах якої і реалізовуватиметься відтворювальний процес. В основу дослідження ринкової системи регіону як об'єкту впливу механізму конкурентоспроможної політики покладено такі передумови. По-перше, ринкова система регіону виступає у ролі фундаменту реалізації регіонального відтворювального процесу. По-друге, регіональний відтворювальний процес у ринковій системі регіону має відносну

завершеність і самостійність у зв'язку з тим, що включає всі відомі стадії відтворення. По-третє, ринкова система регіону формує економічне середовище, необхідну реалізації всіх стадій відтворювального процесу у регіоні. По-четверте, органи публічного управління за допомогою різних форм і методів регулювання можуть забезпечувати розвиток ринкової системи регіону, отже, розвитку всього регіону. На підставі викладеного необхідно охарактеризувати роль ринкової системи в економічній та соціальній сфері регіону та виявити її основні елементи як об'єкта управління. Для того щоб регіональна ринкова система могла забезпечувати сталий розвиток економічної та соціальної сфери регіону, необхідно формування та організація умов, які забезпечують відтворення та раціональне витрачання регіональних ресурсів. У цьому випадку особливо варто виділити ринкову інфраструктуру регіону, на якій ґрунтується система регіональних ринків. Так, під ринковою інфраструктурою пропонується розуміти «сукупність об'єктів та інституційних структур, що забезпечують формування матеріальних, фінансових та інформаційних зв'язків між суб'єктами ринку» [24]. Місце регіональних ринків у відтворювальному процесі представлено на рис. 1.2.

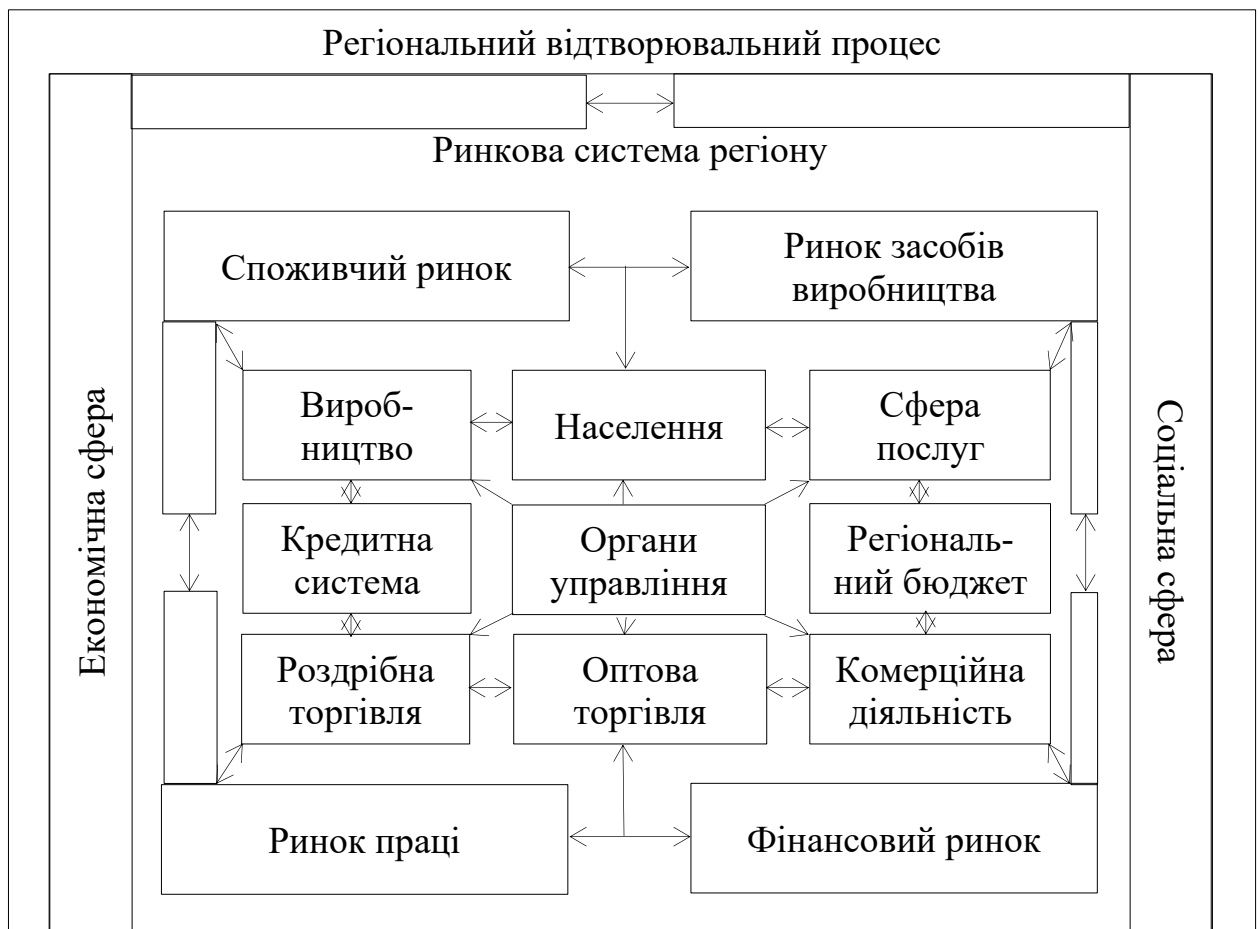


Рис. 1.2. Місце регіональних ринків у відтворювальному процесі

Виділення ринкової інфраструктури пов'язане з тим, що основним результатом реалізації конкурентної політики є забезпечення необхідних умов формування розвинених ринкових відносин та сприятливого конкурентного середовища у відтворювальному регіональному процесі.

На підставі викладеного можна зробити висновок, що регіон є складною системою, що складається з безлічі взаємопов'язаних підсистем, що функціонують і взаємодіють між собою та з іншими системами та підсистемами.

Встановлення сутності, властивостей та структури системи – важлива складова системного визначення та дослідження впливу інструментів конкурентної політики на розвиток соціально-економічної системи регіону.

Кожній системі, зокрема, соціально-економічній системі регіону властивий процес розвитку. Під розвитком системи ми пропонуємо розуміти будь-яку якісну зміну, як правило, що супроводжується кількісними змінами, що веде до прогресивного результату. Такого ж висновку, виходячи з дослідження різних підходів до інтерпретації поняття розвитку дійшли Є.В. Н. І. Верхоглядова, І. В. Олініченко [24]. Одночасно ми дотримуємося позиції В. І. Чужикова викладеної у вигляді концепції сталого розвитку регіону, під яким автором пропонується розуміти «керований (контрольований) розвиток суспільства, що поєднує як стихійні, ринкові процеси, що створюють творчий потенціал розвитку, так і державне управління, що встановлює певні рамки ймовірнісних процесів, з метою недопущення їх виходу межі, безпечні суспільству» [130]. Зазначене дає нам підставу підійти до процесу розвитку

системи через методологію управління механізмом реалізації конкурентної політики як фактора розвитку соціально-економічної системи регіону.

Деякі автори під розвитком соціально-економічної системи розкривають «складний процес закономірного спрямованого вдосконалення її якісного стану протягом тривалого періоду часу» [33]. Отже, розвиток має спрямованість, що визначається метою або системою цілей. Серед основних чинників економічного розвитку традиційна економічна наука виділяє працю, землю, капітал, підприємницькі здібності [96]. До названих факторів також необхідно додати інституційний підхід, що включає політичні, економічні та інші інституції. В основі розвитку соціально-економічної системи лежать як внутрішні умови і фактори, так і зовнішні, що отримали назви ендегенні та екзогенні.

До ендегенних (внутрішніх) чинників відносяться ті сфери та особливості, які залежать від показників регіону, його природних переваг, і навіть від органів управління, тобто від самостійної реалізації повноважень покладених на органи влади та органи місцевого самоврядування. По-перше, до ендегенних факторів відносяться базові (що склалися) особливості регіону: природно-кліматичні, географічні, демографічні, інфраструктурні, соціокультурні та ін. По-друге, варто відзначити активну діяльність регіональних органів управління щодо створення певного середовища функціонування суб'єктів господарювання та організаційної структури. Так, наприклад, підтримка підприємництва у вигляді створення сприятливого клімату (умов) здійснення економічної діяльності, стимулювання попиту на товари регіональних виробників може розглядатися як внутрішній чинник розвитку системи регіону.

У якості додаткового чинника, у результаті проведеного дослідження проблем, пов'язаних із підвищенням конкурентоспроможності регіону В. Керецмана, варто виділити фактор інноваційної сприйнятливості та фактор інноваційної активності регіону [47], що опосередковано залежить від природних переваг регіону та діяльності органів влади. До екзогенних

(зовнішніх) чинників відносяться такі чинники, які залежать чи є наслідком рішень суб'єктів управління у межах відповідного регіону, але впливають на систему і видозмінюють її (підсистему, елементи). До зовнішніх факторів насамперед необхідно віднести інституційні умови.

У числі істотних чинників, які впливають на розвиток соціально-економічної системи регіону можна виділити: глобалізацію економічних процесів, кількість і стан прикордонних регіонів, соціально-економічну політику державної влади та ін. Названі чинники забезпечують просторовий розвиток соціально-економічної системи. Враховуючи сучасний інструментарій реалізації конкурентної політики на державному та регіональному рівні, сам механізм конкурентної політики може бути віднесений як до ендегенних, так і до екзогенних факторів розвитку соціально-економічної системи регіону, за такими підставами. Формування у кожному регіоні, у межах стандарту розвитку конкуренції, уповноважених органів, відповідальних за реалізацію положень стандарту, отже, і напрямів розвитку конкуренції на підвідомчій території належить до ендегенного чинника. При цьому сама розробка та нормативне закріплення стандарту розвитку конкуренції, що зобов'язує своєчасне впровадження та реалізацію на всій території України, відноситься до екзогенного фактора.

В результаті дослідження основних детермінантів, які повинні враховуватися при розробці та реалізації механізму конкурентної політики на регіональному рівні, ми виявили такі суттєві елементи соціально-економічної системи регіону: конкурентне середовище, конкурентні переваги, конкурентоспроможність, а також конкурентний імунітет. На наш погляд, зміст механізму конкурентної політики як фактора розвитку соціально-економічної системи регіону має виглядати так (рис. 1.3).

При аналізі понять конкуренція, конкурентне середовище, конкурентоспроможність, конкурентні переваги та конкурентний імунітет виявлено, що вони суттєво відрізняються один від одного, при цьому вони нерозривно між собою взаємопов'язані.

Так було встановлено, що конкурентне середовище забезпечує механізм (процес) конкуренції, що у своє чергу сприяє формуванню конкурентних переваг у ринкових умов, а результатом їх використання виступає конкурентоспроможність суб'єкта.

Разом з тим конкурентоспроможність суб'єкта - це фактичний стан, тобто досягнуті результати у вигляді конкурентних переваг, у зв'язку з чим конкурентний імунітет - це здатність суб'єкта утримувати конкурентоспроможність протягом багато часу, зокрема з допомогою розвитку та оновлення конкурентних переваг.

З викладеного характеризуємо основні елементи представленого механізму.

Елементи представленого механізму (конкурентне середовище, конкурентоспроможність та конкурентні переваги) спеціально виділені в окремі частини, щоб підкреслити самостійність та важливість кожного з них.

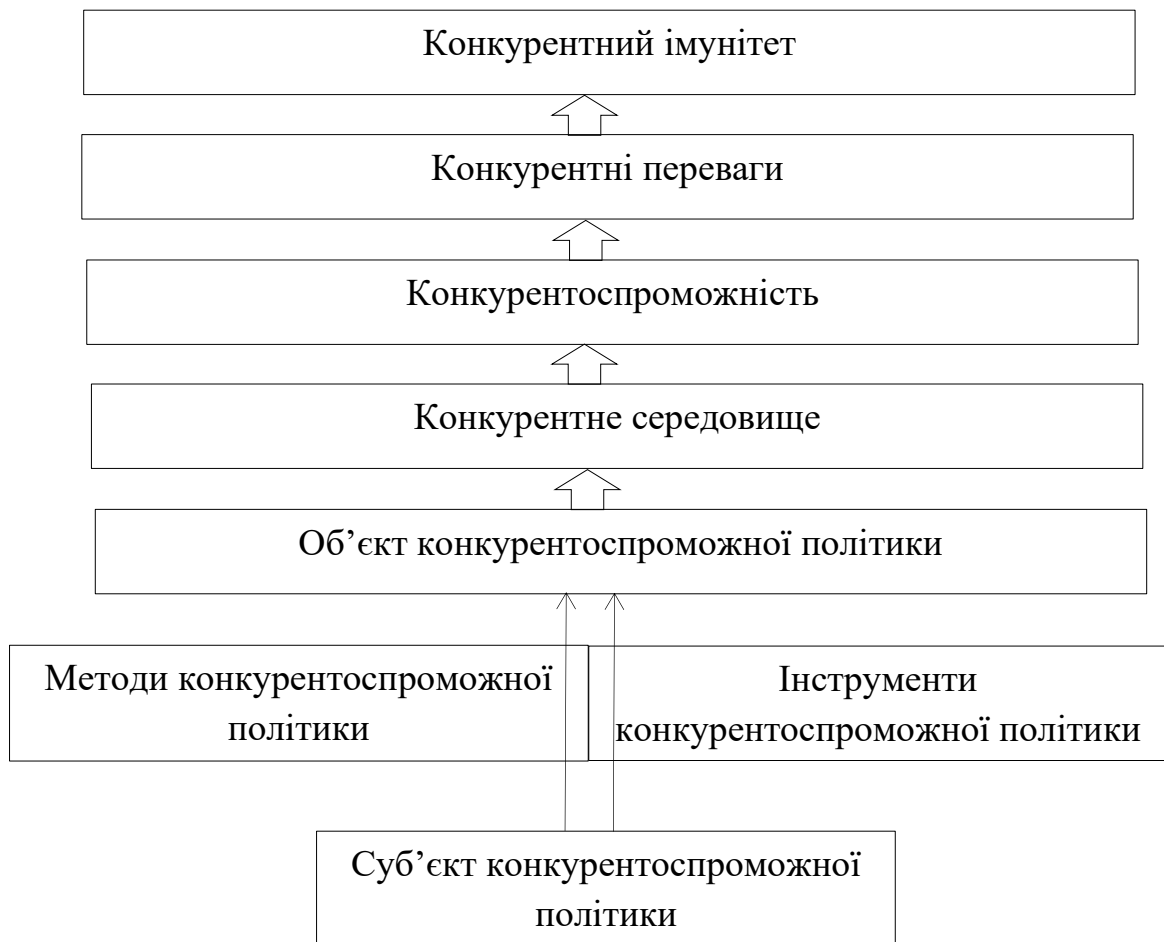


Рис. 1.3. Механізм конкурентоспроможної політики як чинник розвитку

соціально-економічної системи регіону

Отже, аналіз досить великої бібліографії з дослідження конкурентного середовища як економічної категорії, дозволяє нам визначити основні поняття, що використовуються для її інтерпретації: інституційні умови координації діяльності суб'єктів господарювання, конкурентний порядок, кількісний та якісний стан ринку, умови функціонування сукупності елементів ринку.

Зазначене дозволяє характеризувати конкурентне середовище як умови, що склалися, в конкретний проміжок часу на досліджуваному товарному ринку (території), в рамках якого суб'єкти господарювання знаходяться в процесі суперництва за формування/зміцнення своїх конкурентних переваг. Конкурентне середовище є об'єктом, на який насамперед (прямо чи опосередковано) впливають інструменти конкурентної політики. При цьому стан конкурентного середовища оцінюється через аналіз основних кількісних та якісних характеристик досліджуваного ринку: кількість суб'єктів господарювання, рівень конкуренції, задоволеність споживачів, наявність адміністративних бар'єрів та ін. Наявність конкурентного середовища на кожному ринку, що входить до регіональної системи ринків, є об'єктивною реальністю, яку необхідно враховувати. Якість конкурентного середовища - основна складова умова ефективного функціонування ринку.

Керуючись викладеним підходом до поняття конкурентного середовища, а також основних його елементів та характеристик, нами виділено ключові фактори, що сприяють розвитку соціально-економічної системи, за допомогою покращення стану умов для реалізації конкурентних відносин: мінімізація адміністративних та інших бар'єрів входу та виходу з ринку суб'єктів господарювання; стимулювання інновацій; субсидування; персоналізація та орієнтація на внутрішній попит; формування сприятливого підприємницького клімату (використання цифрових технологій).

Раніше нами була сформульована і доведена наступна логічна конструкція: від стану конкурентного середовища відповідного ринку

залежить рівень конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, а, отже, і конкурентоспроможність території. При цьому, стан конкурентного середовища та інтенсивність конкуренції визначає можливість інших факторів та умов трансформуватися у конкурентні переваги системи. Наявність інтенсивної конкуренції на регіональному ринку стимулює суб'єктів господарювання до здійснення інноваційної діяльності, що у своє чергу надає опосередкований вплив в розвитку регіональних інноваційних підсистем, зокрема у вигляді використання нових чинників конкурентоспроможності.

Для встановлення основних конкурентних переваг регіону через призму впливу інструментарію політики у сфері захисту та розвитку конкуренції, ми вважаємо за доцільне застосувати «ромб конкурентних переваг» М. Портера [86]. Встановлені детермінанти національної конкурентоспроможності можуть бути властиві і регіонам України з позиції системного підходу.

Як зазначено у дослідженні, «забезпеченість факторами виробництва (природні ресурси, інфраструктура, капітал та ін.), умовами попиту (еластичність попиту, платоспроможність та ін.), наявністю споріднених та підтримуючих галузей (наявність конкурентоспроможних постачальників, банківських, страхових та інших супутніх послуг), а також наявні умови створення фірм, їх організації та суперництва є системотворчим джерелом для національної конкурентоспроможності» [86].

Сам М. Портер вбачає «кореляцію між механізмом підвищення національної конкурентоспроможності за рахунок зазначених детермінант, з транслюванням цих факторів на внутрішньонаціональний рівень» [86]. Іншими словами, для реалізації закладеного потенціалу в ромбі конкурентних переваг» потрібна відповідна інфраструктура, територіальна прив'язка якої вказує на регіональний та місцевий рівень.

Слід зазначити, що особлива роль реалізації зазначених положень має відводиться саме уряду. Таким чином, у заломленні зазначеної концепції до регіонів, конкурентні переваги необхідно розглядати з точки зору забезпечення органами публічного управління умов для розвитку ринків та

галузей, а також умов, що сприяють досягненню фірм, які здійснюють економічну діяльність на їх території, конкурентоспроможності на регіональних, міжрегіональних та міжнародних ринках.

Далі з використанням перерахованих вище факторів конкурентоспроможності, розглянуто порівняльні та конкурентні переваги соціально-економічної системи регіону.

Виявлено, що конкурентні переваги регіону - це перевага в економічному, соціальному, політичному, географічному положенні на внутрішніх та зовнішніх ринках у відносинах з жителями, підприємствами, інвесторами та туристами.

Загалом до конкурентних переваг необхідно віднести:

- матеріальні активи: інфраструктура, економічний потенціал регіону, науково-технічна база, фінансові та інвестиційні ресурси; фактори виробництва;

- нематеріальні активи: кадровий потенціал, інноваційний потенціал, ефективність управління, кліматичні умови та ін.

Для кожного регіону характерна також сукупність порівняльних та конкурентних переваг.

До порівняльних (об'єктивних) переваг ми відносимо переваги, продиктовані природними регіональними умовами: елементами природного характеру (територія, географічне положення, природно-ресурсний потенціал, природні умови тощо).

До конкурентних, у тому числі потенційних конкурентних переваг системи, ми пропонуємо відносити результати її власних зусиль – діяльності людини в економічній, управлінській та іншій діяльності. Іншими словами, це ті властивості, які набувають системи, які зумовлюють здатність досягати високої ефективності функціонування її елементів.

Встановлено, що «конкурентна перевага це найчастіше реалізована в умовах суперництва та визнана ринком можливість суб'єкта забезпечити собі короткострокове лідерство у певній сфері відносин».

Під потенційною конкурентною перевагою ми пропонуємо розуміти можливість займати лідируючі позиції в середньостроковій та довгостроковій перспективі за допомогою збереження та розвитку наявних переваг, а також утворення нових.

Таким чином, можна зробити висновок, що як рушійна сила формування конкурентоспроможності необхідно розглядати саме конкурентні переваги. Також варто ефективно використовувати і порівняльні переваги, оскільки саме вони найчастіше є основою створення конкурентних переваг.

Порівняльні та конкурентні переваги характеризують конкурентоспроможність регіону. Під конкурентоспроможністю необхідно розуміти здатність об'єкта чи суб'єкта перевершити конкурентів у заданих умовах, заснована на порівняльній оцінці властивостей товару, фірми, регіону, країни.

Як суб'єкти, що оцінюють конкурентоспроможність об'єкта, виділяють: споживачів, продавців, інвесторів, державу.

Під конкурентоспроможністю регіону запропоновано розуміти «якісну визначеність стану регіону, що виявляється у здатності конкурувати з однорідними системами і характеризується сукупністю конкурентних переваг, що є «рушійною силою» його економічного розвитку» [24].

Величезна кількість факторів, порівняльних та конкурентних переваг, впливає на рівень конкурентоспроможності регіону, але саме стан та процес розвитку конкурентного середовища, на нашу думку, є одним із основних.

Розвинене конкурентне середовище сприяє максимальному прояву основних функцій конкуренції у ринковій економіці, що може свідчити наступна логічна схема. Як було проаналізовано, конкурентний процес стимулює суб'єктів господарювання постійно оновлювати та вдосконалювати економічну діяльність.

Сам процес суперництва сприяє формуванню, прояву, закріпленню конкурентних переваг продукту, визнаних ринком, що забезпечує, певний період, конкурентоспроможність його виробника - суб'єкта господарювання.

При цьому кожен конкурентоспроможний підприємець генерує наростаючий потік доданої вартості виробленої продукції у вартісному ланцюжку.

Отже, конкурентоспроможність регіону підвищується, по-перше, за допомогою конкурентоспроможності своєї продукції; по-друге, за рахунок збільшення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання; по-третє, за рахунок максимізації конкурентних переваг; по-четверте, за допомогою зростання людського капіталу.

З точки зору схеми функціонування ринкового механізму побудова здорового конкурентного середовища створює умови придбання регіоном властивостей конкурентоспроможності, похідних від функціонування конкурентоспроможних підприємств.

У таблиці 1.2 представлені джерела посилення та внеску конкурентного середовища у формування факторів конкурентоспроможності соціально-економічної системи. Подана таблиця є відображенням сукупності різних елементів, що визначають напрями вкладу конкурентного середовища у формування конкурентних переваг.

Необхідно сформулювати, що систему діючих інститутів та наявність умов для трансформації порівняльних (об'єктивних) переваг у конкурентні, з подальшим їх закріпленням у середньостроковій та довгостроковій перспективі, можливо характеризувати як конкурентним імунітетом.

Як було встановлено, конкурентна перевага - це можливість суб'єкта, що реалізується, забезпечити в процесі конкуренції короткострокове лідерство. При цьому для процесу підтримки досягнутого стану або його розвитку протягом тривалого часу необхідні додаткові джерела конкурентних переваг. Здобуттю конкурентної стійкості сприяє, по-перше, постійна перевага у взаєминах зі споживачами, що досягаються за рахунок постійного оволодіння факторами створення джерел конкурентних переваг і забезпечує високий рівень життя населення та реалізацію економічного, соціального потенціалу регіону, і по-друге, невразливість конкурентних переваг системи перед

загрозами навколишнього середовища.

Під конкурентним імунітетом у дисертації пропонується розуміти здатність протягом тривалого часу протистояти потенційним ризикам від зовнішніх та внутрішніх потрясінь, оперативно відновлюватися після деструктивних подій завдяки наявності внутрішніх, часом затребуваних і не задіяних, ресурсів та активів.

Таблиця 1.2

Джерела посилення та внеску конкурентного середовища у формування факторів конкурентоспроможності соціально-економічної системи

Фактори конкурентоспроможності соціально-економічної системи	Джерело конкурентоспроможності	Напрямки вкладу конкурентного середовища у формування конкурентних переваг	Основні рушійні сили/стимули, які створюють потенціал високого рівня конкурентоспроможності
Чинники виробництва	Процес створення, використання, удосконалення факторів виробництва.	Досягнення/створення суб'єктами господарювання конкурентних переваг, достатніх для успішної конкуренції: -пошук нових можливостей використання відомих ресурсів; -відкриття чи створення нових ресурсів; -нарощування інвестицій;	Ефективне використання факторів виробництва. Поліпшення старих чи формування розвинених, спеціалізованих факторів виробництва. Застаріння розвинених та спеціалізованих факторів виробництва.
Стан попиту	- Величина внутрішнього попиту; - близькість споживача та виробника; - споживацький тиск	-поширення нововведень; -підвищення продуктивності; -ретрансляція інформації та	Зростання та різноманітність споживчого попиту. Вимогливі та різноманітні споживачі. Сегментація ринку.

Споріднені та підтримуючі галузі	Конкурентоспроможні родинні галузі та галузі-постачальники.	інновацій від фірми до фірми	Зростання кількості аутсайдерів викликає посилення конкуренції. Розвиток допоміжних технологій. Потреба у наявності місцевих постачальників.
Стратегія, структура та суперництво фірм	Система управління та організації		Конкуренція на основі технологій та диференціації виробництва. Конкурентоспроможні конкуренти. Інтенсивність конкуренції.

Таким чином, формування внутрішніх конкурентних переваг, що є реально чи потенційно джерелом конкурентоспроможності, і часом ще не затребуваних і не задіяних, має здійснюватися у здоровому конкурентному середовищі з метою створення (зміцнення) конкурентного імунітету. Стійкі конкурентні переваги здебільшого створюються в залежності від здібностей системи до оновлення та модернізації. Саме здорове конкурентне середовище створює стимули та умови, у яких досягнення успіху - це постійний процес самовдосконалення, у тому числі за допомогою генерування нововведень (технологічних, організаційних, продуктових та ін.).

Варто зазначити, що роль держави у формуванні та розвитку конкурентного імунітету важлива і має важливе значення. При цьому заходи впливу на конкуренцію, конкурентні переваги та конкурентний імунітет мають здійснюватись побічно. Адже, як слушно зауважено М. Портером, «провідна до успіху політика - це та політика, яка створює середовище, в якому компанії можуть досягати конкурентних переваг, а не та, за якої уряд безпосередньо залучається до самого процесу» [86].

На підставі викладеного виділимо, що значний вплив на розвиток конкурентного середовища, а, отже, і на зміцнення конкурентного імунітету системи, мають такі інструменти державного впливу:

- антимонопольне регулювання;
- залучення інвестицій;
- розвиток малого та середнього підприємництва;
- управління державними підприємствами, що діють у підвідомчих галузях,
- здійснення державних та регіональних закупівель, у тому числі обов'язкова закупівля у суб'єктів малого та середнього підприємництва;
- реалізація дозвільних повноважень та пов'язаних з ними контрольних функцій;
- розвиток виробничої та ринкової інфраструктури;
- сприяння формуванню ринкових відносин на основі розвитку конкуренції;
- реалізація стандарту розвитку конкуренції у регіонах України.

Конкурентне середовище є фактором постійної присутності, який безпосередньо впливає на соціально-економічний розвиток регіону.

За допомогою методології системного підходу до вивчення регіону та його особливостей механізм конкурентної політики представлений як фактор розвитку соціально-економічної системи регіону. Показано, що сучасний інструментарій реалізації конкурентної політики на державному та регіональному рівні може бути віднесений як до ендегенних, так і до екзогенних факторів розвитку. Визначено взаємосприяючі елементи розвитку регіону, які впливають з механізму конкурентної політики: конкурентне середовище, конкурентні переваги, конкурентоспроможність, конкурентний імунітет. Виявлено джерела посилення та внеску конкурентного середовища у формування факторів конкурентоспроможності соціально-економічної системи.

Висновки до розділу 1

1. Розроблено підходи до дослідження конкурентоспроможної політики

на державному та регіональному рівнях через визначення економічних цілей та соціального ефекту від їх досягнення, систематизації функцій конкуренції в умовах глобалізації (алокативна ефективність, макроекономічна ефективність, санації, адаптаційна, інноваційна та стимулююча, контролю, інформаційна функція).

2. Удосконалено механізм формування та реалізації конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні на підставі узагальнення сукупності елементів, а саме: суб'єкт (органи публічного управління); мета (ефективний захист конкуренції та розвиток конкурентного середовища для забезпечення сталого економічного розвитку економіки регіонів); засоби (система антимонопольного законодавства (АМЗ), програмні документи, фінанси (пільги та преференції тощо), інформація про конкурентне середовище); форма (захисна – переважно пряме регулювання; активна - переважно непрямий вплив); методи (захисні, активні, непрямі); інструменти (правове та економічне регулювання); модель (жорстка, м'яка); об'єкт (конкурентне середовище, структура ринку, конкурентні відносини, суб'єкти ринку, діяльність органів публічного управління).

3. У результаті дослідження основних детермінантів, які повинні враховуватися при розробці та реалізації механізму конкурентоспроможної політики на регіональному рівні, виявлено та уточнено сутність елементів соціально-економічної системи регіону: конкурентна перевага (можливість суб'єкта, що реалізується, забезпечити в процесі конкуренції короткострокове лідерство), конкурентний імунітет (здатність протягом тривалого часу протистояти потенційним ризикам від зовнішніх та внутрішніх потрясінь, оперативно відновлюватися після деструктивних подій завдяки наявності внутрішніх, часом затребуваних і не задіяних, ресурсів та активів).

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

2.1. Сучасний стан розвитку конкуренції на регіональному рівні

Недостатній розвиток конкуренції регіонів є однією із ключових причин високих виробничих і транзакційних витрат у функціонуванні регіональної економіки.

У зв'язку з цим виникає необхідність розкрити основні проблеми розвитку конкуренції у регіонах України, які звужують рамки економічної свободи та опосередковано впливають на сталий розвиток регіонів.

Нами запропоновано два основних фактори, які безпосередньо впливають на розвиток регіональних і місцевих ринків, отже, і конкуренції на них.

Перший чинник пов'язаний з особливістю організації та функціонування українських ринків: бар'єри входу на ринку, висока регіональна концентрація і регіональна централізація, слабкі стимули підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції, низький рівень культури у сфері конкуренції - усе це об'єктивно ускладнює здійснення конкурентних відносин на регіональному рівні.

Другий чинник вбирає у собі всю сукупність діяльності органів публічного управління на регіональному рівні та органів місцевого самоврядування, здатних прямо і опосередковано впливати на функціонування товарних ринків та рівень конкуренції на них: антиконкурентна чи проконкурентна діяльність; створення, ліквідація, реорганізація державних та комунальних підприємств; ліцензування, тарифне регулювання та ін.

На самому початку виявлення проблем розвитку конкуренції в регіонах

необхідно звернути увагу на твердження, яке полягає в тому, що фактори, які надають несприятливий вплив на конкуренцію, не можуть бути повною мірою усунені за допомогою лише застосування антимонопольних заходів - контроль та припинення порушень у галузі конкуренції.

Для синергетичного ефекту стосовно конкуренції необхідно реалізовувати механізм активної конкурентної політики, тобто впроваджувати конкуренцію там, де вона була відсутня, або змінювати структуру ринків в такий спосіб, щоб вони ставали сприятливими у розвиток конкуренції.

До міжрегіональних проблем розвитку конкуренції треба віднести:

- істотно відмінні умови здійснення економічної діяльності суб'єктів господарювання одного суміжного ринку, які стосуються різних областей;
- адміністративні бар'єри на переміщення товарів з одного регіону до іншого;
- високі тарифи на міжрегіональне перевезення;
- низька конкурентоспроможність локальних виробників.

Враховуючи державні та міжрегіональні проблеми розвитку конкуренції, а також самого об'єкта, де необхідно розвивати конкуренцію – регіон, нами пропонується систематизація основних проблем розвитку конкуренції в регіонах, диференційованих за трьома рівнями дослідження.

Перша група вибирає у собі основні теоретичні проблеми - сукупність чинників, які впливають розвиток конкуренції у регіонах; низький рівень культури у сфері конкуренції.

Друга група включає економічні елементи: бар'єри входу ринку; регіональні антиконкурентні практики.

Третя група – організаційно-управлінські (інституційні): вплив органів публічного управління на конкуренцію; методологічні недоліки впровадження стандарту розвитку конкуренції у регіонах.

Далі кожна група проблем розвитку конкуренції у регіонах розглянута докладніше.

I. Теоретичні: Фактори розвитку конкуренції та конкурентного

середовища у регіонах.

Чинники розвитку конкуренції у регіонах є сукупністю заходів і умов, які безпосередньо чи опосередковано впливають на інтенсивність конкуренції і стан конкурентного середовища у регіоні.

Були проаналізовані фактори, здатні впливати на конкурентне середовище, а, отже, і на розвиток та інтенсивність конкуренції на ринку, які можна структурувати за групами факторів, на загальні, позитивні та негативні, залежно від спрямованості та характеру їхнього впливу.

У таблиці 2.1 наведено зазначені фактори.

Наведені у таблиці фактори за своїм характером надають (залежно від спрямованості та наслідків) безпосередній вплив на стан конкуренції. Отже, характер такого впливу визначається залежно від превалювання групи факторів у регіоні.

Так, тенденція, пов'язана із збільшенням впливу негативних факторів на розвиток конкуренції у регіоні, є істотною проблемою, рішенням якої мають займатися як органи державних, так і регіональних, а також місцевих органів управління.

Низький рівень культури у сфері конкуренції.

Сьогодні в галузі виробництва, розподілу, обміну та споживання чимале значення має усвідомлення цілей та завдань розвитку сумлінної та рівної конкуренції на вітчизняних ринках.

На нашу думку, корисні функції від процесу економічної конкуренції - суперництва - повинні бути відомі не тільки антимонопольному відомству, а й усім суб'єктам господарювання, споживачам, а також всім посадовим особам органів публічного управління, особливо керівникам.

Потрібно зазначити низький рівень культури в галузі конкуренції, зокрема, недостатньою інформованістю суспільства про позитивні якості процесу конкуренції, негативні наслідки слабкої конкуренції для економіки, про результати конкурентної політики, що проводиться в Україні.

Таблиця 2.1

Фактори, що впливають на конкурентне середовище

Загальні фактори	Негативні	Позитивні
- характер та спрямованість вживаних заходів державної політики окремими відомствами	- рівень бар'єрів входу та ведення бізнесу	- якісне правозастосування та належний контроль за виконанням антимонопольного законодавства
- специфіка конкурентної діяльності суб'єктів господарювання (характер поведінки; специфіка використовуваних інструментів та механізмів конкурентної боротьби)	- концентрація товарного ринку	- підприємництво, яке розуміється як сукупність малого, середнього та великого бізнесу (збільшення кількості суб'єктів ринку)
- готовність і спроможність покупців придбати таку кількість (обсяг) благ у певний момент часу, який сприятиме нормальному функціонуванню ринку, галузі	- антиконкурентні практики - картелі, зловживання домінуючим становищем, недобросовісна конкуренція тощо	- зацікавленість та ініціатива органів публічного управління щодо створення умов розвитку сприятливого конкурентного середовища
- наявність та доступність факторів виробництва	- вияв державного монополізму в економіці	- скорочення кількості державних та комунальних підприємств на конкурентних ринках
- стан ринкової інфраструктури	- порушення торговельного законодавства, нормативно-правових актів про рекламу, про контрактну систему та інших, що впливають на розвиток конкуренції	

Конкурентну культуру потрібно визначати як «усвідомлення різними групами у суспільстві переваг та вигод, пов'язаних із захистом та розвитком конкуренції».

До основних груп суспільства, яким необхідно усвідомлювати функції, які несе конкуренція, ми пропонуємо віднести - споживачів, суб'єктів

господарювання і особливо посадових осіб органів публічного управління.

Так, реалізація антимонопольного регулювання на регіональному рівні показує, що органи державного управління та органи місцевого самоврядування завжди справедливо оцінюють результати господарської діяльності, через призму реалізації завдань розвитку конкуренції.

Громадські органи управління часто не усвідомлюють ефективність конкурентних механізмів для економічного розвитку регіону, у зв'язку з чим нерідко використовуються антиконкурентні практики для вирішення нагальних, короткострокових проблем.

Відсутність усвідомлення необхідності забезпечення рівних умов здійснення підприємницької діяльності призводить до монополізації та погіршення конкурентного середовища, результатом чого часто стає підвищення ціни товарів, погіршення якості, неефективне використання обмежених ресурсів.

З запропонованого визначення та проведеного дослідження можна зробити висновок, що рівень культури у сфері конкуренції в Україні досить низький. Відсутність усвідомлення вигод від конкуренції, безумовно, серйозно впливає на конкурентне середовище.

Далі перераховані економічні проблеми розвитку конкуренції в регіонах України.

II. Економічні проблеми: Бар'єри входу до ринку.

Особливою проблемою, що характеризує розвиток конкуренції в регіонах України, виступає наявність різноманітних бар'єрів входу ринку нових суб'єктів господарювання.

Основною причиною слабкої конкурентоспроможності вітчизняного виробника є наявність великої кількості штучно створюваних перешкод входу до ринку малим і середнім суб'єктам підприємництва.

Бар'єри входу до ринку - загальновизнана проблема, що впливає на розвиток конкуренції. В науковій літературі автори дають різні визначення бар'єрів входу на ринок, кожне з яких має свою специфічну сторону.

На нашу думку, найбільш уніфікованим, що розкриває сутність бар'єрів входу пропонується розуміти як «будь-які чинники та обставини правового, організаційного, технологічного, економічного характеру, що перешкоджають новим агентам вступити на даний ринок і на рівних конкурувати з діючими там учасниками» [23].

Таким чином, бар'єри входу на ринок - це певні перешкоди, створювані органами публічного управління та зацікавленими суб'єктами господарювання щодо потенційних та діючих учасників ринку, спрямованих на перешкоду здійснення економічної діяльності на конкретному товарному ринку.

Реальний вихід з ринку, і навіть загроза потенційного виходу на ринок нових компаній - найважливіші рушійні сили конкуренції, здатні значною мірою обмежити будь-яку монопольну поведінку.

Бар'єри входу поділяють на такі види:

- структурні, зумовлені специфікою функціонування ринку, галузі;
- поведінкові, залежні від характеру діяльності суб'єктів господарювання;
- адміністративні – вплив, заснований на використанні адміністративних ресурсів.

Найпоширеніші бар'єри входу на ринок зазначені в таблиці 2.2.

Специфіка бар'єрів входу на ринок, що виникають на рівні регіону, пов'язана з наступними обставинами:

- ресурсна та інфраструктурна обмеженість економіки регіону, що впливає на діяльність суб'єктів господарювання;
- антиконкурентний характер діяльності органів публічного управління регіонального рівня та органів місцевого самоврядування.

Крім цього, також суттєво впливає відсутність задовільної інфраструктури – автомобільних доріг, електричних мереж, банківської системи, фондового ринку тощо. Все це перешкоджає появі нових суб'єктів господарювання, що в результаті впливає на інтенсивність конкуренції на ринку товарів, робіт чи послуг.

Таблиця 2.2

Бар'єри входу на ринок

структурні	поведінкові	адміністративні
Необхідність вкладення значних капіталовкладень	Проведення агресивних рекламних кампаній	Реєстрація суб'єктів підприємництва, ліцензування, сертифікація та стандартизація
Обмежена доступність фінансових ресурсів	Створення переважних умов для «підконтрольних» суб'єктів	Здійснення контрольно-наглядових заходів органами публічного управління
Витрати на отримання доступу до необхідних ресурсів	Демпінгові механізми	Надання пільг окремим учасникам
Транспортні обмеження	Антиконкурентні угоди	Екологічні обмеження
Інфраструктурні обмеження		Регулювання цін, обсягу пропозиції

Варто також зазначити, що бар'єри входу на ринок створюють для суб'єктів господарювання додаткові витрати, які стосуються категорії умовно постійних, у зв'язку з чим бар'єри більшою мірою впливають саме у сектор підприємств, найбільш наближених до ринків споживання, тобто локальних ринків.

Наслідки для підприємців в умовах наявності бар'єрів можуть виражатися в наступному:

- зниження цінової конкуренції;
- зміцнення ринкової влади певних суб'єктів господарювання;
- витиснення ефективних підприємств з ринку.

Регіональні антиконкурентні практики.

У сучасних умовах господарювання особливої актуальності набувають проблеми, пов'язані з проявом форм регіональних антиконкурентних практик, в результаті реалізації яких проявляється загроза обмеження конкуренції на регіональних та локальних ринках, серед яких:

1) монополістична діяльність. Корпоративні інтереси великих корпорацій, а також фінансово-промислових груп. Збитки від діяльності

названих осіб обумовлені їх монополістичним становищем, і навіть впливом на органи публічного управління регіоном;

2) антиконкурентна діяльність господарюючих суб'єктів, що функціонують на регіональних та/або локальних ринках. Несумлінна конкуренція, угоди, узгоджені дії результатом яких є обмеження, усунення конкуренції на ринку.

Стан конкурентного середовища, а отже, і наявність практик, що обмежують конкуренцію, є важливою складовою визначення проблеми розвитку конкуренції.

За підсумками аналізу можна зробити такі висновки:

- найбільша кількість порушень відбувається за допомогою прояву недобросовісної конкуренції;

- помітна тенденція щодо скорочення порушень, пов'язаних із зловживанням домінуючим становищем.

Зазначені фактори не мають вичерпний характер, але їх вплив на умови розвитку конкуренції, на нашу думку, має найбільший вплив.

III. Організаційно-управлінські проблеми розвитку конкуренції у регіонах:

Державний вплив на конкуренцію: негативний прояв та заходи, що стимулюють розвиток.

На нашу думку, ключовою проблемою пов'язаною з розвитком конкуренції у регіонах є проблема прямого і непрямого впливу органів публічного управління на конкурентні відносини.

У цьому розділі необхідно звернути увагу до жорсткої позиції щодо доцільності реалізації антимонопольної політики (антитрасту), проте позитивного відношення до розширення та вдосконалення припинення антиконкурентної діяльності органів публічного управління.

Так, своїми діями органи публічного управління здатні, з одного боку, створювати переважні умови провадження діяльності суб'єктам господарювання свого регіону, з іншого, обмежувати самостійність і свободу

дій іншим підприємцям під приводом соціально-економічних перетворень. Зазначені дії як мінімум ведуть до локалізації ринків з високою концентрацією місцевих виробників, які досягли свого становища у нерівній конкурентній боротьбі.

Водночас сьогодні помітно зниження кількості порушень, що насамперед обумовлено запровадженням інституту запобігання антиконкурентному впливу на економіку з боку органів публічного управління.

Специфіка порушень органами публічного управління регіонального рівня та органами місцевого самоврядування полягає в тому, що такі порушення відбуваються безпосередньо на території певного регіону і найчастіше мають разовий, точковий характер.

Причиною вчинення численних антиконкурентних порушень є відсутність знань, внутрішньо сформовані невірні суспільно-політичні, нормативно-правові та економічні установки у державних службовців.

Істотною проблемою, пов'язаною з діями органів влади, є дії щодо створення переважних умов окремим суб'єктам господарювання. Так, наприклад, використання адміністративного ресурсу органом публічного управління з метою втручання у ринкове середовище як протекціонізму місцевих виробників є проявом обмеження конкуренції.

У цій проблемі, на наш погляд, варто звернути особливу увагу на відносини, що виникають між регіональною та місцевою владою з суб'єктами господарювання.

У регіонах часто зустрічається практика органів публічного управління щодо посилення свого впливу на містоутворюючі та економічно перспективні підприємства, за допомогою приватизації, субсидування, надання різного виду пільг.

У свою чергу, великі підприємства з метою підтримки свого ексклюзивного економічного становища посилюють політичний вплив на органи публічного управління шляхом фінансування соціально значущих

проектів, а іноді й просування своїх представників до управлінських структур.

Крім антиконкурентних дій громадських органів варто виділити також дії спрямовані на усунення конкуренції у вигляді створення державних та комунальних організацій та підприємств на конкурентних ринках, а також створення їм переважних умов провадження економічної діяльності.

Таким чином, на сучасному етапі розвитку конкуренції в окремих сферах негативним фактором продовжує залишатися антиконкурентні дії органів публічного управління, а також істотна частка суб'єктів господарювання з державною участю.

Для вирішення можливих негативних моментів реалізації програмних документів у майбутньому, проаналізуємо проблемні моменти, пов'язані з захистом конкуренції, серед яких переважне становище займає відсутність активної позиції органів публічного управління.

Серед основних проблемних аспектів також варто виділити:

- відсутність достатнього кадрового забезпечення органів публічного управління;
- відсутність ув'язування пропозицій щодо розвитку конкуренції з іншими факторами розвитку того чи іншого галузевого ринку (створення сприятливого інвестиційного клімату, підтримка малого та середнього бізнесу, субсидування споживачів, інші соціально-економічні заходи);
- недостатня прозорість функціонування товарних ринків, відсутність інформації про поточний та перспективний попит на товари, роботи, послуги;
- нестача кваліфікованих кадрів у сфері конкурентної політики.

Як підтвердження проблематики розвитку конкуренції на регіональному рівні доцільно розглянути інші дослідження у цьому напрямі. У якості негативних ознак стану конкурентного середовища на регіональних ринках виділяють наявність «адміністративних бар'єрів; недостатній розвиток інфраструктури; економічна концентрація; збільшення кількості порушень антимонопольного законодавства» [47].

Ці ознаки схожі з встановленими нами проблемами розвитку

конкуренції на регіональному рівні.

Описані проблеми розвитку конкуренції на регіональному рівні є окремими, різноплановими явищами, і у безпосередньої взаємозв'язку.

Внаслідок сукупності зазначених проблем складається тенденція погіршення стану конкурентного середовища на регіональних та локальних ринках.

Дані обставини визначають необхідність удосконалення механізму реалізації конкурентної політики на регіональному рівні.

Отже, серед основних підходів до розвитку конкуренції у регіонах, диференційованих за трьома рівнями дослідження, у роботі виділено: теоретичні (визначення чинників, інструментів, джерел розвитку конкуренції у регіонах; низький рівень культури у сфері конкуренції); економічні (бар'єри входу на ринок; регіональні антиконкурентні практики); організаційно-управлінські (вплив органів публічного управління на конкуренцію; недоліки розвитку конкуренції у регіонах).

2.2. Особливості розробки та реалізації конкурентоспроможної політики на регіональному рівні

Проведений аналіз встановлення адміністративно-територіальної специфіки формування та реалізації політики у сфері захисту та розвитку конкуренції виявив, що ефективний розвиток ринкових відносин у сучасних умовах залежить від якісного та обґрунтованого державного регулювання, проконкурентної логіки та дій органів публічного управління, і що не менш важливо, від продуктивної реалізації комплексних заходів щодо захисту конкуренції та розвитку конкурентного середовища на рівнях публічного управління - державному, регіональному та місцевому рівні.

На нашу думку, заходи щодо захисту та розвитку конкуренції на рівні регіону залежать від особливостей в залежності від суб'єкта, що реалізує механізм конкурентної політики та об'єкта конкурентної політики -

конкурентного середовища та суб'єктів ринку, органів публічного управління, що функціонують на території регіону.

У зв'язку з цим необхідно приділити особливу увагу формуванню та процесу реалізації політики у сфері захисту та розвитку конкуренції на кожному рівні управління окремо.

Перед формуванням конкурентоспроможної політики на сучасному етапі стоять такі спільні завдання:

- підвищення ефективності захисту конкуренції від антиконкурентних дій суб'єктів господарювання та органів публічного управління;
- формування конкурентного середовища та покращення його стану за рахунок скорочення необґрунтованих бар'єрів входу та ведення бізнесу на ринку, а також розвитку інфраструктури із забезпеченням доступу до неї зацікавлених учасників ринку;
- розвиток конкуренції в окремих галузях/ринках, з урахуванням локальної специфіки.

Вирішення зазначених завдань покладається на суб'єкти, що реалізують конкурентоспроможну політику, до яких залежно від рівня управління та методів реалізації відносять:

- захист конкуренції – Антимонопольний комітет України та його міжобласні територіальні відділення;
- розвиток конкуренції - Міністерство економіки України, інші профільні міністерства, органи публічного управління регіонального рівня.

Викладене показує, що розподіл функцій у сфері захисту та розвитку конкуренції на державному рівні обумовлено різними цілями, що стоять перед державними міністерствами та відомствами. Отже, регіональна специфіка конкурентної політики безперечно залежить від органів державного управління.

Далі представлені положення, що розкривають, окремо, зміст та

особливості реалізації політики у сфері захисту та розвитку конкуренції на регіональному та державному рівні з необхідним порівнянням.

Державна політика в галузі захисту конкуренції на регіональному рівні реалізується в рамках законодавства та контрольно наглядових дій антимонопольного органу.

Контрольно-наглядові функції захисту конкуренції, чинним законодавством віднесені до ведення Антимонопольного комітету України та його міжобласних територіальних відділень.

Діяльність Антимонопольного комітету України регулюється Законом України "Про Антимонопольний комітет України", а міжобласних територіальних відділень регламентується відповідними положеннями.

Необхідно зауважити, що підзаконні нормативні акти розмежовують компетенцію центрального апарату та його територіальних управлінь за таким принципом: справи розглядаються, як правило, у територіальних управліннях, за винятком випадків, коли справа до свого розгляду приймає Антимонопольний комітет України, або така справа з тих чи інших підстав віднесено до виключної компетенції центрального апарату. Наприклад, за наявності ознак порушення в діях органів державної влади справа може бути порушена лише центральним апаратом Антимонопольного комітету України.

Формуванням методології, стратегічних цілей та завдань антимонопольної політики в Україні займається центральний апарат Антимонопольного комітету України. До основних функцій центрального апарату Антимонопольного комітету України, які відсутні у територіальних органів, варто віднести:

- розробку нормативних правових актів у різних галузях;
- внесення змін, доповнень до чинного законодавства;
- порушення та розгляд антимонопольних справ щодо органів виконавчої влади;

- розробку роз'яснень щодо застосування антимонопольного законодавства;
- розгляд внутрішньовідомчих апеляцій на рішення міжобласних територіальних відділень.

Крім цього, саме центральний апарат з багатьох стратегічних питань встановлює єдині форми, порядок, термін реалізації функцій, покладених на антимонопольний орган.

За виконання покладених функцій персональну відповідальність несе керівник. У якості основної функції міжобласних територіальних відділень варто виділити контрольні механізми у сфері системи антимонопольного законодавства. До ключових завдань, що стоять перед міжобласними територіальними відділеннями, належить: формування конкурентного середовища проживання і проведення ринкових реформ по всій території країни, збереження єдиного економічного простору.

Аналіз діяльності антимонопольного комітету України - як і центрального апарату, так і відповідних міжобласних територіальних відділень щодо підтримки конкуренції в регіонах, показав, що в якості основних напрямків розвитку конкуренції на регіональному рівні здійснюються:

- методичне сприяння органам регіональної та місцевої влади щодо впровадження на своїй території розвитку конкуренції;
- узгодження заходів, передбачених розвитком конкуренції у регіонах;
- контроль міжобласних територіальних відділень в сфері, не пов'язаній з припиненням антиконкурентних дій - узгодження преференцій, контроль за економічною концентрацією;
- узагальнення антиконкурентних та проконкурентних практик здійснення діяльності органами влади на території регіону.

Ще однією особливістю реалізації регіональної конкурентної політики є

спеціалізація міжобласних територіальних відділень Антимонопольного комітету України (АМКУ). На сьогоднішній день спеціалізація здійснюється за трьома ключовими напрямками: аналіз та розвиток конкретних ринків; вдосконалення законодавства про контроль, який закріплений за АМКУ; сприяння впровадженню програм розвитку конкуренції у регіонах.

Таким чином, до основних особливостей реалізації політики у сфері захисту конкуренції на регіональному рівні можна віднести:

- реалізацію контрольно-наглядових функцій міжобласних територіальних відділень Антимонопольного комітету України стосовно суб'єктів господарювання та органів публічного управління, що функціонують на території регіонів;
- відсутність у міжобласних територіальних відділень Антимонопольного комітету України повноважень з розробки та видання правових актів, що регламентують здійснення контрольних функцій;
- взаємодія міжобласних територіальних відділень Антимонопольного комітету України з органами публічного управління регіонального рівня у рамках розвитку конкуренції;
- спеціалізацію кожного міжобласного територіального відділення Антимонопольного комітету України.

Здійсненням політики у сфері розвитку конкуренції на державному рівні займається Міністерство економіки України. Так, в галузі конкуренції воно здійснює такі повноваження: розробляє та реалізує заходи щодо розвитку конкуренції на товарних ринках, включаючи виконання відповідних відомчих цільових програм.

На сьогоднішній день у якості основного напрямку у галузі розвитку конкуренції Міністерство економіки України на регіональному рівні здійснює методичну допомогу органам виконавчої влади регіонів щодо розвитку конкуренції.

До ключових особливостей здійснення конкурентоспроможної політики (у частині розвитку конкуренції) на регіональному рівні необхідно виділити:

- виробленням і реалізацією системних заходів з розвитку конкуренції в регіоні займається уповноважений орган - орган виконавчої влади регіону;
- у кожному регіоні з метою розвитку конкуренції враховується регіональна специфіка.

На підставі викладеного можна зробити висновок, що формування конкурентоспроможної політики переважно здійснюється на державному рівні, а її реалізація як на державному - за допомогою розробки єдиного напрямку, так і на регіональному, за участю міжобласних територіальних відділень Антимонопольного комітету України, органів виконавчої влади регіонів та відповідних механізмів - розвитку конкуренції, дорожніх карт.

З метою більш поглибленого аналізу положень реалізації політики у сфері розвитку конкуренції на регіональному рівні нами пропонується розглянути державну конкурентну політику у вигляді регіональної конкурентної політики, яка здійснюється відповідно у регіонах, виділивши при цьому ключові особливості її реалізації.

Багато аспектів методології формування регіональної конкурентоспроможної політики та методів її реалізації на сьогоднішній день не мають достатнього наукового обґрунтування.

В науковій літературі регіональна конкурентоспроможна політика не завжди розглядається. Головна причина цього, на думку автора, полягає у недостатній опрацьованості регіональних проблем захисту та розвитку конкуренції, а також у труднощі визначення єдиних для всіх регіонів критеріїв формування та реалізації конкурентної політики.

Недостатність теоретичних та прикладних розробок щодо інструментарію реалізації конкурентоспроможної політики на регіональному рівні в умовах економічного розвитку та структурних перетворень визначає

інтерес до досліджуваного аспекту.

Демаркація державної конкурентоспроможної політики на національну і регіональну викликається суттєвим різноманіттям використовуваних при її розробці дослідницьких прийомів, засобів та методів.

Як нами вказувалося, об'єкт конкурентоспроможної політики пов'язаний з конкретним територіальним утворенням (ринком, галуззю, конкурентним середовищем), у зв'язку з чим можна стверджувати, що її здійснення залежить від відповідного рівня державного управління та особливостей самої території.

У контексті цікавого для нас дослідження особливостей реалізації конкурентоспроможної політики на регіональному рівні необхідно уточнити дефініцію категорії «регіональна конкурентна політика».

Так, конкурентоспроможна політика етимологічно пов'язана з поняттям політика, під якою в загальному розумінні розуміють цілі, принципи, пріоритети діяльності держави.

Під регіональною конкурентоспроможною політикою ми пропонуємо розуміти цілеспрямовану, послідовну діяльність уповноважених органів публічного управління з розробки та реалізації комплексних заходів, спрямованих на підтримку та (або) створення сприятливих конкурентних умов на території регіонів України.

Регіональна конкурентоспроможна політика (далі - РКП) - це частина державної політики, яка включає її регіональні аспекти.

Іншими словами, РКП є наслідком реалізації національної політики у сфері захисту та розвитку конкуренції, але безпосередньо у кожному регіоні.

Безумовним є те, що РКП має відповідати цілям національної конкурентної політики, та реалізовуватися на підставі законодавства та інших нормативно-правових актів, проте з урахуванням регіонального стану економіки, місцевих особливостей територіального розвитку, інтенсивності

конкуренції та ін.

Відповідно до представленого вище аналізу, і виходячи з узагальнення наведених підходів в науковій літературі з питань реалізації конкурентної політики, вважаємо за необхідне виділити два її напрями - формування та реалізацію.

Необхідність реалізації конкурентоспроможної політики на регіональному рівні обумовлена насамперед формою територіального устрою держави.

Якщо звернути увагу до суттєві контрасти географічного, природного, демографічного, і навіть соціально-економічного розмаїття кожного регіону, можна виявити унікальність кожного регіону. Більше того, кожному регіону за кількістю, змістом та гостротою властивий свій набір регіонально опосередкованих проблем. Більше того, кожному регіону за кількістю, змістом та гостротою властивий свій набір регіонально опосередкованих проблем.

У зв'язку з цим необхідно виділити основні регіональні чинники та умови, від яких може залежати формування та реалізація конкурентної політики на регіональному рівні.

До регіональних факторів можна віднести:

- ухвалені нормативних актів регіонального рівня;
- відношення керівництва регіонів до розвитку конкуренції на підконтрольній території;
- локалізація конкурентних відносин.

При реалізації конкурентоспроможної політики на регіональному рівні повинні враховуватись і регіональні умови, що визначають особливість самої території регіону:

- місцеві умови, які суттєво відрізняються у різних регіонах країни: природно-географічні, демографічні, соціально-економічні умови, у тому числі природно-ресурсний потенціал;

- спеціалізація (галузей) регіону, специфіка функціонування економіки;
- ринки регіону та їх системи;
- елементи соціально-економічної системи регіону.

Аналіз вищезгаданих регіональних умов дозволяє виявити додаткові особливості формування та реалізації конкурентоспроможної політики на регіональному рівні.

Місцеві умови. Під місцевими умовами розуміється об'єктивне середовище, що впливає на господарську діяльність учасників економіки та рівень життя населення.

Як було зазначено, середовище може бути виражене в природно-географічних, демографічних, соціально-економічних та інших умовах.

Регіональні умови містять певний набір ознак (географічне положення, природні умови, ступінь розвитку інфраструктури та ін), що характеризують кожен регіон і безпосередньо впливають на конкурентні переваги регіону.

Особливо варто зупинитись на природно-ресурсному потенціалі регіону. Від кількості, якості та різноманітності наявних на території регіону ресурсів залежить розміщення господарської діяльності та населення. Природно-ресурсний потенціал істотно впливає на ринкову спеціалізацію регіону та місце його в територіальному поділі праці.

Водночас недостатній рівень розвитку локальних утворень та інфраструктури неодмінно призводить до зниження ділової активності, порушення процесів відтворення та інших негативних тенденцій, пов'язаних з явищами та процесами, що проходять в економіці регіону.

Тому реалізація регіональної конкурентоспроможної політики має здійснюватися з урахуванням максимального використання локальних особливостей регіону, і навіть регіональних умов, є природними конкурентними перевагами регіону.

Спеціалізація (галузі) регіону. Специфіка функціонування економіки. У

кожному регіоні існують галузі, що спеціалізуються на виробництві певних видів продукції, що з результатом територіального поділу праці та, як зазначалося вище, наявністю в регіоні певних локальних особливостей.

Серед основних ознак, що визначають спеціалізацію регіону, можна виділити:

- наявність високої концентрації виробництва в регіоні;
- виробництво якісної та конкурентоспроможної продукції, визнаної ринком;
- мінімальні витрати виробництва, пов'язані насамперед із використанням природних конкурентних переваг регіону.

Сформовані спеціалізація регіону істотно впливає на умови розвитку конкуренції між суб'єктами господарювання в галузях економіки регіону, тому регіональна конкурентна політика повинна враховувати таку спеціалізацію.

Ринки регіонів та їх системи. Регіональні ринки формуються під впливом особливостей «локального» попиту та пропозиції, що виникає у межах адміністративно-територіального утворення. Особливості «локального» попиту та пропозиції обумовлені соціально-економічними, демографічними та іншими причинами.

Регіональні ринки найчастіше кваліфікують з двох істотних підстав: з територіальної організації (міжрегіональний, регіональний, міський, поселенський) та з об'єктів купівлі продажу (споживчий ринок, ринок капіталу, ринок праці, інформації, нерухомості тощо). Все разом репрезентує систему регіональних ринків.

Далі розглянуто основні особливості елементів соціально-економічної системи регіону.

Основним завданням органів місцевого самоврядування є вирішення питань місцевого значення, пов'язаних із місцем спільного проживання. Здійснюючи певні дії, органи місцевого самоврядування вирішують

поставлені перед ними завдання.

Головною метою формування системи місцевого самоврядування є покращення якості життя місцевих жителів та збільшення його внеску в розвиток держави.

Проте органи місцевого самоврядування завжди здатні здійснювати діяльність, спрямовану на підтримку конкуренції при взаємовідносинах з суб'єктами господарювання.

Найчастіше це виражається розробкою підзаконних актів, що обмежують конкуренцію, таких як необґрунтоване ліцензування, порядок реєстрації, локальний протекціонізм, надання необґрунтованих преференцій.

Державні органи, пов'язані з реалізацією конкурентної політики на території держави, повинні враховувати специфіку адміністративно-територіальних одиниць, що мають свій рівень управління, що відрізняється від державного.

Звісно ж, що зазначені особливості об'єкта конкурентоспроможної політики загалом, у тому чи іншою мірою, притаманні кожному регіону, у зв'язку з чим можуть враховуватися розробки комплексних заходів для розвитку конкуренції по всій території країни.

З викладеного можна зробити висновок, що українська конкурентоспроможна політика складається з різних рівнів і різних суб'єктів, у своїй суті її реалізація відбувається у єдиних рамках, але не враховуючи локальних особливостей кожного регіону. Введено поняття регіональної конкурентоспроможної політики, під якою запропоновано розуміти цілеспрямовану, послідовну діяльність уповноважених органів публічного управління з розробки та реалізації комплексних заходів, спрямованих на підтримку та (або) створення сприятливих конкурентних умов на території регіонів України. Позначено особливості розробки та реалізації конкурентоспроможної політики на регіональному рівні за допомогою визначення регіональних факторів, від яких може залежати формування та

реалізація конкурентоспроможної політики, а також регіональних умов, що визначають особливість території - регіонів України.

2.3. Підходи до оцінки державного регулювання конкурентних відносин у регіонах

Становлення ринкових відносин, особливо у розвинених країнах, об'єктивно довело наявність потреби у реалізації державної конкурентної політики та антимонопольного регулювання. Актуально це і для країн з досить диференційованим станом окремих територій.

Сучасні дослідження в галузі конкурентних відносин свідчать, що ефективний захист та продуктивний розвиток здорової конкуренції забезпечує цивілізоване функціонування ринкової системи.

В останні роки досить гостро стоїть питання оцінки результативності державної конкурентної політики загалом та антимонопольного регулювання зокрема. Так, увага акцентується на відсутності методики оцінки рівня розвитку конкурентного середовища та впливу на неї антимонопольного органу. Звертається увага і на відсутність показників, які об'єктивно характеризують ефект від інструментів конкурентної політики в розвитку економіки.

Основна складність в оцінці впливу держави на конкурентні відносини, на нашу думку, полягає в тому, що інструменти та результати конкурентної політики взагалі та регіональної політики зокрема можуть бути інтерпретовані безпосередньо, тобто через кількість виявлених порушень, узгоджених преференцій, динаміки учасників ринку тощо.

Водночас усе це характеризує саме діяльність держави, виражену у здійсненні конкретних дій щодо підтримки та захисту конкуренції, що не може повною мірою відображати стан конкурентного середовища.

Однак складність встановлення позитивного ефекту (надалі) від реалізації того чи іншого інструменту конкурентної політики на конкурентні

відносини та економіку, зумовлена різноманіттям функцій і процесу конкуренції в ринковій економіці.

У зв'язку з чим ми виходимо з того, що держава в особі відповідних інститутів опосередковано впливає на конкурентні відносини, створюючи умови для функціонування та здійснення цивілізованої економічної діяльності.

Виявлення та обґрунтування ключових показників та індикаторів розвитку соціально-економічної системи регіону за допомогою механізму державного регулювання конкурентних відносин у регіонах дозволить групувати регіони за результатами реалізації конкурентної політики, а також визначати напрями пріоритетних курсів захисту та розвитку конкуренції на рівні регіону.

Синтезування державних заходів та дій, спрямованих на запобігання антиконкурентній поведінці та створення відповідних умов (стимулів), дозволить коригувати дії публічних органів на економіку з точки зору їх впливу на конкуренцію.

Таким чином, реалізацію зазначеного напрямку можна розпочати зі структуризації результативних показників, пов'язаних із здійсненням антимонопольної політики та політики розвитку конкуренції на регіональному рівні.

Для наочності продемонструємо механізм державного регулювання конкурентних відносин лише на рівні соціально-економічної системи регіону.

Як було встановлено раніше, основним об'єктом конкурентної політики виступає конкурентне середовище, яке загалом можна розкрити через певний ринковий простір.

У такому разі існує двоїстість об'єкта: «конкурентне середовище - ринковий простір», що викликає необхідність визначення особливостей впливу конкурентної політики на соціально-економічний стан регіону. Іншими словами, цей підхід дозволить нам розглянути механізм державного регулювання конкурентних відносин через основні елементи ринкового

простору.

Щодо соціально-економічної системи регіону визначення ключового елемента ринкового простору ми дійшли висновку про розгляд локального ринку як об'єкту державного регулювання конкурентних відносин на регіональному рівні.

Розглядаючи локальний ринок як об'єкт державного регулювання на регіональному рівні, ми виходимо з наступних міркувань. По-перше, локальний ринок є базовим елементом у системі економічного простору регіону. По-друге, локальний ринок є нижнім рівнем ринкового простору регіону, на якому відбувається максимальне задоволення більшості потреб індивідуумів. По-третє, локальні ринки, з точки зору просторової організації утворюють цілісність регіональної ринкової системи. По-четверте, саме функціонування та розвиток локального ринку забезпечує ефективне і продуктивне досягнення цілей суб'єктів ринку на конкурентному середовищі регіону.

Взаємодія та взаємодоповнюваність локальних ринків забезпечує функціонування регіонального відтворювального процесу. Так, наприклад, доведено взаємозв'язок локальних ринків праці, нерухомості та споживчого ринку та впливу їх на регіональну ринкову систему.

Виходячи із запропонованих уточнень, розроблено концептуальну модель державного регулювання конкурентних відносин на рівні соціально – економічної системи регіону.

Основною метою та результатом державного регулювання конкурентних відносин є підвищення якості життя суспільства за допомогою максимізації позитивних функцій прояву здорової конкуренції в економіці. При цьому кінцевим результатом будь-якого суперництва є не тільки і не стільки зниження ціни продукції, а й інші блага, які споживач отримує в результаті здорової конкуренції.

Можна зробити висновок, що розгляд окремо заходів конкурентної політики на стан конкурентного середовища та антимонопольного

регулювання на конкуренцію є важливим аспектом визначення показників впливу досліджуваної політики на соціально-економічний стан регіону.

У зв'язку з викладеним вплив конкурентної політики на конкуренцію (з точки зору її корисних функцій) та стан конкурентного середовища проілюстровано за допомогою аналізу економічних наслідків (вигод/втрат) для певних груп (стейкхолдерів) в рамках відтворювального процесу (таблиця 2.3).

Для визначення впливу державної конкурентної політики на соціально-економічну систему регіону необхідно сформулювати ефект від реалізації політики таким чином, щоб цільові показники діяльності уповноважених органів із захисту та розвитку конкуренції трансформувалися у позитивний результат.

Таблиця 2.3

Розподіл вигод та втрат за групами спеціальних інтересів

Найменування групи	Вигоди	Втрати	Безпосередні та кінцеві показники, що характеризують стан конкурентного середовища чи конкуренції у регіонах
1	2	3	4

Продовження табл. 2.3

1	2	3	4
Держава як інститут	1. Забезпечення єдності економічного простору. 2. Вільне переміщення товарів. 3. Свобода економічної діяльності. 4. Попередження та припинення монополістичної діяльності, недобросовісної конкуренції, а також антиконкурентних практик органів влади. 5. Підвищення рівня соціального добробуту. 6. Ефект від алокаційної, сануючої, адаптаційної, інноваційної та макроекономічної функцій конкуренції для економіки. 7. Підвищення конкурентоспроможності окремих елементів економіки.	1. Обмеження, усунення, недопущення конкуренції суб'єктами господарювання та органами влади. 2. Відсутність можливості здійснювати пряме регулювання економіки. 3. Зниження державно-монополістичної діяльності. 4. Витрати на формування та реалізацію конкурентної політики.	1. Кількість виданих та виконаних попереджень у рамках антимонопольного законодавства (АМЗ). 2. Кількість прийнятих рішень антимонопольним органом щодо наявності порушень АМЗ. 3. Кількість виданих розпоряджень антимонопольним органом. 4. Кількісні показники розвитку конкуренції: збільшення кількості конкурентів, зниження ціни тощо.
Органи публічного управління	1. Ефективне функціонування товарних ринків. 2. Здорове конкурентне середовище (збільшення кількості підприємств, зростання інвестицій у підконтрольні сфери, розвиток галузей). 3. Підвищення конкурентоспроможності.	1. Антимонопольне регулювання антиконкурентних дій. 2. Справедливий розподіл обмежених ресурсів.	1. Кількість порушень АМЗ щодо органів публічного управління. 2. Досягнення показників ефективності, встановлених у «дорожній карті відновлення регіону» кожним регіоном. 3. Фактичний стан окремих елементів соціально-економічної системи регіону.
Державний сектор	1. Зростання ефективного виробництва. 2. Стимулює зниження витрат функціонування. 3. Підвищення конкурентоспроможності.	1. Забезпечення державних та місцевих потреб діяльністю приватного сектора. 2. Банкрутство державних підприємств	

Продовження табл. 2.3

1	2	3	4
Суб'єкти господарювання	1. Джерело прогресивних нововведень. 2. Ефективність витрачання ресурсів. 3. Мінімізація витрат від адміністративних бар'єрів та входу на товарний ринок. 4. Відсутність антиконкурентних практик поведінки суб'єктів господарювання - конкурентів і органів публічного управління. 5. Підвищення конкурентоспроможності.	1. Постійний тиск конкурентів. 2. Ризик банкрутства.	1. Кількість порушень АМЗ щодо суб'єктів господарювання. 2. Опитування суб'єктів господарювання про інтенсивність конкуренції. 3. Динаміка показників, що характеризують стан окремих сфер соціально-економічної системи регіону.
Домогосподарства (споживач)	1. Якість продукції. 2. Привабливість зовнішнього вигляду. 3. Високий сервіс. 4. Зручність розташування офісу/суспільства. 5. Конкурентоспроможна вартість. 6. Асортимент.	Сукупність втрат від антиконкурентних дій суб'єктів господарювання та органів публічного управління.	Динаміка показників, що характеризують стан окремих сфер соціально-економічної системи регіону.

У якості оцінної характеристики зміни соціально-економічної системи регіону може виступати індикатор.

Під індикатором ми розуміємо доступну спостереження та вимірювання характеристику об'єкта, що вивчається. У цьому через аналіз індикатора можна простежити узагальнюючу характеристику об'єкта, що з метою дослідження дозволить проаналізувати стан та порівняти передбачувані та фактичні результати його функціонування.

На підставі викладеного ми вважаємо, що індикатор повинен відображати найбільш суттєві обставини, що характеризують інтенсивність конкуренції та стан конкурентного середовища. Одночасно кількість таких індикаторів має бути оптимальною.

У контексті впливу конкурентної політики на стан соціально-економічної системи регіону, індикатори, що розробляються, повинні давати інформацію про стан та динаміку розвитку економічних та соціальних аспектів досліджуваної системи.

Таким чином, до основних індикаторів оцінки - показників, що дозволяють визначити стійкі позитивні тенденції в реалізації конкурентної політики на регіональному рівні, на нашу думку, необхідно віднести такі, що дозволили б оцінити наведені нижче результати:

- скорочення кількості порушень антимонопольного законодавства;
- соціально-економічний розвиток регіону.

Ключову роль оцінки розвитку соціально-економічної системи регіону у вигляді інструментів конкурентної політики грає системний підхід, тобто отримані показники від конкурентної політики як достовірні, так і співставні й взаємопов'язані з основними критеріями стану соціально-економічного розвитку регіону.

Оскільки інструментарій конкурентної політики спрямовано на зміну вектора конкурентних відносин і стан конкурентного середовища, то у якості оцінки результативності пропонується використовувати показники, що характеризують динаміку таких змін.

Таким чином, аналіз індикаторів дозволить визначати спрямованість формування та реалізації конкурентної політики на регіональному рівні.

На підставі викладеного, для різних вимірів впливу державної політики на конкуренцію та стан конкурентного середовища необхідно обґрунтувати низку основних показників.

Так, антимонопольне регулювання виразно впливає на конкуренцію та стан конкурентного середовища. У цьому такий вплив здійснюється як локально (на суб'єктів господарювання, окремі товарні ринки та ін.), а й у цілому - щодо рівня конкуренції країни.

Для вирішення питання впливу антимонопольного регулювання на конкуренцію та стан конкурентного середовища необхідно зазначити, що

такий вплив має аналізуватися через призму саме стимулів суб'єктів господарювання та органів публічного управління діяти або проконкурентно, або антиконкурентно.

Дане судження обумовлено розумінням того, що основною метою антимонопольного регулювання є не покарання порушника, а припинення порушення законодавства, запобігання його в майбутньому, а також відновлення стану конкурентного середовища, що існував до негативного антиконкурентного впливу.

Під проконкурентною діяльністю суб'єктів господарювання та органів влади розуміється діяльність, спрямована на реалізацію, здійснення або розвиток здорової, сумлінної конкуренції.

При цьому під антиконкурентною пропонується розуміти такі дії, які в результаті призводять або можуть призвести до обмеження, усунення чи недопущення економічної конкуренції.

За вчинення порушень у галузі антимонопольного законодавства застосовується система санкцій, що певним чином впливає на стимули поведінки (у тому числі потенційно) суб'єктів господарювання та органів публічного управління.

Таким чином, вплив антимонопольного регулювання на конкуренцію розуміється як запобігання, припинення будь-якої діяльності, спрямованої на обмеження, усунення чи недопущення конкуренції.

У якості оціночних критеріїв антимонопольного регулювання пропонується використовувати кількісні показники діяльності антимонопольного органу щодо запобігання, припинення антиконкурентних дій і практик.

У межах цього дослідження ми дотримуємося наступних положень.

Збільшення кількості антимонопольних порушень з розбивкою за структурою свідчить про активнішу позицію антимонопольного органу, а також вказує на поліпшення або погіршення конкурентного середовища.

Показники щодо виявлених порушень антимонопольного законодавства

пропонується розглядати диференційовано за чотирма видами відповідно до наступного обґрунтування.

1. Порушення, пов'язані зі зловживанням домінуючим становищем.

Ефект для споживача в сфері, який пов'язаний з припиненням антимонопольним органом порушень у сфері припинення зловживання домінуючим становищем, можна продемонструвати на прикладі справ, які пов'язані з припиненням порушень у сфері припинення зловживання домінуючим становищем. З розглянутих справ, передумова у ціновому ефекті у вигляді 5% від діяльності АМКУ у сфері припинення порушень, що з зловживанням домінуючим становищем, відповідає реальності.

Таким чином, збільшення даного показника побічно свідчить про використання ринкової влади та несумлінних практик поведінки – антиконкурентної діяльності суб'єктів господарювання.

Одночасно збільшення кількості рішень свідчить про реалізацію ефективної захисної конкурентної політики, зокрема, щодо припинення недобросовісних практик поведінки, адвокатування конкуренції, якості утримання та захисту рішень у судах.

2. Порушення, пов'язані з несумлінним суперництвом (конкуренцією).

На етапі вдосконалення практик ведення конкурентної боротьби між суб'єктами господарювання. Однак не всі методи суперництва визнаються та допускаються чинним законодавством. Так, в Україні заборонені дії, що мають ознаки недобросовісної конкуренції, зокрема: поширення чуток, відомостей, що ганьблять ділову репутацію, введення в оману, недостовірне порівняння товарів тощо. Несумлінна конкуренція є апріорі негативним явищем в економічних відносинах.

Отже, припинення несумлінних практик поведінки суб'єктів господарювання певним чином позитивно впливає на стан конкурентного середовища. Отже, будь-яке виявлене порушення у цій галузі свідчить, по-перше, про ефективність діяльності антимонопольного органу, по-друге характеризує «цивілізованість» конкурентних відносин.

3. Порухення, пов'язані з антиконкурентними угодами (картелями) суб'єктів господарювання. У сучасних дослідженнях зазначається, що картелізація окремих сфер економіки призводить до зростання цін на 10-15%.

Картелізація економіки особливо простежується у сфері державного замовлення, оскільки понад 80% справ за картелями у 2021 р. – це змови на торгах.

Понад це, картелізації піддаються цілі галузі української економіки. На підставі викладеного, кількість порушень, виражених антиконкурентними угодами суб'єктів господарювання, вказує на менш інтенсивну конкуренцію на ринку, де є картель, а також на гірший стан конкурентного середовища.

Одночасно збільшення кількості рішень свідчить про реалізацію ефективної захисної конкурентної політики, щодо припинення антиконкурентних угод суб'єктів господарювання.

4. Порухення, пов'язані з антиконкурентною діяльністю органів публічного управління.

Збільшення цього показника побічно свідчить про погіршення стану конкурентного середовища діями (бездіяльністю) органів публічного управління. При цьому збільшення кількості рішень також свідчить і про реалізацію антимонопольним органом ефективної захисної конкурентної політики.

На підставі викладеного ми вважаємо, що результати контрольно-наглядової діяльності з припинення будь-яких дій, наслідками яких є або може бути обмеження конкуренції можуть бути використані як один з показників результативності конкурентної політики.

Одночасно ми виходимо із наступних логічних положень. Стан конкурентного середовища на кожному регіональному та локальному ринку безперечно впливає на стан підприємницького та інвестиційного клімату, а, отже, і на розвиток соціально-економічної системи регіону. Отже, вплив антимонопольного органу на конкуренцію можна характеризувати за допомогою результатів проконкурентного або антиконкурентного впливу.

Крім того, пропонується розглянути положення, пов'язані з розвитком конкуренції на регіональному рівні за допомогою заходів конкурентної політики.

Висновки до розділу 2

1. Розроблено підходи до розвитку конкуренції у регіонах, диференційовані за трьома рівнями дослідження, а саме: теоретичні (визначення чинників, інструментів, джерел розвитку конкуренції у регіонах; низький рівень культури у сфері конкуренції); економічні (бар'єри входу на ринок; регіональні антиконкурентні практики); організаційно-управлінські (вплив органів публічного управління на конкуренцію; недоліки розвитку конкуренції у регіонах).

2. Уточнено зміст поняття регіональної конкурентоспроможної політики, під якою запропоновано розуміти цілеспрямовану, послідовну діяльність уповноважених органів публічного управління з розробки та реалізації комплексних заходів, спрямованих на підтримку та (або) створення сприятливих конкурентних умов на території регіонів України.

3. Удосконалено методичні підходи до оцінки виявлених порушень антимонопольного законодавства за чотирма видами, а саме: порушення, пов'язані зі зловживанням домінуючим становищем (збільшення даного показника побічно свідчить про використання ринкової влади та несумлінних практик поведінки – антиконкурентної діяльності суб'єктів господарювання); порушення, пов'язані з несумлінним суперництвом (конкуренцією) (будь-яке виявлене порушення у цій галузі свідчить, по-перше, про ефективність діяльності антимонопольного органу, по-друге характеризує «цивілізованість» конкурентних відносин); порушення, пов'язані з антиконкурентними угодами (картелями) суб'єктів господарювання (збільшення кількості рішень свідчить про реалізацію ефективної захисної конкурентної політики, щодо припинення антиконкурентних угод суб'єктів

господарювання); порушення, пов'язані з антиконкурентною діяльністю органів публічного управління (збільшення цього показника побічно свідчить про погіршення стану конкурентного середовища діями (бездіяльністю) органів публічного управління. При цьому збільшення кількості рішень також свідчить і про реалізацію антимонопольним органом ефективної захисної конкурентної політики).

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

3.1. Розробка пропозицій щодо формування концепції конкурентоспроможної політики регіону

На сьогоднішній день в галузі захисту та розвитку конкуренції застосовуються та функціонують система антимонопольного законодавства, Антимонопольний комітет України та його міжобласні територіальні відділення.

Розвивати конкуренцію, а точніше розробляти заходи щодо створення умов, що стимулюють розвиток конкуренції, необхідно не тільки в загальнодержавному масштабі, приймаючи закони, розробляючи дорожні карти, а й у регіонах, де особливості і специфіка таких утворень може виступати як додаткова локальна перевага або недолік.

Більше того, слід зазначити, що розробка та реалізація заходів щодо підтримки та розвитку конкуренції в окремих адміністративно-територіальних одиницях з урахуванням локальних особливостей може стати дієвим інструментом, здатним підвищити якість життя населення.

На підставі викладеного нами пропонуються дії з розробки основ концепції конкурентоспроможної політики регіону, відмінною рисою якої є напрямок формування та реалізації політики в галузі розвитку конкуренції на рівні регіону.

З метою об'єктивного аналізу далі розглянемо основи концепції конкурентоспроможної політики регіону які повинні включати принципи, завдання, етапи та механізм, який визначає умови стимулювання конкуренції на регіональному рівні.

При цьому під стимулюванням конкуренції на регіональному рівні

пропонується розуміти активну взаємодію органів публічного управління щодо формування умов для створення, розвитку та підтримки конкуренції.

На нашу думку, головною особливістю конкурентоспроможної політики регіону має бути системність та комплексність дій зацікавлених сторін у стимулюванні конкуренції на регіональному рівні.

З цього випливає, що основною метою формування концепції конкурентоспроможної політики регіону є координація та консолідація зусиль органів публічного управління щодо створення умов, що сприяють стимулюванню конкуренції.

Серед ціннісних цілей формування концепції конкурентоспроможної політики регіону слід виділити:

- зміцнення регіональної економіки;
- скорочення монополістичної діяльності на території регіонів;
- підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання;
- забезпечення ефективної взаємодії органів публічного управління з питань стимулювання конкуренції;
- визначення точок взаємодії та взаємодоповнення цілей конкурентоспроможної політики регіону, іншими політиками, що реалізуються на території регіону.

Таким чином, концепція конкурентоспроможної політики регіону, як нам бачиться, має стати науково-методологічною позицією, яка сполучає ідею, між спільними для країни цілями конкурентоспроможної політики та цілями, локалізованими для окремих територій.

Сенс нового підходу полягає в організації взаємодії між учасниками регіонального управління та зацікавленими особами в єдиній структурі, що сприяє створенню здорового та цивілізованого конкурентного середовища, що забезпечує зміцнення регіональної економіки.

Нижче представлена таблиця 3.1 цілей та завдань учасників регіональної взаємодії у сфері захисту та розвитку конкуренції.

Таблиця 3.1

Цілі та завдання учасників регіональної взаємодії в сфері захисту та розвитку конкуренції

Зацікавлені сторони	Цілі і завдання
Органи державного управління	Забезпечення єдиного економічного простору, реалізація антимонопольної політики, сприяння стимулюванню конкуренції
Регіональні органи управління	Реалізація заходів щодо стимулювання конкуренції
Органи місцевого самоврядування	Реалізація та сприяння стимулюванню конкуренції
Галузеві міністерства та відомства	Зниження адміністративного навантаження на бізнес, демонополізація економіки, обмеження участі в економіці
Іноземні інвестори	Отримання максимального прибутку
Суб'єкти господарювання (виробники)	Підвищення конкурентоспроможності, максимізація прибутку
Населення (споживач)	Забезпечення стабільного попиту, зниження цін на ринку, підвищення якості продукції

В основі концепції конкурентоспроможної політики регіону, на нашу думку, мають враховуватися такі основні засади:

- забезпечення єдиного економічного простору та свободи економічної діяльності на території України;
- взаємозв'язок та взаємозалежність між державними, регіональними органами управління та органами місцевого самоврядування з питань вирішення основних проблем розвитку конкуренції та конкурентного середовища;
- планування - розробка заходів стимулювання конкуренції на короткострокову, середньострокову та довгострокову перспективу;
- результативність - конкурентоспроможна політика регіону має сприяти набуттю конкурентних переваг регіону.

До основних проблем, на які в першу чергу повинні бути спрямовані інструменти регіональної політики в галузі стимулювання конкуренції, необхідно віднести:

- мінімізація дій (бездіяльності) органів влади, які обмежують, усувають

чи не допускають конкуренції;

- наявність слабкої конкуренції на ринках соціально-значущих товарів, послуг та робіт;

- механізм взаємодії між особами, які відповідають за реалізацію конкурентоспроможної політики у регіоні.

У якості ключових завдань політики у сфері стимулювання конкуренції можна назвати:

1. Створення рівних умов конкуренції, які передбачають забезпечення рівних вимог, що пред'являються до суб'єктів господарювання.

2. Підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, які здійснюють діяльність на внутрішніх - регіональних та місцевих - ринках.

3. Забезпечення умов, що стимулюють нарощування конкурентних переваг, що «набуваються».

4. Створення передумов для взаємодії державних органів із потенційними суб'єктами реалізації окремих положень конкурентоспроможної політики регіону.

З огляду на викладене серед інструментів стимулювання конкуренції на регіональному рівні можна виділити:

1. підтримку представників малого та середнього підприємництва, що здійснюється через фінансові, податкові, майнові, інформаційні та інші інструменти;

2. розвиток та підтримання доступної інфраструктури, у тому числі до ресурсів природних монополій;

3. навчання, перепідготовку, підвищення кваліфікації посадових осіб органів публічного управління та представників бізнесу у сфері захисту та стимулювання конкуренції;

4. стимулювання конкуренції у вигляді механізму державних закупівель;

5. адвокатування конкуренції;

6. ефективну реалізацію превентивних заходів щодо конкуренції.

В результаті проведеного аналізу до основних напрямів реалізації

політики у сфері стимулювання конкуренції на регіональному рівні можна віднести:

1. залучення у процес реалізації конкурентоспроможної політики органів місцевого самоврядування;
2. створення сприятливих умов для суб'єктів господарювання на ринках соціально-значимих товарів, послуг і робіт;
3. розробка та реалізація превентивних заходів щодо захисту конкуренції.

З огляду на викладене видається, що формування конкурентоспроможної політики регіону доцільно здійснювати у три етапи.

На першому етапі необхідно визначити цілі конкурентоспроможної політики регіону, які відповідають та доповнюють з урахуванням регіональної специфіки загальнодержавні цілі конкурентоспроможної політики.

На другому етапі виявляються конкретні проблеми та завдання, вирішення яких має сприяти досягненню цілей, поставлених на першому етапі.

Третій етап є визначенням форм і видів інструментів, які необхідні для вирішення проблеми (завдання).

Періоди, на які має розроблятися концепція конкурентоспроможної політики регіону:

- поточний період (від 1 до 3 років);
- середньостроковий період (від чотирьох до шести років);
- довгостроковий період (від шести років та вище).

У якості відповідального виконавця формування та реалізації концепції конкурентоспроможної політики регіону можна визначити державний орган виконавчої влади, уповноважений на реалізацію державної конкурентоспроможної політики. У цьому процесі формування концепції відповідальний орган може залучати інші органи влади, представників наукових організацій та інших зацікавлених осіб.

Далі, необхідно перейти до основного напрямку, який має враховуватися при формуванні та реалізації конкурентоспроможної політики регіону -

політика в галузі розвитку конкуренції на місцевому рівні.

Кожне місто України за своїм змістом представляє численне та різноманітне середовище, що складається з державних органів, установ, юридичних осіб, фінансової та соціальної інфраструктури та ін. фахівців для промислового виробництва та сфери послуг.

З викладеного можна зробити висновок, що місто будучи однією з ключових осередків економічної системи, у якій відбувається весь виробничий процес, містить у собі суттєвий потенціал розвитку України.

Разом з тим державний устрій України визначає, що органи місцевого самоврядування наділені суттєвим переліком повноважень, реалізація яких у дозволить перешкоджати чи сприяти розвитку конкуренції.

Необхідність розвитку конкуренції та підтримки сприятливого конкурентного середовища зумовлена такими факторами:

- зростання ролі конкуренції як фактора зростання суспільного добробуту;
- забезпечення на території України єдиного економічного простору, свободи економічної діяльності, вільного переміщення товарів;
- формування соціально орієнтованої ринкової економіки;
- розвиток конкуренції на внутрішніх ринках;
- підвищення конкурентоспроможності економіки.

Варто зазначити, що механізм реалізації конкурентоспроможної політики не тільки на державному, а й регіональному, і на місцевому рівні є актуальним.

У рамках вирішення зазначеної проблеми нами пропонуються концептуальні положення політики щодо забезпечення та розвитку конкуренції на місцевому рівні, в основі якої закладено необхідність залучення до конкурентоспроможної політики органів місцевого самоврядування.

Органи місцевого самоврядування є достатнім елементом ефективного виконання розроблених заходів щодо розвитку конкуренції на всій території

держави.

Проведений автором аналіз виявив, що у деяких регіонах органи місцевого самоврядування є співвиконавцями різних частин загального регіонального плану розвитку конкуренції.

З теоретичних положень про територіальні громади, суб'єктів управління, і навіть реалізованих заходів, можна сформулювати концептуальні становища місцевої політики у сфері розвитку конкуренції: її цілі, завдання й напрями.

Територіальна громада є досить складною соціально-економічною системою з внутрішніми та зовнішніми зв'язками, природними ресурсами, органами управління.

Додатковими критеріями визначення територіальних громад мають бути неконкурентні/монополізовані структури ринку, зокрема:

- зростаюча кількість порушень антимонопольного законодавства - особами, які здійснюють економічну діяльність на території територіальних громад;
- необґрунтовано високе зростання цін у порівнянні з цінами в інших територіальних громадах;
- високий рівень концентрації локальних ринків, особливо соціально значимих - ринок автобусних перевезень, ринок ритуальних послуг тощо.

Особливості процесу розвитку конкуренції на територіальному рівні впливають із особливостей територіальних громад як просторової одиниці. Так, у територіальній громаді здійснюються процеси виробництва, розподілу, обміну та споживання товарів, робіт та послуг, у зв'язку з чим концепція політики у сфері розвитку конкуренції має бути орієнтована на ресурси, цінності, завдання та можливості, пов'язані з локальною територією.

При реалізації політики у сфері розвитку конкуренції у територіальних громадах необхідно враховувати і використовувати:

- цілі, завдання, пріоритети державної та регіональної конкурентоспроможної політики;

- локальні особливості (територія, населення, інфраструктура, що склалася, тип, структура економіки, ступінь інтеграції економіки територіальної громади в економіку регіону);

- діяльність локалізованих господарюючих суб'єктів, особливо суб'єктів середнього та великого бізнесу, локальних монополій, що надають суттєвий вплив на стан економіки;

- інфраструктуру населеного місця.

Розвиток конкуренції на місцевому рівні може бути представлений у вигляді комбінації двох складових: по-перше, це єдина, скоординована державна конкурентоспроможна політика, що реалізується по всій території держави органами державної влади, і по-друге, комплекс заходів, на додаток здійснюваний органами місцевого самоврядування. При цьому реалізація основних напрямів конкурентоспроможної політики в територіальних громадах має будуватися так, щоб зміцнити цілісність і примножити ефективність загальнодержавної конкурентоспроможної політики.

Загальнонауковий підхід до формування державної політики у сфері розвитку конкуренції дозволив виділити такі етапи розробки та її реалізації:

- визначення принципів політики в галузі розвитку конкуренції;
- формулювання мети, визначення об'єкта та суб'єктів;
- пропозиція пріоритетів державної політики у сфері розвитку конкуренції.

В основу концепції державної політики у сфері розвитку конкуренції мають бути закладені такі принципи:

- орієнтація на створення умов, необхідних для виникнення здорової конкуренції;

- використання комплексності заходів - адміністративних, економічних, стимулюючих;

- моніторинг зміни інтенсивності конкуренції та стану конкурентного середовища на локальних ринках (адміністративні бар'єри, кількість учасників ринку, рівень концентрації та ін.);

- взаємозв'язок та взаємозалежність дій щодо розвитку конкуренції на державному, регіональному та місцевому рівнях;
- забезпечення участі у процесі розробки напрямів розвитку конкуренції всіх зацікавлених учасників;
- забезпечення широкого освітлення заходів та прийнятих рішень.

Державна політика має уточнювати роль та місце процесів розвитку конкуренції в економічній політиці територіальних громад, а також встановлювати цілі та завдання з вирівнювання умов конкуренції на території територіальних громад.

Під політикою у сфері розвитку конкуренції на територіальному рівні ми пропонуємо розуміти сукупність цілей та завдань органів місцевого самоврядування у сфері розвитку конкуренції. Іншими словами, це діяльність органів місцевого самоврядування щодо вироблення та реалізації заходів, спрямованих на створення сприятливого конкурентного середовища на своїй території з використанням загальнодержавних та локальних механізмів.

Встановлення ціннісних та операційних цілей конкурентоспроможної політики дозволить визначити зміст її реалізації, а також способи та додаткові елементи її здійснення. Основною метою запропонованої політики є формування сприятливого конкурентного середовища у вигляді об'єднання зусиль створення умов розвитку конкуренції.

Об'єктом політики у сфері розвитку конкуренції виступає, з одного боку, локальні (місцеві) ринки та його конкурентне середовище, з іншого, діяльність органів місцевого самоврядування.

У якості суб'єктів політики щодо розвитку конкуренції на регіональному рівні повинні виступати: органи місцевого самоврядування та уповноважені на проведення конкурентоспроможної політики органи державного управління.

Варто зауважити, що політика у сфері розвитку конкуренції як вид економічної політики має низку особливостей, що відрізняють її від державної конкурентоспроможної політики.

Основна особливість полягає в тому, що державна конкурентоспроможна політика реалізується за допомогою ретельно розроблених процедур, законодавства та легітимного примусу. Політика у сфері розвитку конкуренції не може мати такого ж інструментарію, репресивних способів впливу, у зв'язку з чим на перший план мають вийти методи узгодженості та співробітництва з органами державної влади, а також механізми впливу на суб'єкти господарювання, в основі якого лежать заходи стимулюючого, превентивного характеру.

У якості пріоритетів регіональної політики у сфері розвитку конкуренції органам місцевого самоврядування нами пропонується:

- визначення та включення нових ринків, локалізованих на територіях, до переліку пріоритетних та соціально важливих;
- ініціатива органів місцевого самоврядування щодо підготовки меморандуму про співпрацю між органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування з метою досягнення синергетичного ефекту;
- зростання кількості суб'єктів господарювання особливо кількості малих підприємств у вигляді полегшення доступності матеріальних і нематеріальних ресурсів (преференції, пільгове кредитування, інформаційна підтримка тощо);
- розвиток конкурентного середовища за рахунок скорочення адміністративних бар'єрів;
- розширення географічних кордонів ринків;
- проведення опитувань суб'єктів господарювання, споживачів товарів та послуг місцевих ринків, у тому числі з використанням центрів розвитку підприємництва;
- розвиток конкуренції у сфері державних закупівель та комунального господарства;
- проведення конкурсних процедур у наданні ресурсів (майна, земельних ділянок тощо), а також на обслуговування в соціальних сферах: автомобільні пасажирські перевезення, дошкільна освіта.

Крім того до заходів щодо розвитку конкуренції на місцевому рівні можуть бути реалізовані такі заходи: створення наукової ради з проблем регіональної (місцевої) конкурентоспроможної політики при міжобласному територіальному відділенні АМКУ; адвокатування захисту та розвитку конкуренції на територіях шляхом організації семінарів, днів прийому громадян та підприємців у місцевих адміністраціях, відряджень посадових осіб антимонопольного органу на «місця» - з метою безпосереднього виявлення проблемних питань та якісного консультування; підготовка пропозицій щодо зміни та доповнення документів регіонального рівня, що стосується питань конкурентоспроможної політики; спільне проведення оперативного контролю та аналізу стану конкуренції та конкурентного середовища на регіональних (місцевих) соціально важливих ринках.

Резюмуючи викладене, можна констатувати, що реалізація політики у сфері розвитку конкуренції на місцевому рівні здатна принести значний позитивний ефект для економіки територіальної громади. Реалізація політики дозволить створити ефективне конкурентне середовище на локальних ринках, що безпосередньо забезпечить:

- раціональне використання локальних ресурсів;
- підвищення ефективності функціонування локальних ринків;
- формування проконкурентного характеру дій органів місцевого самоврядування та суб'єктів господарювання;
- зниження рівня монополізації на окремих товарних ринках;
- насичення споживчих ринків якісною продукцією;
- підвищення ефективності діяльності місцевих підприємств в умовах здорової конкуренції;
- зростання ініціативи активної частини населення;
- збільшення кількості суб'єктів господарювання на місцевих ринках;
- поліпшення інвестиційної привабливості територій;
- попередження проявам монополізму.

За підсумками концепції політики у сфері розвитку конкуренції можна

розробити «місцеву дорожню карту».

Під місцевою дорожньою картою, у такому разі, ми пропонуємо розуміти документ, у якому встановлено основні заходи, створені задля створення умов розвитку конкуренції на конкретній території. Основною метою місцевої дорожньої карти, з одного боку, є організація на місцевому рівні процесу розвитку конкуренції регіону, з іншого, координація активної діяльності органів місцевого самоврядування у сфері розвитку конкуренції.

Ми вважаємо, що у дорожній карті обов'язково мають бути зазначені виконавці (адміністрація, структурний підрозділ, установа) та ресурси (кадрові, фінансові). Загалом реалізація місцевої дорожньої карти повинна відбуватися з урахуванням реальної ситуації на локальних ринках.

На підставі викладеного нами пропонується доповнити перелік додаткових показників для оцінки ефективності діяльності органів місцевого самоврядування додатковим напрямом оцінки – розвиток конкуренції за такими показниками:

- кількість заходів, пов'язаних з розвитком конкуренції у регіонах;
- кількість порушень антимонопольного законодавства, скоєних особами, які здійснюють економічну діяльність;
- кількість порушень антимонопольного законодавства, скоєних органами місцевого самоврядування, організаціями, підприємствами;
- обсяг продукції та послуг, вироблених новими суб'єктами господарювання/ малими суб'єктами підприємництва в загальному обсязі;
- кількість учасників ринку, які вважають, що стан конкурентного середовища покращився за минулий рік.

У разі розробки та прийняття місцевої дорожньої карти:

- частка досягнутих цільових значень контрольних показників ефективності, встановлених у «дорожній карті».

Реалізація конкурентоспроможної політики в межах міст із залученням до цього процесу органів місцевого самоврядування дозволить подолати просторову локалізацію економіки. Вважаємо, що вирішення цієї проблеми

можливе в рамках розробки та реалізації комплексних заходів та закріплення їх у місцевих дорожніх картах.

З викладеного можна зробити такий висновок. Основною метою формування концепції конкурентоспроможної політики регіону є координація та консолідація зусиль органів публічного управління щодо створення умов, що сприяють стимулювання конкуренції по всій території України. Запропонована структура реалізації конкурентоспроможної політики особливо у сфері розвитку конкуренції, розподілена між органами державного управління, регіональними органами управління і органами місцевого самоврядування дозволить досягти її максимальної ефективності.

3.2. Розробка внутрішньовідомчого стандарту щодо запобігання та усунення антиконкурентних практик органів публічного управління на регіональному рівні

Діяльність органів публічного управління істотно впливає на розвиток ринкових відносин. З одного боку, маючи широкі повноваження, стимули та механізми примусу, держава формує сприятливі умови здійснення підприємницької та іншої економічної діяльності, з іншого, цими ж інструментами створюються необґрунтовані адміністративні бар'єри. Нерідко такі бар'єри є наслідком корупційних дій окремих посадових осіб.

Держава як учасник підприємницької діяльності шляхом створення різних форм підприємств та управління їх господарською діяльністю, а також шляхом розвитку ринку державних закупівель вирішує досить широке коло завдань макроекономічного характеру, які по ряду об'єктивних причин неможливо знайти реалізовані суто ринковими механізмами. У той же час їхнє рішення є неодмінною умовою ефективності функціонування економіки ринкового типу.

Отже, роль держави як одночасного учасника та регулятора ринку має особливо аналізуватися з точки зору створення більш вигідних умов

функціонування «своїм» організаціям на ринку.

Так склалося, що антимонопольне регулювання поширюється як на учасників ринку - суб'єктів господарювання, так і на дії органів публічного управління.

Саме тому в деяких галузях економіки органи управління схильні вирішувати проблеми, що виникають, антиконкурентними методами, що характеризуються обмеженням, усуненням і недопущенням конкуренції.

Серед основних форм реалізації функцій, покладених на органи публічного управління, виділяють: розробку, прийняття та виконання законів, розпоряджень, постанов та інших нормативних та ненормативних актів у тій чи іншій галузі. Як показує практика, органи публічного управління своєю діяльністю ненавмисно, а іноді спеціально обмежують чи усувають конкуренцію на ринку. Саме тому у сфері реалізації державного управління та регулювання економіки необхідний контроль за діяльністю органів публічного управління.

Контроль діяльності органів, які здійснюють публічні повноваження, особливо у сфері регулювання економічних відносин останнім часом є пріоритетним напрямом реалізації державної антимонопольної політики.

Нині на державному рівні відбувається пріоритизація напрямків та інструментів захисту конкуренції у бік позитивного регулювання - превентивні заходи впливу (попередження та застереження порушень), що має на увазі під собою реалізацію не тільки заходів, спрямованих на припинення антиконкурентних дій, а й стимулювання проконкурентної поведінки.

За обмеження конкуренції чинним законодавством передбачено правовідновлювальну (у вигляді виконання попереджень та застережень антимонопольного органу, обов'язкових розпоряджень) та адміністративну відповідальність (у вигляді штрафів та дискваліфікації) посадових осіб органів, які вчинили антиконкурентну дію. При цьому деякі дії, що обмежують конкуренцію, можуть призвести до кримінальної відповідальності (перевищення посадових повноважень).

Звісно ж, посадові особи органів публічного управління, відповідальні за сфери, де є ризики порушення антимонопольного законодавства, повинні мати уявлення та розуміти природу настання несприятливих наслідків для економічної конкуренції.

Короткий опис проблемної ситуації дозволяє перейти до методичного розроблення мінімізації антиконкурентних дій органів публічної влади.

Систему заходів, спрямованих на виявлення, попередження та усунення дій, результатом яких є або може бути обмеження конкуренції, ми пропонуємо назвати внутрішньовідомчим антимонопольним стандартом.

Під антимонопольним стандартом органу публічного управління розуміються закріплені правила поведінки посадових осіб органу публічного управління, що відповідають вимогам антимонопольного законодавства, за рахунок виявлення антиконкурентних ризиків, їх попередження або своєчасного усунення без порушення антимонопольної справи, закріплення відповідної поведінки та обов'язкове дотримання її на рівні затвердженої внутрішньої політики органу публічного управління.

При цьому під антиконкурентним ризиком органу влади пропонується розуміти можливість виникнення несприятливих наслідків для економічної конкуренції в результаті реалізації органами публічного управління покладених на них функцій.

Серед ключових причин, на підставі яких необхідне ухвалення рішення щодо розробки внутрішньовідомчого антимонопольного стандарту на рівні органів публічного управління, нами виділено такі.

По-перше, численні порушення антимонопольного законодавства з боку органів влади, які негативно впливають на підприємницьку діяльність.

Серед особливо важливих порушень антимонопольного законодавства слід зазначити угоди та узгоджені дії суб'єктів господарювання за участю органів державної влади та місцевого самоврядування.

В усіх випадках господарюючі суб'єкти дискримінуються органами публічного управління, що веде до підвищення витрат здійснення економічної

діяльності. Крім цього, знижується ефективність використання державних та місцевих ресурсів.

Саме скорочення кількості порушень з боку органів публічного управління об'єктивно може розглядатися як фактор розвитку соціально-економічних систем. При цьому внутрішньовідомча вимога щодо ризиків настання несприятливих наслідків для конкуренції може стати додатковим інструментом скорочення кількості антимонопольних справ, що порушуються.

По-друге, скорочення антиконкурентної діяльності органів публічного управління, результатом якої є обмеження та усунення конкуренції на стадії розгляду рішення, є найбільш ефективним та результативним інструментом впливу (регулювання).

По-третє, попередження та усунення антиконкурентних дій органів влади має дати позитивний макроекономічний ефект, що пояснюється двома факторами:

- необґрунтоване економічне регулювання з боку органів публічного управління змушує суб'єктів господарювання йти з ринку, або йти в тіньову економіку, отже, скорочення антиконкурентних дій органів публічного управління буде причиною зростання доходів бюджетів усіх рівнів;
- зниження антиконкурентного впливу органів публічного управління на діяльність суб'єктів господарювання стимулюватиме інтенсивність конкуренції, результатом чого буде позитивний ефект і для споживача.

Таким чином, розробка та впровадження внутрішньовідомчого антимонопольного стандарту органами публічного управління вигідна як державі, так і виробникам, та споживачам. По суті, кожен орган публічного управління, який здійснює владні повноваження в галузі, що зачіпає економічну діяльність суб'єктів господарювання, несе ризики щодо обмеження конкурентних відносин. Розробка та впровадження внутрішньовідомчого антимонопольного стандарту дозволить нівелювати негативні наслідки для конкуренції.

Нами встановлено, що основною метою внутрішньовідомчого антимонопольного стандарту є визначення потенційних ризиків та подальше попередження вчинення порушень антимонопольного законодавства органами публічного управління у ході реалізації своїх функцій та повноважень.

Серед основних завдань, які стоять перед антимонопольним стандартом, можна виділити:

- мінімізацію порушень, пов'язаних з обмеженням, усуненням та недопущенням конкуренції;
- забезпечення доцільності дотримання чинних норм антимонопольного законодавства керівництвом та посадовими особами;
- розвиток сприятливого конкурентного середовища на підконтрольній території.

Говорячи про структуру внутрішньовідомчого антимонопольного стандарту, слід зазначити, що такий стандарт має відповідати наступним принципам: адресність, ефективність, зацікавленість керівництва, залучення посадових осіб, відповідальність.

Принцип адресності означає, що внутрішньовідомчий антимонопольний стандарт має поширюватися лише на ті структурні підрозділи органу влади та їх посадових осіб, де існує ризик обмеження економічної конкуренції.

Принцип ефективності передбачає своєчасний аналіз відхилень від встановлених в антимонопольному стандарті показників (кількість порушень, виданих попереджень та ін.), визначення причин результатом яких стало обмеження конкуренції, і навіть оперативне виправлення допущених порушень.

Принцип зацікавленості керівництва. Ключовий напрямок та завдання на перспективу мають формулюватися та підтримуватися керівництвом органу публічного управління. Іншими словами, керівники структурних підрозділів, а також керівники адміністрацій відіграють важливу роль у розвитку конкуренції на підконтрольній території. Як основний інструмент

зацікавленості керівництва пропонується внести доповнення у вигляді показника щодо впровадження внутрішньовідомчого стандарту в рамках оцінки ефективності діяльності керівників адміністрацій.

Принцип залучення посадових осіб. Відповідальні співробітники органу публічного управління повинні бути поінформовані про положення антимонопольного законодавства, займати активну позицію щодо формування та реалізації антимонопольного стандарту.

Принцип відповідальності передбачає відповідальність посадових осіб та керівництва.

Сукупність зазначених принципів відповідності внутрішньовідомчого антимонопольного стандарту є суттєвою підставою проконкурентного функціонування системи органів місцевого самоврядування.

На підставі викладеного ми вважаємо, що впровадження внутрішньовідомчого стандарту щодо запобігання та усунення органами публічного управління антиконкурентних дій необхідно здійснювати в першу чергу на регіональному рівні. Для захисту та розвитку конкуренції на окремих ринках, які найчастіше локалізовані в межах конкретної адміністративно-територіальної одиниці найбільший інтерес становлять акти, дії, бездіяльності органів місцевого самоврядування.

Нами встановлено, що до основних суб'єктів, яким рекомендовано запровадити внутрішньовідомчий антимонопольний стандарт, на нашу думку, варто віднести органи місцевого самоврядування, а також інші органи та організації, які визнані такими, що порушили антимонопольне законодавство, у попередньому (аналізованому) періоді.

Далі нами представлений алгоритм розробки та впровадження внутрішньовідомчого антимонопольного стандарту на регіональному рівні, який може здійснюватись у три основні етапи.

1. Організаційна підготовка, збирання та обробка інформації.
2. Розробка проекту стандарту, його обговорення, доповнення та зміна.
3. Затвердження та впровадження стандарту, а також моніторинг та

контроль за його виконанням.

На першому етапі вирішуються основні організаційні питання щодо розробки та впровадження стандарту - визначається виконавець, формується робоча група, формалізуються ідеї, а також проводяться початкові переговори щодо розробки та впровадження антимонопольного стандарту. На цьому етапі відбувається визначення тих сфер регулювання, організації або управління, в процесі яких можливі події, дії, пов'язані з обмеженням, усуненням конкуренції на відповідному товарному ринку. Оцінка ризиків може включати проведення класифікації і ранжування ймовірності настання ризиків.

Сфери та галузі управління, які можуть бути зафіксовані в антимонопольному стандарті, з точки зору можливого впливу на конкуренцію включають аналіз як вже прийнятих норм, актів, інших документів, так і планованих до прийняття.

Чинні норми та регулюючі акти без аналізу їхнього впливу на конкуренцію можуть бути переглянуті як такі, що негативно впливають на інтенсивність конкуренції на відповідному товарному ринку.

Нові норми, особливо у сфері регулювання, можуть мати потенціал обмеження конкуренції, у зв'язку з чим аналіз впливу конкуренцію більш ранніх етапах розробки, тобто до її прийняття повинен забезпечувати завчасне виявлення проблемних ситуацій.

Виділимо основні напрями, якими можуть бути розроблені заходи щодо мінімізації ризиків, що обмежують або не допускають конкуренцію. Усю сукупність таких ризиків можна поділити на два блоки:

1 блок - прямий вплив: дія, або бездіяльність органу публічного управління, результатом якого є обмеження, усунення суб'єктів господарювання з ринку або недопущення на ринок.

1.1. Адміністративні та інші бар'єри входу та виходу з ринку, створені органом публічного управління.

1.2. Створення переважних умов певним суб'єктам господарювання.

1.3. Інші дії (бездіяльності), результатом яких є обмеження конкуренції.

2 блок - непрямий вплив: дії органу влади, які є допустимими, але їх реалізація в перспективі може завдати шкоди конкурентному середовищу. До таких напрямків варто віднести:

2.1. Надання адміністративних послуг.

2.2. Надання державних преференцій.

Важливим моментом, на думку автора, є подальший аналіз, систематизація та класифікація антиконкурентних схем та практик, здійснюваних органами місцевого самоврядування. Пропонується розробити методику складання єдиного реєстру антиконкурентної практики органів місцевого самоврядування, звернення до якого дозволить органу, який розробляє стандарт, врахувати випадки антиконкурентної поведінки. Цей інструмент дозволить здійснювати ідентифікацію антиконкурентних схем органів АМКУ та її міжобласними територіальними відділеннями щодо їх відповідності антимонопольному законодавству.

Варто також зазначити, що Організацією економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) розроблено інструментарій оцінки впливу на конкуренцію, який включає перелік питань, відповіді на які дозволяють більш точно визначити сфери, де конкуренція без необхідності обмежується. Цей перелік контрольних питань може використовуватись як додатковий інструмент виявлення антиконкурентних ризиків.

На наступному етапі відбувається розробка проекту внутрішньовідомчого антимонопольного стандарту. Цей етап включає:

- обговорення тих сфер та областей, де є ризики антиконкурентних дій (бездіяльності);

- визначення посадових осіб органу місцевого самоврядування, дії яких можуть прямо чи опосередковано призвести до обмеження конкуренції на товарному ринку;

- розробка та фіксація цілей антимонопольного стандарту, вимог та обмежень, показників досягнення цілей та оцінки ефективності дії посадових осіб органу публічного управління, відповідальність/мотивація посадових осіб

за досягнення цілей та реалізацію завдань стандарту.

Заключний етап є затвердження та впровадження внутрішньовідомчого антимонопольного стандарту керівником, головою органу публічного управління у формі додатка, положення, іншого документа. На цьому етапі необхідне обов'язкове ознайомлення посадових осіб, які потрапляють до зони антиконкурентного ризику. Також даний етап передбачає контрольні заходи щодо результатів запровадження антимонопольного стандарту, до яких належать:

- робота з мінімізації ризиків: реалізація заходів, спрямованих на запобігання ризикам;
- впровадження належних механізмів контролю;
- своєчасне доповнення та вдосконалення системи внутрішньовідомчого антимонопольного стандарту;
- навчання посадових осіб, які потрапляють до зони антиконкурентного ризику;
- здійснення оцінки ефективності реалізованих заходів.

Передбачається, що стандарт повинен затверджуватись і вводитися в дію локальним нормативним актом.

Діяльність з розробки та впровадження антимонопольного стандарту починається з формування робочої групи, до якої мають увійти голова адміністрації, спеціаліст з правових основ, посадові особи структурних підрозділів сфер діяльності, що знаходяться в зоні антиконкурентного ризику, також можуть бути залучені працівники антимонопольного органу або представники виробників та громадських організацій.

Далі визначаються та досліджуються ті сфери регулювання, де конкуренція може бути необґрунтовано обмежена. Основною областю, що підлягає аналізу наявності ризиків обмеження конкуренції, на регіональному рівні є сфера комунального господарства, під яким розуміється комплекс організацій та підприємств різних форм власності, що реалізують економічну діяльність у галузі життєзабезпечення.

У комунальному господарстві є сфери, аналіз яких немає сенсу проводити через відсутність конкурентних відносин як таких, серед яких: громадська та пожежна безпека, організація бібліотечного обслуговування населення, інші питання місцевого значення. Однак є комплекси та сфери, де захист та розвиток конкуренції має бути під постійним контролем місцевих чиновників: житлово-комунальний, транспортний, будівельний, споживчий ринок, розпорядження комунальним майном.

На підставі викладеного до ключових сфер, у яких є ризик настання негативних наслідків для конкуренції на регіональному рівні, адміністрування / управління з яких здійснює місцева адміністрація, можна віднести:

- вибір керівників до об'єднання співвласників багатоквартирних будинків;
- надання та розпорядження комунальним майном;
- організація наземного пасажирського транспорту - транспортного обслуговування;
- створення умов для розвитку малого та середнього підприємництва;
- надання ритуальних послуг.

Всі перелічені сфери можуть бути внесені у внутрішньовідомчий антимонопольний стандарт через вже скоєні порушення у цій галузі, зокрема й іншими адміністраціями. Так, наприклад, виявлені порушення антимонопольного законодавства та видані на їх підставі приписи можуть вноситися до положень внутрішньовідомчого антимонопольного стандарту з метою мінімізації систематичних (повторних) порушень. Аналіз внутрішньовідомчого антимонопольного стандарту органу влади дозволить антимонопольному органу визначити зацікавленість та здійсненність виданих раніше приписів.

На другому етапі розробки та впровадження всі ризики закріплюються у спеціальному проекті стандарту, здійснюється обговорення робочою групою структури проекту, сфер, запропонованих до включення до стандарту, завдань, основних принципів діяльності, переліку відповідальних посадових осіб,

мотивації та контролю.

Після узгодження робочої групою проекту стандарту відбувається його затвердження керівництвом міської державної адміністрації. Далі йде ознайомлення посадових осіб місцевої адміністрації, до функцій яких входить регулювання сфер ризику. Визначаються параметри та критерії, яким має відповідати діяльність підрозділів місцевої адміністрації. На етапі контролю здійснюється оцінка ефективності реалізованих заходів, передбачених внутрішньовідомчим антимонопольним стандартом. Згодом здійснюється вдосконалення елементів антимонопольного стандарту.

Розробка та впровадження антимонопольного стандарту відповідає сукупності функцій управління, запропонованих фахівцями в галузі теорії управління: аналіз, планування, організація, мотивація, контроль та вдосконалення.

Насамкінець варто відзначити, що розробку та впровадження внутрішньовідомчого антимонопольного стандарту можна здійснювати самостійно, а можна розробити єдиний стандарт, на відповідність якому можна буде сертифікуватися в державних та комерційних організаціях.

Таким чином, антимонопольний стандарт є системою заходів, спрямованих на попередження, скорочення та усунення несприятливих наслідків для конкуренції. Для зниження кількості порушень, що обмежують конкуренцію, необхідна послідовна та системна конкурентна політика на всіх рівнях управління.

Антимонопольний стандарт дозволить зосередити обмежені ресурси органів влади у тих сферах, де ризики негативного впливу на конкуренцію найбільш суттєві. Розвиток у керівників органів публічного управління компетенцій проконкурентної, соціально-відповідальної поведінки дозволить скоротити кількість фактів обмеження конкуренції.

На основі аналізу діяльності органів місцевого самоврядування доведено, що антимонопольне регулювання може розглядатися як ризик, який органам влади необхідно враховувати під час реалізації економічної політики.

Запропоновано розробити та впровадити антимонопольний стандарт органу влади, під яким розуміється система правил поведінки посадових осіб органу влади, що відповідають вимогам антимонопольного законодавства, за рахунок виявлення антиконкурентних ризиків, їх попередження чи своєчасного усунення без порушення антимонопольної справи, закріплення відповідної поведінки та обов'язково затвердженої внутрішньої політики органу публічного управління.

3.3. Запровадження інструментів маркетингу територій як елементу конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні

Міста та регіони в усьому світі залучені до постійної конкуренції за людські ресурси та добробут. В умовах високої конкуренції на глобальних ринках перед різними регіонами стоїть завдання диференціюватися від конкурентів, а також знайти свою унікальну перевагу. З метою посилення своїх позицій містам доводиться безперервно залучати інвесторів, туристів та потенційних мешканців.

Економічний розвиток території вважається однією з основоположних рушійних сил, що впливають на її привабливість і визначають конкурентоспроможність, проте навіть в умовах економічної стагнації застосування маркетингових інструментів може сприяти підвищенню конкурентоспроможності території.

Одна з основних функцій маркетингу територій полягає у створенні та зміцненні певних образів територій у свідомості цільових аудиторій. Процес створення унікального образу території пов'язаний з розробкою сукупності атрибутів, створюваних зацікавленими сторонами і спрямованих на формування конкретного уявлення про місце (місто, регіон або країну), і націлений на поширення позитивної інформації про територію за допомогою різноманітних рекламних засобів для виправдання очікувань зацікавлених сторін, а також збільшення їх рівня поінформованості про територію.

Дані фактори зумовили інтерес до проблем вдосконалення аналізу маркетингової діяльності в управлінні територіями і привернули увагу дослідників не просто до маркетингового аналізу іміджу територій, а до сукупної оцінки територій з використанням маркетингового інструментарію. На основі проведеного аналізу ми дійшли висновку про те, що багато інструментів такого залучення запозичені з традиційного маркетингу, орієнтованого на просування товарів та послуг.

Нами виявлено, що у числі інструментів маркетингу територій виділяються наступні: розробка цільових програм і стратегій розвитку території; позиціонування території; комунікаційні заходи, брендинг територій; фізична реконструкція територій; створення об'єктів культурного призначення; організація масштабних подій та ін. [165, 168]. З усіх перелічених інструментів фахівці у сфері маркетингу територій виділяють ряд інструментів, які мають найбільші позитивні результати. До них належать:

- брендинг територій;
- просування об'єктів культурного призначення;
- інфраструктурний маркетинг;
- організація масштабних подій.

Проаналізуємо послідовно кожен із цих інструментів.

Брендинг. В рамках маркетингу територій передбачається, що території можуть бути такими ж об'єктами брендингу, як товари та послуги [145]. Однак бренди товарів та послуг можуть нести не тільки економічні вигоди, а й політичні та соціальні переваги для територій (наприклад, формування інвестиційного потенціалу, зростання поінформованості потенційної цільової аудиторії, консолідація ресурсів органів місцевого самоврядування та місцевих жителів) [162]. Сьогодні теорія брендингу територій перебуває в стадії становлення, універсального підходу до поняття «бренд території» поки не має. Під брендом території часто розуміється набір стійких позитивних характеристик, пов'язаних із територією. В основі брендингу територій лежать матеріальна і нематеріальна складові. Територіальний бренд складається з

переплетення багатьох взаємозалежних характеристик місця: історичного пласта, соціально-культурного потенціалу, економічного розвитку регіону та політичних особливостей.

Основною метою брендингу територій є підвищення привабливості місць [154]. За допомогою брендингу у свідомості зацікавлених сторін (інвесторів, туристів, мешканців) формується певний позитивний образ, підкріплений різними асоціаціями (ім'я, символи, репутація, міфи та легенди), пов'язаними з територіями.

Брендинговий капітал території формується як із зовнішніх, так і із внутрішніх джерел. Під внутрішніми джерелами (активами) маються на увазі «успадковані» територією характеристики, такі як географічне положення, історія та культурна спадщина. Під зовнішніми, або набутими, активами мається на увазі ступінь задоволеності та лояльності потенційних та існуючих споживачів місць.

Як придбані активи виділяються також інформація та досвід, отримані від інших людей і що впливають на сприйняття іміджу місця.

Для українських територій пріоритетним напрямком у брендингу є нарощування матеріальної складової та комплексний розвиток території. Створення сильних брендів вимагає розробки чіткої ідентичності території, і навіть послідовної реалізації розроблених елементів протягом часу. Ідентичність бренду є набір елементів, що створюють образ бренду [160].

Сильний позитивний образ може стати конкурентною перевагою на території. Основна ідея бренд-комунікацій повинна ґрунтуватися не на фізичних характеристиках території (інфраструктура, пам'ятки, історична спадщина), а на емоційному значенні для споживачів (інвесторів, туристів, мешканців). Отже, брендинг - це не просто ряд заходів, вкладених у створення позитивного образу території, а стратегія, що впливає розвиток території загалом.

Незважаючи на всі зазначені переваги брендингу як інструменту маркетингу територій, виділяють його недоліки. По-перше, бренд території не

може бути сконструйований штучно, а повинен створюватися еволюційно, на основі відчутних і невлених факторів соціально-економічного середовища певної території, отже, формування бренду території може тривати роки і навіть десятиліття. По-друге, розробляючи бренд території, влада ігнорує цінності та інтереси жителів, що негативно впливає на формування та розвиток територіального бренду.

Однак створення позитивного образу території недостатньо для загальної привабливості міст. Необхідно також створення об'єктів культурного призначення, різноманітних пам'яток, тому наступним значним інструментом маркетингу територій називають просування об'єктів культурного призначення. Розглянемо докладно цей пункт.

Використання об'єктів культурного призначення для створення та зміцнення іміджу територій, а також для залучення туристів і, як наслідок, сприяння економічного розвитку територій стало поширеним явищем.

Для реалізації цих цілей органи місцевого самоврядування у всьому світі з ентузіазмом займаються будівництвом музеїв, концертних залів та галерей як елементів стратегії міського розвитку. Включення необхідності просування об'єктів культурного призначення до програм міського розвитку змушує органи місцевого самоврядування оцінювати вплив даних об'єктів на розподіл ресурсів для соціальних, культурних та економічних цілей.

Деякі території спочатку мають привабливе місце розташування і ландшафт, які утримують мешканців, залучають туристів і представників бізнесу. Інші території використовують існуючу архітектурно-історичну спадщину, унікальні споруди. Деякі міста створюють привабливі образи на основі садів та парків.

Одна з поширених стратегій підвищення привабливості територій - будівництво комплексів і майданчиків для проведення виставок, конференцій. Іншим способом формування позитивного образу міста є перетворення центру міста на пішохідну торгову зону. Кожен із зазначених способів вимагає різних ресурсів та інвестицій, але загальною метою просування об'єктів культурного

призначення є підвищення привабливості території.

Таким чином, стратегії культурного розвитку набули особливого значення при розробці програм економічного розвитку територій, тому що культурні об'єкти та заходи різного масштабу розглядаються не лише як фактори туристичної привабливості, а й як фактори, що впливають у тому числі на вибір місця проживання.

Наступним інструментом маркетингу територій є інфраструктурний маркетинг. Інфраструктурний маркетинг, чи створення сприятливої фізичної інфраструктури території вважається важливим інструментом маркетингу територій, оскільки ні брендинг території, ні просування об'єктів культурного призначення неспроможні повністю вирішити питання розвитку місць. Саме тому транспортна інфраструктура, що зв'язує продавців і покупців, стає першорядною в процесі оптимізації системи виробництва та розподілу. Більше того, в умовах глобалізації актуальність швидких і зручних перевезень стає все більш затребуваною, оскільки конкурентоспроможність певних територій значною мірою визначається тим, наскільки доступні фактори виробництва, сировина та людські ресурси.

Найбільш поширеними об'єктами інфраструктурного маркетингу є телекомунікаційні мережі, аеропорти, вулиці та шосе, залізниці. Перевагою даного інструменту і те, що він грає основну роль в інших заходах територіального розвитку та конкуренції, і навіть впливає на різні інструменти маркетингу територій. Однак розробка елементів інфраструктурного маркетингу та їх реалізація на практиці є безперервними процесами, що потребують постійних інвестицій. Більше того, незважаючи на важливу роль інфраструктури у маркетинговій діяльності та у функціонуванні економічних систем, в даний час інфраструктура характеризується високим рівнем диференціації в різних країнах та містах, що може бути серйозною перешкодою для раціоналізації економічних операцій між територіями.

В умовах посилення конкуренції регіонів фахівці в галузі маркетингу територій стикаються з проблемою створення привабливих образів місць. З

кожним роком територіям стає все складніше конкурувати, використовуючи традиційні маркетингові інструменти (інфраструктурний маркетинг, створення об'єктів культурного значення та ін).

Таким чином, ми підходимо до опису четвертого інструменту маркетингу територій - організації масштабних подій.

Нині особливе місце у організації маркетингових стратегій, вкладених у підвищення привабливості територій, займає реалізація маркетингу подій. Комплекс масштабних, видовищних подій та акцій, ініціатором, організатором чи майданчиком проведення яких є регіон, здатний ефективно вирішувати широкий спектр маркетингових завдань.

Маркетинг подій - один з видів маркетингу, що передбачає взаємодію між потенційним покупцем і продавцем при організації різних подій. До таких подій відносяться торгові ярмарки, музичні концерти, спортивні заходи, виставки та ін.

Разом з тим, у науковій літературі під масштабною подією розуміється складний з точки зору організації проект, який дозволяє інформувати потенційних споживачів про нові характеристики місця, залучити зовнішні інвестиції, зміцнити репутацію, а також сприяти підвищенню поінформованості про територію у світовому економічному просторі [186]. За право проведення масштабних подій щорічно конкурує безліч міст та країн, оскільки такі події є генераторами значних змін для територій. Багато дослідників [186] звертають увагу на довгострокові переваги, пов'язані не тільки зі збільшенням потоку туристів, зумовленим масштабною подією, але і зі стійким розвитком міст, який продовжується тривалий час і після нього. Одним із головних результатів подібних подій для маркетингу територій вважається формування та підвищення впізнаваності території в очах зовнішніх зацікавлених сторін, а також удосконалення образу територій.

Підготовка масштабних подій пов'язана зі складним прийняттям рішень, відчутними інвестиціями та великим потенціалом впливу, що стимулює економічну діяльність міст-організаторів. З погляду міського розвитку

проведення подібних заходів передбачає будівництво спортивних та (або) культурних об'єктів, що несе значні капіталовкладення в інфраструктуру. Також підготовка подібних заходів потребує покращення транспортної системи та комунікацій усередині міст, розвитку готельного бізнесу.

Деякі дослідники [152] вважають, що масштабні події не тільки демонструють привабливість конкретної території, але і є основоположними маркетинговими інструментами при просуванні місць, особливо беручи до уваги зростання туристичного ринку. З погляду туризму передбачається, що реалізація подібних заходів є важливим стимулом розвитку туристичного спрямування міст загалом. Навіть одноразовий великомасштабний захід привертає нових відвідувачів та увагу засобів масової інформації, переводячи місто до категорії впізнаваного бренду.

Проведені нами дослідження доводять, що організація масштабних подій дозволяє створити незабутні враження всім цільовим групам [145]. Нами доведено, що люди, які беруть участь у заході, почуваються частиною певної спільноти, активно взаємодіють один з одним, впливаючи на результати заходу, а сама подія надовго залишається в пам'яті його учасників, створюючи сприятливий імідж території.

У таблиці 3.2 представлений перелік переваг та недоліків такого інструменту маркетингу територій, як організація масштабних подій.

Таблиця 3.2

Переваги та недоліки організації масштабних подій

Переваги	Недоліки
У соціальній сфері	
Розвиток локальної спільноти. Почуття гордості, підвищення самосвідомості. Довгострокові іміджеві переваги (формування позитивного образу)	Порушення життя місцевих жителів. Затори на дорогах, шум, тиснява
В економічній сфері	

Довгострокові ефекти після проведення заходу (експлуатація інфраструктури, обладнання, стадіонів). Індуковані витрати на розвиток території та будівництво. Додаткова торгівля та розвиток бізнесу. Зростання вартості нерухомості	Міграція. Призупинення нормального функціонування бізнесу. Недостатнє використання інфраструктури
---	---

Таким чином, дослідники масштабних подій [182] сходяться на думці, що переваги, створювані подібними подіями, значно перевищують їхні недоліки.

Масштабні події здатні генерувати безліч економічних вигод: приплив капіталу для приймаючих міст/країни, удосконалення інфраструктури, зниження транспортних витрат у результаті поліпшення інфраструктури, збільшення бюджету з допомогою витрат туристів.

Крім прямих економічних вигод, масштабні події несуть велику кількість непрямих переваг для приймаючих територій: просування міст/країн як туристичні об'єкти допомагає формуванню їх іміджу, сприяє виникненню інтересу до них у представників міжнародних засобів масової інформації; надає розширені можливості для розвитку місцевого бізнесу; посилює почуття спільності та підвищує громадянську гордість мешканців, сприяє розвитку професійних навичок мешканців, мотивації до більш активного життя.

Ми вважаємо, що проведення заходів щодо організації масштабних подій сприяє підвищенню поінформованості зовнішньої та внутрішньої аудиторії про регіон, зміцненню його іміджу, підвищенню туристичної активності, оновленню та розширенню регіональної інфраструктури. Залучення населення до спільного створення цінності регіону через участь у програмах організації масштабних подій збільшує ступінь задоволеності та лояльності жителів, зміцнює прихильність активної частини населення до проживання в регіоні, підвищує його цінності в очах громадськості.

Організація масштабних подій передбачає комплексні процеси прийняття рішення, значні інвестиції та великий потенціал впливу, що

стимулює економічну діяльність міст-організаторів. З погляду розвитку будь-якої території проведення подібних заходів передбачає будівництво спортивних та (або) культурних об'єктів, що несе значні капіталовкладення в інфраструктуру. Також підготовка подібних заходів вимагає покращення транспортної системи та комунікацій усередині територій, розвитку готельного бізнесу. Навіть одноразовий великомасштабний захід привертає нових відвідувачів і увагу засобів масової інформації, переводячи місто в категорію впізнаваного бренду. Організація подібних заходів вимагає консолідації різних соціально-економічних ресурсів усіх зацікавлених сторін.

На основі викладеного можна сформулювати висновок, що результативність програм організації регіональних масштабних подій у різних сферах – спортивній, туристичній, культурній, політичній та ін. – безпосередньо залежить від того, наскільки повно вони враховують інтереси, проблеми та потреби місцевого населення. Тому вважаємо необхідною умовою активне включення мешканців до організації та проведення масштабних подій у будь-якому регіоні.

На нашу думку, різноманітні масштабні, видовищні події та заходи, організатором або ініціатором проведення яких є конкретна територія, здатні ефективно вирішувати широкий спектр маркетингових завдань. Однією з таких маркетингових завдань є утримання місцевого населення в регіоні. Включення мешканців у створення та організацію масштабних подій дозволяє враховувати їх думки та інтереси, призводить до підвищення задоволеності мешканців територіями, а в довгостроковій перспективі може призвести до зростання соціально-економічного розвитку території.

Дослідження задоволеності мешканців територіями та вивчення того, яку роль у цьому відіграють різні масштабні події, можуть послужити основою для розуміння можливих способів формування лояльності жителів у маркетингу територій.

Водночас вважаємо, що нині відсутній універсальний підхід до визначення поняття «лояльність до дестинації». Це пов'язано з тим, що під

справжньою лояльністю в маркетингу розуміється прихильність певної компанії або бренду, що виражається в повторних покупках, тобто виникає питання, чи можна вважати проживання на конкретній території лояльністю або ж це вимушений захід, що не має відношення до маркетинговому трактуванні лояльності.

Слід зазначити, що багато дослідників відходять від суворих критеріїв лояльності (емоційна прихильність та повторні купівлі), оскільки, по-перше, виділені критерії прийнятні не для всіх товарних категорій та сервісів, а по-друге, наявність емоційної прихильності до бренду може мати більше значення, ніж сам факт купівлі товару. Так, споживачі, які відчують сильні позитивні емоції стосовно продукту певної компанії, можуть ставати посередниками та амбасадорами цінностей обраного бренду, навіть якщо вони знайомі з цим брендом лише завдяки рекламі. Сам критерій «купівлі» неприйнятний і для маркетингу територій. Таким чином, лояльність до території може виявлятися в результаті отриманої позитивної інформації від інших мешканців, туристів або формуватися на основі поведінки інших людей.

Нами виділено такі особливості лояльності до дестинації: по-перше, висока роль емоційної складової, оскільки певний досвід взаємодії з територією базується на основі не споживання, а отриманих вражень. По-друге, велике значення набуває імідж дестинації як фактор, що передбачає враження і формує певні очікування від місця. По-третє, особливу значущість набуває сприйняття місця як гідного об'єкта для можливого відвідування у майбутньому чи рекомендації референтним групам. З цього випливає, що лояльність цільових груп (мешканців, туристів та ін.) характеризується головним чином на основі їхнього вкладу у створення або підтримання позитивного іміджу території.

Як зазначають деякі дослідники, готовність рекомендувати територію своєму оточенню та навіть незнайомим людям є центральним критерієм для вимірювання та оцінки лояльності у маркетингу територій. У зв'язку з цим відсутність факту відвідування чи повторного відвідування дестинації не

виключає формування лояльності до території. У той самий час присутність у певної DESTИНАЦІЇ перестав бути гарантією лояльності [147].

Таким чином, під лояльністю в маркетингу територій слід розуміти прихильне ставлення до певної DESTИНАЦІЇ, що виражається в готовності рекомендувати її іншим людям. Аналіз вітчизняної та зарубіжної літератури показав, що основними особливостями формування лояльності до DESTИНАЦІЇ є образи місця, що сприймаються, та очікувані враження, а також задоволеність від перебування на певній території.

Підбиваючи підсумки проведеного теоретичного аналізу спеціальної літератури, необхідно сформулювати деякі висновки. На думку фахівців у галузі маркетингу територій [165], масштабні події в порівнянні з іншими інструментами маркетингу дають територіям найбільший позитивний результат, що сприяє зростанню обізнаності, підвищенню туристичної активності, розширенню та оновленню інфраструктури. Організація масштабних подій як інструмент маркетингу територій, орієнтований на підвищення конкурентоспроможності, можлива в багатьох сферах: спортивній, туристичній, культурній, політичній та ін. Разом з тим реалізація масштабних подій може мати негативні наслідки, що виникають через негативну реакцію місцевих жителів на проведення таких заходів та витрати на їх організацію.

Традиційно нівелювання негативних реакцій та формування позитивного образу масштабних подій реалізується в Україні за допомогою PR-діяльності, яка не бере до уваги інтереси місцевих жителів і, отже, не повною мірою досягає поставлених завдань. Проте домінуючим фактором успішності масштабних подій може стати сприятливий настрій населення щодо реалізованих маркетингових заходів, а також готовність підтримати їх.

Проаналізований нами закордонний досвід показав, що саме залучення мешканців у більшості випадків є вирішальним фактором успішності маркетингового впливу події як у короткостроковій перспективі (за рахунок формування причетності населення та позитивної оцінки ним тенденцій

розвитку території), так і на довгостроковому горизонті (за рахунок стійкого поліпшення ставлення населення до регіону та зниження міграційних настроїв).

Теоретичною концепцією, що розглядає жителів як учасників процесу спільного створення цінності в маркетингу територій, є концепція виробництва. Корелюючи з концепцією маркетингу взаємодії, вона орієнтована на створення та розвитку у регіоні довгострокових взаємовигідних відносин між зацікавленими сторонами - місцевим населенням, органами влади, бізнес-спільнотою, громадськими організаціями, лідерами громадської думки, засобами масової інформації та ін.

Разом з тим у рамках поставлених у дисертаційному дослідженні завдань є доцільним розширення кордонів та обов'язкове використання в роботі концепції маркетингу взаємодії як одного з актуальних сучасних наукових підходів, що досліджують взаємовідносини зацікавлених сторін. Саме маркетинг взаємодії наділяє споживачів можливістю самостійно приймати рішення та впливати на результати реалізованої організацією маркетингової діяльності. Головною метою подібного співробітництва є створення та зміцнення лояльності з існуючими споживачами, яке зрештою має призвести до підвищення рівня соціально-економічного розвитку території.

Використання принципів маркетингу взаємодії у маркетингу територій спрямовано на створення довгострокового симетрично орієнтованого партнерського співробітництва між усіма зацікавленими сторонами. У маркетингу територій зацікавлені сторони повинні включатися в процес створення цінності території. Ми вважаємо, що активне регулярне залучення зацікавлених сторін протягом усіх стадій створення та впровадження стратегій маркетингу територій дозволяє сформувати у них почуття причетності до подій, що відбуваються в регіоні.

Таким чином, які б маркетингові інструменти були обрані підвищення конкурентоспроможності міст, результат реалізації залежить від солідарності і згоди різних груп зацікавлених сторін. Ігнорування інтересів тієї чи іншої

сторони призводить до формування конфліктів, що негативно позначається на привабливості території загалом.

Характер взаємовідносин між різними групами зацікавлених сторін може реалізовуватись у двох напрямках: або як конкуренція, або як партнерство.

Нами було виявлено, що в останні роки наукова дискусія в маркетингу територій зрушується в напрямку дослідження питань подолання розбіжностей та конфліктів між різними зацікавленими сторонами, що також доводить необхідність впровадження принципів маркетингу взаємодії в маркетинг територій. Зокрема, простежується спрямованість на пошук способів взаємодії владних структур та резидентів територій як головних співучасників виробництва, носіїв смислів та культурних цінностей територій, а також платників податків.

Така логіка відповідає концепції маркетингу територій у взаєминах між представниками місцевої влади з іншими групами заінтересованих сторін (жителями, представниками бізнесу, інвесторами та туристами). Включення різноманітних сегментів у заходи маркетингу територій створює багато можливостей, вкладених у формування взаємовигідного співробітництва.

Дослідники звертають увагу на перехід від моделі традиційного лінійного маркетингового монологу (з односторонньою комунікацією) до моделі взаємодії, конструктивного діалогу, в ході якого сторони набувають нового досвіду, а також обмінюються знаннями, цінностями і таким чином «залучаються» до маркетингових стратегій територій [156].

Насамперед необхідно визначити, що розуміється під залученням до маркетингу територій. Термін «залучення» запозичений з комерційного маркетингу, де залучення визначається ступенем зацікавленості споживача у певних маркетингових об'єктах (товарах, послугах). Зацікавленість споживача проявляється у бажанні приділяти більше уваги певним товарам чи послугам і, відповідно, шукати про них більше інформації.

Ж. Капферер і Г. Лоран [161] визначають три основні передумови для

залучення споживачів:

- 1) високий персональний інтерес споживача;
- 2) отримання задоволення внаслідок процесу взаємодії з об'єктом;
- 3) готовність споживача взаємодіяти з об'єктом.

Сьогодні існує достатньо визначень споживчої залученості. Одне з найбільш цитованих визначень характеризує залученість як внутрішній стан індивіда, що змінюється, заснований на емоційному збудженні, інтересі і вчиненні конкретних дій під впливом певних внутрішніх мотивів. Багато дослідників стверджують, що захопленість є ключовим фактором готовності людини поводитися певним чином щодо конкретного об'єкта [164].

У маркетингу територій під залученістю розуміється включення зацікавлених сторін у створення фізичного та ментального (бренд) простору території. Виділяються різні групи суб'єктів маркетингу територій, але незмінно серед них присутні жителі як одна з найвпливовіших груп. Останніми роками існує тенденція включення мешканців у процес розробки стратегій маркетингу територій. Вперше про необхідність включення мешканців у процес розробки та впровадження стратегій управління міст як однієї з груп зацікавлених сторін написав визнаний фахівець у галузі маркетингу Ф. Котлер [165]. На його думку, маркетинг територій генерує успіх у тому випадку, коли цілі просування території знаходять відображення серед мешканців, бізнесу та інвесторів.

Питання залучення жителів до маркетингу територій розглядають зарубіжні автори [145]. Залучення мешканців вивчається також деякими фахівцями в галузі брендингу міст, який є одним із напрямків маркетингу територій [148].

В українській науці питання залучення жителів у процес управління територіями вивчений недостатньо. Значна частина вітчизняних робіт, що розглядають залучення у тій чи іншій мірі, присвячена питанням державно-приватного партнерства, яке передбачає взаємодію між державними органами та бізнесом, а не жителями в цілому [63]. Хоча тільки включення у

виробництво більшої кількості зацікавлених сторін дозволило б ефективно реалізовувати цю концепцію. Існує важливість орієнтації на споживачів (мешканців, туристів, інвесторів) не тільки для органів місцевого самоврядування або відповідальних за маркетингову діяльність, але і для всіх зацікавлених сторін, які відповідають за розвиток території.

Для успішної реалізації маркетингу територій необхідне залучення мешканців у цей процес шляхом реалізації концепції співробітництва. Співробітництво є особливим типом взаємовідносин органів місцевого самоврядування і жителів, що поєднує широке коло зацікавлених сторін і включає необхідність вивчення можливих сприятливих умов їх взаємодії.

У рамках цього дослідження під співробітництвом у маркетингу територій розумітиметься процес залучення мешканців до маркетингових проектів, спрямованих на створення сприятливого образу території, в ході якого за рахунок емоційних і матеріальних вигод, що купуються мешканцями, підвищується рівень їх споживчої лояльності. Запропоноване визначення дозволяє виділити мету і ключових учасників процесу співробітництва в маркетингу територій. Для обґрунтування доцільності використання концепції співробітництва у маркетингу територій розглянемо її еволюцію докладніше.

Концепція спільного виробництва (співробітництва) була розроблена наприкінці 70-х років XX ст. у контексті державного управління. Стимулом до розвитку цієї концепції послужило недовіру до традиційної моделі державного управління, за якою вся відповідальність за розробку та надання різних суспільних благ покладалася виключно на представників державної влади [139]. З погляду концепції виробництва в основі реалізації суспільних благ лежить взаємодія, з одного боку, представників державної влади та, з іншого боку, жителів міста. Перші беруть участь у процесі як професіонали своєї діяльності, як носії певних знань і компетенцій, тоді як жителі включаються до спільного виробництва на добровільних засадах з метою підвищення якості та (або) кількості послуг, які вони отримують [170]. Є. Остром у роботі «Управління суспільством: еволюція інститутів колективних дій» [169]

спростовує ідею про існування контролю держави у процесі управління благами, які мають суспільний характер, що вважається одним з основних доказів їх реалізації на практиці. Дослідник пише, що наслідки формування суспільних благ визначаються не так конкретно формою власності, скільки основними правилами, які характеризують їх створення та подальше використання. Він підкреслює, що концепція виробництва може стати джерелом поліпшення якості суспільних благ, і зазначає, що жоден ринок не може вижити без втручання держави в область надання суспільних благ, але і держава не може бути значною мірою ефективною без належного внеску із боку жителів.

Отже, спільне виробництво суспільних благ має вирішальне значення для досягнення високого рівня добробуту, особливо в країнах, що розвиваються. Жителі є суспільним ресурсом економічного розвитку, які здатні самотійно вирішувати різні соціальні та економічні проблеми, взаємодіючи з державною владою на різних рівнях. У результаті такої взаємодії з'являється можливість збільшити якість реалізованих суспільних благ і підвищити задоволеність учасників процесу створення.

На думку деяких фахівців [183], виробництво суспільних благ пов'язано з двома різними сферами впливу: адміністрацією та громадськістю. Найчастіше взаємодія цих двох сфер, комунікація між ними та отримання зворотного зв'язку можуть бути проблематичними, але згідно з концепцією виробництва громадськість стає активним учасником виробництва громадських благ і регулярно залучається до їх створення та реалізації, тим самим впливаючи на процес виробництва цих благ, роблячи їх більш відкритими та гнучкими.

Виділяють три основні фактори ефективної реалізації спільного виробництва:

- ясність мети;
- наявність певних навичок або знань у споживачів або бажання ці навички набути;

- мотивація споживачів до участі у спільному виробництві.

Зазначається, що спільне виробництво відбувається тоді, коли споживачі та виробники одночасно роблять спроби створення певних товарів чи послуг. У цьому випадку споживачі та виробники можуть не взаємодіяти безпосередньо: достатньо, щоб цілі їхньої діяльності більш-менш збігалися. Наприклад, жителі можуть несвідомо стати співвиробниками, якщо мають можливість вільно брати участь в організації та збереженні міського простору, тобто не обов'язковою умовою в цьому випадку є навмисність (усвідомленість) дій.

Ні держава сама по собі, ні тим більше жителі не в змозі перетворити суспільні блага на життя; лише спільними зусиллями представники державної влади та мешканці можуть це реалізувати.

Для виявлення обмежень існуючих рішень необхідно порівняти традиційну модель надання суспільних благ та модель спільного виробництва суспільних благ.

Відповідно до традиційного підходу (суб'єкт-об'єктна взаємодія) ключовими постачальниками суспільних благ є чиновники, які використовують стандартні бюрократичні процедури прийняття рішень. У цьому випадку жителі є пасивними одержувачами суспільних благ і можуть впливати на них лише за фактом їх отримання шляхом висловлювання пропозицій, скарг та прохань.

У той же час ми вважаємо, що включення мешканців у надання суспільних благ (суб'єкт-суб'єктна взаємодія) дає взаємовигідну можливість регулярного спілкування та обміну інформацією та досвідом, що дозволяє створювати більш персоніфіковані блага і, у свою чергу, веде до більшої кількості задоволених жителів.

Виявлено, що представники різних дисциплін приділяють дедалі більшу увагу ролі мешканців у реалізації суспільних благ. Деякі дослідники [170] пояснюють зростаючий академічний інтерес до концепції виробництва тим,

що, як показує практика, діяльність органів державної влади неможливо уявити без участі в цьому процесі мешканців, без урахування їхніх інтересів та думок. Інші фахівці [138] відзначають, що попит на суспільні блага постійно зростає, відповідно зростає і значущість жителів у наданні цих благ.

Основною відмінністю спільного виробництва від інших концепцій, пов'язаних з управлінням суспільними благами, є та значуща роль, якою наділяються жителі.

Спільне виробництво складається з п'яти етапів [149]:

- 1) підготовка умов виробництва;
- 2) розробка системи мотивації, яка спонукатиме людей до участі у співробітництві;
- 3) оцінка діяльності виробництва з погляду можливих витрат та вигод;
- 4) реалізація діяльності виробництва;
- 5) оцінка результатів виробництва.

Існує кілька умов, за якими концепція виробництва можлива на практиці:

1) готовність до взаємодії – представники міської влади мають демонструвати готовність до взаємодії з мешканцями. І тут жителі отримують можливість виявляти ініціативу у діяльності виробництва;

2) добровільний початок – спільне виробництво завжди є актом добровільної дії. Якщо мешканці надходять певним чином, дотримуючись нав'язаних вимог або побоюючись покарання за відмову від участі у певній діяльності, їх дії не можуть бути розцінені як співвиробництво;

3) позитивний контекст - якщо мешканець руйнує міське середовище (наприклад, викидає сміття в недозволених місцях), його діяльність не буде відноситися до співвиробництва, оскільки співвиробництво перш за все має діяти на благо, а не на шкоду навколишньому міському простору.

Таким чином, концепція співвиробництва ґрунтується на ідеях відкритої співпраці, добровільного початку та позитивного контексту.

Концепція співвиробництва розвивалася протягом кількох десятиліть,

але в останні роки отримала новий виток розвитку. Нині концепція співвиробництва широко висвітлюється у різних соціальних науках.

Для реалізації завдань дисертаційного дослідження розглянемо еволюцію концепції співвиробництва через аналіз ключових визначень. В даний час існує безліч підходів до визначення співвиробництва. Розглянемо існуючі визначення співвиробництва, виділимо схожі риси та специфічні особливості.

Спочатку в 80-ті роки ХХ ст. під співвиробництвом розумівся процес, за допомогою якого ресурси, використовувані для товарів чи послуг, надаються особами, які є представниками однієї організації. Основна ідея концепції полягає в мобілізації тих ресурсів, які можуть надати люди, які виступають одночасно і виробниками, і споживачами суспільних благ, люди, які втілюють самі собою невичерпні ресурси [171].

Приблизно водночас інші фахівці розглядали співвиробництво насамперед із погляду споживачів і описували цей процес як залучення споживачів (мешканців) до безпосередньої участі у діяльності організації чи благоустрою міського середовища, якщо йдеться про жителів [184].

Через деякий час дослідники стали приділяти все більше уваги безпосередньо споживачам, їх ролі і визначають виробництво як деякий ступінь психічної (емоційної) і фізичної (безпосередньої) участі споживачів у виробництві та наданні послуг. Таким чином, співвиробництво все більше починає розглядатися як певний процес, пов'язаний із залученням споживачів у співвиробництво і реалізацію різних товарів і послуг [155].

Пізніше співвиробництво визначали як надання публічних послуг шляхом регулярних довгострокових відносин між органами державної влади та організованими групами жителів [159].

Поступово коло зацікавлених сторін, потенційних учасників співвиробництва розширювалося і під співробітництвом стали розуміти участь громадян, клієнтів, споживачів, волонтерів та (або) громадських організацій у виробництві публічних послуг, а також їх споживання чи отримання вигод від

споживання цих послуг [138].

На початку 2000-х років фахівці [166] прийшли до розуміння, що споживачі можуть бути не просто учасниками, а ініціаторами деяких співвиробничих процесів, тому співвиробництво визначається як залучення споживачів як активних учасників діяльності компанії. Ми повністю згодні з думкою дослідників [153], які стверджують, що концепція співвиробництва є також поведінковою концепцією, тобто включає характеристики дій і ресурсів, що реалізуються споживачами за участю у співвиробництві тих чи інших послуг.

З іншого боку, ряд учених вважає, що співвиробництво може сприяти вдосконаленню публічних послуг, оскільки виробниками цих послуг стають самі споживачі [163].

Інші фахівці [167] звертають увагу на те, що співвиробництво - це не просто спільне виробництво товару виробниками та споживачами, а насамперед участь у створенні цінності товару та цінності від даної участі.

Пізніше деякі дослідники стали більше уваги приділяти конкретним видам діяльності [149], що з спільним створенням цінності, і визначити співвиробництво як дії і події, створені задля створення спільного проекту різними учасниками виробництва (як виробниками, а й споживачами благ). Кожен учасник цього процесу може включатися у проект різних стадіях виробництва (починаючи від ініціації ідеї проекту і закінчуючи отриманням зворотний зв'язок про виконаний проект).

Згодом ряд дослідників звернули увагу на те, що учасниками співвиробництва можуть бути не тільки виробники, а й фахівці в певній галузі, і охарактеризували виробництво як надання послуг громади об'єднаними зусиллями професіоналів і людей, які користуються даними послугами [144].

Цікавий з наукової точки зору і той факт, що деякі вчені [146] акцентують увагу на тому, що виробництво існує як обмін товарів і послуг між компаніями і споживачами, який побудований на платформі одночасного виробництва та споживання.

Також необхідно зазначити, що багато фахівців [171] підійшли до концепції виробництва з економічної точки зору, звертаючи увагу на те, що відмінності між споживанням та виробництвом, що лежать в основі економічної теорії, нелегко застосувати до процесу надання послуг у вигляді участі споживачів у співвиробництві. У той самий час традиційні виробники товарів та послуг створюють їх із єдиною метою подальшого обміну (зазвичай, гроші). Споживачі-виробники діють за рамками своїх звичайних ролей і здійснюють послуги для того, щоб споживати отримані ефекти у вигляді, наприклад, сприятливого довкілля, тобто необов'язково отримуючи при цьому матеріальні вигоди.

Споживачі як співвиробники беруть участь у наданні послуг іншим споживачам, таких, наприклад, як освіта або охорона здоров'я. Споживачі можуть брати участь у цьому типі співвиробництва інтуїтивно, не усвідомлюючи цього, наприклад, беручи участь у організації спортивних заходів як волонтерів. Також споживачі можуть здійснювати послуги, які споживають самі. Виходячи з цієї логіки виробництво - «це активну участь громадськості у виробництві послуг, споживачами яких вони можуть бути самі» [190].

Аналогічну позицію займають й інші фахівці [183], які стверджують, що співвиробництво може виявлятися у будь-яких видах діяльності, коли споживачі усвідомлено виконують певні правила поведінки, наприклад, паркують автомобілі у призначених для цього місцях, викидають сміття виключно у спеціальні контейнери, тобто. сприятливе міське середовище.

Як зазначалося, деякі фахівці [171] визначають співвиробництво як залучення споживачів чи жителів до безпосередньої участі у діяльності організації чи створенні суспільних благ. У цьому визначенні наголошується на провідній ролі міської влади чи компаній, які мають виявляти ініціативу щодо залучення до виробництва інших заінтересованих сторін, у тому числі мешканців.

Інші фахівці відзначають, що важливу роль у міському управлінні грає

реалізація децентралізованих форм надання різних публічних благ із залученням широкого загалу [189]. З цієї точки зору важливо постійно збільшувати кількість учасників спільного виробництва, які одночасно були б і одержувачами (або потенційними одержувачами) різних суспільних благ, і їх виробниками, оскільки тільки включення великої кількості громадськості у співвиробництво дозволило б ефективно реалізувати дану концепцію.

Початком розвитку концепції виробництва в маркетингу стала зміна маркетингової парадигми у бік сервісно-домінуючої логіки [178]. У маркетингу ця концепція сприймається як активна участь споживачів у виробництві благ, що вони самі споживають. Відповідно до традиційного маркетингу виробники створюють товари, а споживачі їх набувають для задоволення своїх потреб, проте з погляду сервісно-домінуючої логіки споживачі перестають бути пасивними одержувачами, а стають співвиробниками товарів і послуг. Відповідно до такої логіки маркетинг є безперервним соціально-економічним процесом, сфокусованим на генеруванні ресурсів, головним з яких є самі споживачі.

Потенційні та існуючі споживачі можуть відігравати роль виробників у процесі спільної творчості, а взаємини між виробниками та споживачами вибудовуються за допомогою взаємодії та діалогу, у результаті споживач отримує можливість бути виробником кінцевого продукту.

Виробництво може бути пов'язане з різного роду інтелектуальною працею: наприклад, ініціюванням і проектуванням виробництва, агрегування ресурсів і безпосередньою реалізацією виробництва. В даному випадку основний акцент робиться на можливість співпраці між споживачами та виробниками на всіх етапах виробництва та у найрізноманітніших форматах.

У комерційному маркетингу елементи виробництва активно використовуються вже понад десять років: наприклад, туристичні фірми залучають своїх клієнтів на етапі розробки індивідуальних турів; приватні медичні організації пропонують пацієнтам різні послуги, що дозволяють отримувати персоніфіковані послуги; Компанії, що виробляють технічні

пристрої, надають споживачам можливість змінити різні характеристики майбутніх продуктів.

Виробництво в комерційному маркетингу має ряд переваг. Насамперед це економічна результативність, що визначається зростанням кількості споживачів, пов'язана з бажанням споживачів робити свій особистий внесок у виробництво товарів і послуг. Також це висока задоволеність споживачів за рахунок кастомізації та персоніфікації вироблених товарів та послуг. Нарешті, це соціальна ефективність, що виникає у вигляді появи різних спільнот, груп за інтересами, здатних формувати нову якість продукту.

Слід зазначити, що виробництво і маркетинг спільної творчості (co-creation) виступають синонімами. Маркетинг спільної творчості характеризується особливими взаємовідносинами між комерційною організацією та споживачами товарів та послуг, у процесі яких здійснюється об'єднання та зміцнення можливостей усіх зацікавлених сторін з метою консолідованої організації особливих привілеїв.

Необхідно відзначити, що в такому розумінні концепція маркетингу спільної творчості була створена безпосередньо для комерційної діяльності, з метою задоволення потреб споживачів та максимізації прибутку. Однак дуже швидко ця концепція викликала великий інтерес і була запозичена представниками інших сфер діяльності.

Подібний тип взаємовідносин між комерційною організацією та споживачами, що передбачає активну взаємодію обох сторін, ґрунтується на трьох ключових ідеях: по-перше, на дійсному минулому досвіді споживачів; по-друге, на ідеях та творчості абсолютно різних людей, об'єднаних спільною метою; по-третє, на синергізм. Результатом спільної творчості є перетворення старого, а щось нове.

Поступова еволюція маркетингу спільної творчості сприяла появі різноманітних типів спільної творчості.

Фахівці описують такі типи [172]:

- 1) клуб експертів або група людей, які мають рідкісні компетенції,

залучена компаніями в процесі вирішення специфічних завдань;

2) краудсорсинг, що передбачає можливість удосконалення продуктів широкою групою споживачів;

3) коаліція учасників – збори представників різних компаній;

4) об'єднання чи асоціація союзників, тобто суспільства споживачів, пов'язаних загальними інтересами, характеристиками та цілями, спрямованими на розробку будь-яких різноманітних благ всім учасникам процесу.

Багато компаній у своїй взаємодії зі споживачами роблять вибір на користь маркетингу спільної творчості, оскільки дана концепція надає безліч переваг як виробникам, так і споживачам. Розглянемо докладніше ці взаємні переваги.

По-перше, компанії отримують можливість дізнаватися інформацію про споживчі переваги безпосередньо від самих споживачів, в результаті інформація не спотворюється і максимально точно відображає потреби останніх, що дозволяє в майбутньому максимально задовольнити їх потреби, а також заручитися довірою споживачів.

По-друге, участь споживачів у маркетингу спільної творчості може знизити витрати організацій та виробників на робочу силу та саме виробництво.

По-третє, доведено, що реалізація такого маркетингу призводить до зростання задоволеності та лояльності споживачів.

Таким чином, на нашу думку, для виробників реалізація даної концепції несе безліч переваг, головною з яких є набуття такого ресурсу, як споживачі, їх знання, навички та досвід.

У зв'язку з відсутністю єдиного підходу до визначення співвиробництва та співтворчості ці поняття часто використовуються як взаємозамінні.

У існуючих визначеннях виявлено єдину загальну складову. Так, у кожному з визначень говориться про залучення споживачів, про співпрацю виробників і споживачів. Однак слід звернути увагу на риси. Можна виділити

такі відмінні риси співвиробництва від маркетингу спільної творчості.

1. З погляду концепції співвиробництва головна роль у процесі виробництва товарів та послуг належить компаніям чи представникам державної адміністрації, органам влади, тоді як з погляду маркетингу спільної творчості виробники і споживачі мають рівні права, і ініціатива може виходити від споживачів. Таким чином, процес співвиробництва передбачає спонукання до діяльності безпосередньо з боку професіоналів, а споживачі можуть включатися в процес вже на завершальних етапах виробництва.

2. Однією з основних умов маркетингу спільної творчості є створення нового продукту, тоді як для процесу виробництва це не є обов'язковою вимогою. Метою співвиробництва може бути вдосконалення існуючого продукту чи послуги.

3. Ключовою метою співвиробництва є можливість отримання тих переваг, які несуть користувачі певних благ або послуг, їх знання, компетенції, тимчасові та матеріальні ресурси, тоді як з погляду маркетингу спільної творчості важливий унікальний досвід, враження, які отримують як споживачі, так і компанії-виробники, а не одержувані ресурси власними силами.

Висновки до розділу 3

1. Розроблено підходи до формування концепції конкурентоспроможної політики регіону з визначенням цілей та завдань учасників регіональної взаємодії в сфері захисту та розвитку конкуренції, а саме: органи державного управління (забезпечення єдиного економічного простору, реалізація антимонопольної політики, сприяння стимулюванню конкуренції); регіональні органи управління (реалізація заходів щодо стимулювання конкуренції); органи місцевого самоврядування (реалізація та сприяння стимулюванню конкуренції); галузеві міністерства та відомства (зниження адміністративного навантаження на бізнес, демонополізація економіки,

обмеження участі в економіці); іноземні інвестори (отримання максимального прибутку); суб'єкти господарювання (виробники) (підвищення конкурентоспроможності, максимізація прибутку); населення (споживач) (забезпечення стабільного попиту, зниження цін на ринку, підвищення якості продукції).

2. Розвинуто підходи до розроблення та впровадження антимонопольного стандарту органу публічного управління, під яким розуміються закріплені правила поведінки посадових осіб органу публічного управління, що відповідають вимогам антимонопольного законодавства, за рахунок виявлення антиконкурентних ризиків, їх попередження або своєчасного усунення без порушення антимонопольної справи, закріплення відповідної поведінки та обов'язкове дотримання її на рівні затвердженої внутрішньої політики органу публічного управління.

3. Удосконалено класифікацію інструментів маркетингу територій як елементу конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні, а саме: брендинг територій (основною метою є підвищення привабливості територій); просування об'єктів культурного призначення (культурні об'єкти та заходи різного масштабу розглядаються не лише як фактори туристичної привабливості, а й як фактори, що впливають у тому числі на вибір місця проживання); інфраструктурний маркетинг (розвиток телекомунікаційних мереж, аеропортів, вулиць та шосе, залізниць); організація масштабних подій (комплекс масштабних, видовищних подій та акцій, ініціатором, організатором чи майданчиком проведення яких є регіон, здатний ефективно вирішувати широкий спектр маркетингових завдань).

ВИСНОВКИ

У дисертації наведено вирішення важливого науково-прикладного завдання, що полягає в теоретико-методологічному обґрунтуванні положень та розробленні науково-практичних рекомендацій щодо формування конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні. Отримані в процесі дослідження результати дають змогу сформулювати такі висновки:

1. Розроблено підходи до дослідження конкурентоспроможної політики на державному та регіональному рівнях через визначення економічних цілей та соціального ефекту від їх досягнення, систематизації функцій конкуренції в умовах глобалізації (алокативна ефективність, макроекономічна ефективність, санації, адаптаційна, інноваційна та стимулююча, контролю, інформаційна функція).

2. Удосконалено механізм формування та реалізації конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні на підставі узагальнення сукупності елементів, а саме: суб'єкт (органи публічного управління); мета (ефективний захист конкуренції та розвиток конкурентного середовища для забезпечення сталого економічного розвитку економіки регіонів); засоби (система антимонопольного законодавства (АМЗ), програмні документи, фінанси (пільги та преференції тощо), інформація про конкурентне середовище); форма (захисна – переважно пряме регулювання; активна - переважно непрямий вплив); методи (захисні, активні, непрямі); інструменти (правове та економічне регулювання); модель (жорстка, м'яка); об'єкт (конкурентне середовище, структура ринку, конкурентні відносини, суб'єкти ринку, діяльність органів публічного управління).

3. У результаті дослідження основних детермінантів, які повинні враховуватися при розробці та реалізації механізму конкурентоспроможної політики на регіональному рівні, виявлено та уточнено сутність елементів

соціально-економічної системи регіону: конкурентна перевага (можливість суб'єкта, що реалізується, забезпечити в процесі конкуренції короткострокове лідерство), конкурентний імунітет (здатність протягом тривалого часу протистояти потенційним ризикам від зовнішніх та внутрішніх потрясінь, оперативно відновлюватися після деструктивних подій завдяки наявності внутрішніх, часом затребуваних і не задіяних, ресурсів та активів).

4. Розроблено підходи до розвитку конкуренції у регіонах, диференційовані за трьома рівнями дослідження, а саме: теоретичні (визначення чинників, інструментів, джерел розвитку конкуренції у регіонах; низький рівень культури у сфері конкуренції); економічні (бар'єри входу на ринок; регіональні антиконкурентні практики); організаційно-управлінські (вплив органів публічного управління на конкуренцію; недоліки розвитку конкуренції у регіонах).

5. Уточнено зміст поняття регіональної конкурентоспроможної політики, під якою запропоновано розуміти цілеспрямовану, послідовну діяльність уповноважених органів публічного управління з розробки та реалізації комплексних заходів, спрямованих на підтримку та (або) створення сприятливих конкурентних умов на території регіонів України.

6. Удосконалено методичні підходи до оцінки виявлених порушень антимонопольного законодавства за чотирма видами, а саме: порушення, пов'язані зі зловживанням домінуючим становищем (збільшення даного показника побічно свідчить про використання ринкової влади та несумлінних практик поведінки – антиконкурентної діяльності суб'єктів господарювання); порушення, пов'язані з несумлінним суперництвом (конкуренцією) (будь-яке виявлене порушення у цій галузі свідчить, по-перше, про ефективність діяльності антимонопольного органу, по-друге характеризує «цивілізованість» конкурентних відносин); порушення, пов'язані з антиконкурентними угодами (картелями) суб'єктів господарювання (збільшення кількості рішень свідчить про реалізацію ефективної захисної конкурентної політики, щодо припинення антиконкурентних угод суб'єктів

господарювання); порушення, пов'язані з антиконкурентною діяльністю органів публічного управління (збільшення цього показника побічно свідчить про погіршення стану конкурентного середовища діями (бездіяльністю) органів публічного управління. При цьому збільшення кількості рішень також свідчить і про реалізацію антимонопольним органом ефективної захисної конкурентної політики).

7. Розроблено підходи до формування концепції конкурентоспроможної політики регіону з визначенням цілей та завдань учасників регіональної взаємодії в сфері захисту та розвитку конкуренції, а саме: органи державного управління (забезпечення єдиного економічного простору, реалізація антимонопольної політики, сприяння стимулюванню конкуренції); регіональні органи управління (реалізація заходів щодо стимулювання конкуренції); органи місцевого самоврядування (реалізація та сприяння стимулюванню конкуренції); галузеві міністерства та відомства (зниження адміністративного навантаження на бізнес, демонополізація економіки, обмеження участі в економіці); іноземні інвестори (отримання максимального прибутку); суб'єкти господарювання (виробники) (підвищення конкурентоспроможності, максимізація прибутку); населення (споживач) (забезпечення стабільного попиту, зниження цін на ринку, підвищення якості продукції).

8. Розвинуто підходи до розроблення та впровадження антимонопольного стандарту органу публічного управління, під яким розуміються закріплені правила поведінки посадових осіб органу публічного управління, що відповідають вимогам антимонопольного законодавства, за рахунок виявлення антиконкурентних ризиків, їх попередження або своєчасного усунення без порушення антимонопольної справи, закріплення відповідної поведінки та обов'язкове дотримання її на рівні затвердженої внутрішньої політики органу публічного управління.

9. Удосконалено класифікацію інструментів маркетингу територій як елементу конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні,

а саме: брендинг територій (основною метою є підвищення привабливості територій); просування об'єктів культурного призначення (культурні об'єкти та заходи різного масштабу розглядаються не лише як фактори туристичної привабливості, а й як фактори, що впливають у тому числі на вибір місця проживання); інфраструктурний маркетинг (розвиток телекомунікаційних мереж, аеропортів, вулиць та шосе, залізниць); організація масштабних подій (комплекс масштабних, видовищних подій та акцій, ініціатором, організатором чи майданчиком проведення яких є регіон, здатний ефективно вирішувати широкий спектр маркетингових завдань).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз сталого розвитку: глобальний і регіональний контексти: монографія. Міжнародна рада з науки (ICSU) та ін.; наук. кер. проекту М.З. Згуровський. К.: НТУУ «КПІ». 2012. 312 с.
2. Андрусів В. В. Інституційний інтерес: виникнення та стратегічне значення. Стратегічні пріоритети. 2006. № 1. URL: http://www.niss.gov.ua/Strateg_pr/1/1-3.pdf.
3. Антонюк Л. Л. Міжнародна конкурентоспроможність країни: теорія та механізм реалізації: монографія. К.: КНЕУ, 2004. 273 с.
4. Антонюк Л.Л. Порівняльний аналіз методик оцінки міжнародної конкурентоспроможності національних економік. Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. Дніпропетровськ : ДНУ, 2003. С. 437–449.
5. Арутюнов В.Х., Свінціцький В.М. Філософія глобальних проблем сучасності : навч.-метод. посіб. К. : КНЕУ, 2003. 90 с.
6. Архипенко І. Зарубіжний досвід формування й реалізації регіональної економічної політики. Public Administration. 2019. №. 2. С.32-41.
7. Бабець І.Г. Оцінка рівня зовнішньоекономічної безпеки регіонів України. Економіка та держава. 2011. № 4. С. 24–26.
8. Базилук Я.Б. Конкурентоспроможність національної економіки: сутність та умови забезпечення. К. : НІСД, 2002. 186 с.
9. Бакуменко В. Д. Формування державно-управлінських рішень: проблеми теорії, методології, практики. Київ : Вид-во УАДУ, 2000. С. 141–143.
10. Балабаєва З. В. Регіональна політика та сталий розвиток. Регіональне управління та реалізація державної політики сталого розвитку : матеріали наук.-практ. семінару (3 груд. 2015 р.) ; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України, Одес. регіон. ін-т держ. упр. Одеса : Друк. дім, 2015. С. 75–79.
11. Барановський О.І. Стійкість банківської системи. Фінанси

України. 2007. № 9 (142). С. 75–87.

12.Баштанник А. Концептуальні засади наукового аналізу становлення механізмів регулювання діяльності органів влади в Україні. Ефективність державного управління. 2015. Вип. 43 С. 281–286.

13.Белопольський М.Г., Кузьміна О.В. Обґрунтування стратегії збалансованого розвитку промислових підприємств. Вісник Дніпропетровського університету. 2016. № 6. С. 23–33.

14.Бережна І. В. Національні пріоритети та регіональні детермінанти соціально-економічного зростання регіону (на матеріалах АР Крим). Львів: Інститут регіональних досліджень, 2004. 650 с.

15.Беляєв Д.О. Структура класів активів золотовалютних резервів. Актуальні проблеми економіки. 2008. № 5 (83). С. 139–145.

16.Білорус О.Г., Мацейко Ю.М. Глобальна перспектива і сталий розвиток (Системні маркетингові дослідження) : монографія. К. : МАУП, 2005. 492 с.

17.Білорус О., Мацейко Ю. Конкурентоспроможність у сучасному глобальному світі. Економічний часопис ХХІ. 2002. №9. С.7-13.

18.Білорус О.Г., Лук'яненко Д.Г., Гончаренко М.О. та ін. Глобалізація і безпека розвитку / за ред. О.Г. Білоруса. К. : ІСЕМВ НАН України, КНЕУ, 2001. 734 с.

19.Бобровська О. Формування та відтворення потенціалу сталого розвитку територій регіону. Державне управління та місцеве самоврядування. 2017. № 1. С. 54-61.

20.Богиня Д. П. , Грішнова О. А. Основи економіки праці. Київ : Знання-Прес, 2003. 313 с.

21.Боринець С.Я. Міжнародні валютно-фінансові відносини : підручник. – 2-ге вид., перероб. та доп. К. : Знання, 1999. 305 с.

22.Варналій З. С. , Білик Р. Р. Інституційні засади та організаційні механізми політики регіонального розвитку: завдання реформ європейського зразка. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України : [зб. наук. пр.] / Ін-т регіональних досліджень НАН України ; редкол.: В.С. Кравців (відп.

ред.). Львів, 2014. Вип. 3(107). Регіональна політика в Україні: сучасний стан та шляхи активізації. С. 3-11.

23.Васильців Т. Г., Лупак Р. Л. Priorities and Tools of the State Regional Policy of Import Substitution in the Market of Ukraine's Consumer Goods. Стратегічні пріоритети. 2017. № 3 (44). С. 105–113.

24.Верхоглядова Н. І. , Олініченко І. В. Регіон як самокерована соціально-економічна система. Інноваційна економіка. 2013. № 5 (43). С. 113-117.

25.Возняк Г.В. Регіональний розвиток: сутність і методологічна основа. Регіональна економіка. 2015. № 3. С. 34-43.

26.Волинський Г.О. Про конкурентні переваги в умовах глобалізації. Економіка України. 2006. № 12. С. 37–41.

27.Гальчинський А., Геєць В., Кінах А., Семиноженко В. Інноваційна стратегія українських реформ. К.: Знання України, 2002. с.324.

28.Гаман М.В. Державне регулювання інноваційного розвитку України: [монографія]. К.: Вид-во НАДУ, 2005. 388 с.

29.Геєць В.М. , Семиноженко В. П. Інноваційні перспективи України : [монографія] . Харків : Константа, 2006. 272 с.

30.Давимука С. А., Куйбіда В. С., Федулова Л. І. Тенденції розвитку нової регіональної політики ЄС. Регіональна економіка. 2019. №. 1. С. 76-87.

31.Денисенко Д. Є. Сутність та види конкуренції у дослідженнях вітчизняних і зарубіжних вчених. Інвестиції: практика та досвід. № 3/2012. С. 58-60.

32.Державна регіональна політика України: особливості та стратегічні пріоритети: [монографія] / [З.С. Варналій, Е.М. Лібанова, Ю.В. Мокогон, А.І. Мокій]; за ред. З.С. Варналія. К.: НІСД, 2007. 768 с.

33.Державне управління регіональним розвитком України : монографія / за заг. ред. В. Є. Воротіна, Я. А. Жаліла. К. : Національний інститут стратегічних досліджень при Президентові України, 2010. 288 с.

34.Діденко Є., Цалко Т., Кирилко Н. Дослідження стану стратегічного потенціалу як визначальна вимога ефективного регіонального управління.

Державне управління: удосконалення та розвиток. 2021. № 4. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=2044>.

35.Долішній М. І. Регіональна політика на рубежі XX-XXI століть: нові пріоритети. К. : Наукова думка, 2006. 512 с.

36.Єрмошенко М., Горячева Л. Фінансова складова економічної безпеки: держава і підприємство : монографія. К. : Національна академія управління, 2010. 232 с.

37.Єрмошенко М.М. Фінансова безпека держави: національні інтереси, реальні загрози, стратегія забезпечення. К. : Вид-во Київ. нац. торговельно-економічного ун-ту, 2001. 310 с.

38.Загорський В. С. Державне управління в системі формування і реалізації регіональної політики в сучасних умовах. Регіональна економіка. 2016. № 3(81). С. 19–25.

39.Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11 січня 2001 року № 2210-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text>

40.Зварич І., Зварич Р. Аналіз ресурсо-сировинних дисбалансів світової економіки. Журнал європейської економіки. 2013. Т. 12 (№ 4). С. 433–457.

41.Злидник М.І. Теоретичні основи конкуренції та підходи до її трактування. інфраструктура ринку. Випуск 36. 2019. С. 43-49.

42.Зянько В.В. Глобалізація та інноваційний процес: їхній взаємовплив. Економіка України. 2006. № 2. С. 65–68.

43.Іванський А.Й. Тенденції правового регулювання оподаткування інвестицій в Україні. Європейські перспективи. 2011. № 1. С. 113–120.

44.Іващенко А.Г. Процесний підхід до управління як передумова підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства. Фінансовий простір. 2015. № 2 (18). С. 390–395.

45.Інноваційний розвиток економіки: модель, система, управління, державна політика: [монографія] / [за ред. Л.І. Федулової]. К.: Основа, 2005. 552 с.

46.Історія економічних учень: Н. О. Татаренко, А. М. Поручник та ін. К.:

КНЕУ, 1999. 564 с.

47.Керецман В. Регіональний розвиток як предмет державного регулювання. Вісник НАДУ: Регіональне управління та місцеве самоврядування. 2003. № 4. С. 397-401.

48.Кізі́н Г.В., Заярна Н.М. Напрями інноваційного розвитку в контексті забезпечення соціальної відповідальності бізнесу. Соціально-трудові відносини: теорія та практика : зб. наук. праць / голова редкол. А.М. Колот. 2016. № 1 (11). С. 322–330.

49.Кінщак А.В. Державна регіональна політика в Україні: термінологічна невизначеність. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2014. № 6. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=867>

50.Колосова В.П. Реформа розміру квот країн – членів Міжнародного валютного фонду. Фінанси України. 2010. № 4. С. 103–108.

51.Конкурентоспроможність економіки України: стан і перспективи підвищення / за ред. д-ра екон. наук І.В. Крючкової. К. : Основа, 2007. 488 с.

52.Краснопольська Т. М. Регіональна політика України: типи та інструменти. Актуальні проблеми політики. 2016. № 58. С.189-202.

53.Кредісов А.І. Управління зовнішньоекономічною діяльністю : навч. посібник. 2-ге вид., випр. і доопр. / за заг. ред. А.І. Кредісова. К. : ВІРА-Р, 2002. 552 с.

54.Кулінська А.В. Оптимальні умови формування складових валютної безпеки національної економіки. Наук. вісник Одеського нац. екон. ун-ту : зб. наук. праць. Одеса, 2016. № 3 (235). С. 86–96.

55.Куценко В. І. , Остафійчук Я. В. Трансформації соціальної сфери України: регіональний аспект: монографія / за ред. С. І. Дорогунцова. Київ : Оріяни, 2005. 400 с.

56.Лещенко Н. Оподаткування приросту ринкової вартості капіталу: запитання та відповіді [Електронний ресурс] Бюджетний і податковий огляд. 2002. Режим доступу : <http://budget.sco-id.com/?module=an&action=preview&id=49>

57.Лихолат С. М., Васильців Т. Г., Зайченко В. В. Інструменти державної політики розвитку сектора високотехнологічного підприємництва. Проблеми економіки та управління. Вип. 4, 2019. С. 9-103.

58.Людський розвиток в Україні: інноваційний вимір : колективна монографія / НАН України, Інститут демографії та соціальних досліджень, Програма розвитку ООН в Україні ; ред. Е. М. Лібанова. Київ : [Б. в.], 2008. 316 с.

59.Маєв А. Державна регіональна політика в Україні: передумови, цілі, законодавче забезпечення. Державне управління та місцеве самоврядування. 2015. №2 (25). С. 168–179.

60.Мазур Т., Король Є. Еволюція змісту термінів метрополізація, метрополія, метрополійний ареал, метрополійний простір у контексті урбанізаційних процесів ХХ – початку ХХІ століть [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/6969/1/07.pdf>.

61.Макконнелл К., Кемпбелл Р. Аналітична економія: принципи, проблеми і політика [Текст] : пер.з англ. / К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю. Львів : Просвіта, 1997 . Ч. 1 : Макроекономіка. 671 с.

62.Малашенко В. Економічна безпека підприємства як чинник ефективного корпоративного управління. Вісник Національної академії державного управління. 2011. № 3. С. 283–291.

63.Маркетингова стратегія міста Івано-Франківська 2019 URL: <http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2019/11/IF-Marketing-Strategy.pdf>

64.Медведовська Т.П. Регіональний розвиток України в умовах глобалізації та євроінтеграції. Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка. Випуск 4 / 2016. С. 232-235.

65.Мельник А., Адамик В. Регіональна політика ЄС та України в умовах поглиблення суперечностей глобалізації. Журнал європейської економіки. 2013. Т. 12. № 1. С. 57-78.

66.Мельник Л. Г. Основи стійкого розвитку: посібник для післядипломної освіти. Суми : ВТД «Університетська книга», 2006.С. 153–157.

67.Метрополійні функції великих міст України: потенціал розвитку та перспективи реалізації : монографія / наук. ред. М.І. Мельник ; НАН України ; Державна установа «Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долишнього НАН України». Львів, 2016. 552 с.

68.Міжнародне безпекове середовище: виклики і загрози національній безпеці України / Б.О. Парахонський, Г.М. Яворська, О.О. Резнікова ; за ред. К.А. Кононенка. К. : НІСД, 2013. 56 с.

69.Мокий А.І., Дацко Л.І. Територіальна громада в системі економічної безпеки держави. Стратегічні пріоритети. 2015. № 1 (34). С. 83–89.

70.Мунтіян В. Економічна безпека України : монографія. К. : КВІЦ, 1999. 464 с.

71.Олійник Д.А. Понятійний апарат та чинники формування конкурентоспроможної політики на державному та регіональному рівнях. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського: Серія Публічне управління та адміністрування. Том 34 (Том 73). № 3. 2023. С. 65-72.

72.Олійник Д.А. Поняття механізму конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні. Державне будівництво : зб. наук. праць ; електронний ресурс. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна. 2023. № 2 (34). С. 162-170.

73.Олійник Д.А. Конкурентоспроможна державна політика як чинник розвитку соціально-економічної системи регіону. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Публічне управління та адміністрування. 2024. Том 35 (74) № 1. С. 137-141.

74.Олійник Д.А. Концептуальні положення розробки та реалізації політики у сфері розвитку конкуренції на регіональному рівні в умовах глобалізації. Тренди розвитку менеджменту, фінансів та бізнес-технологій в умовах формування сучасної економіки та суспільства: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (30 листопада 2022 року). Київ : Міжнародний європейський університет. 2022. С. 108-109.

75.Олійник Д.А. Ключові основи розробки та реалізації конкурентоспроможної регіональної політики. Управління та адміністрування

в умовах протидії гібридним загрозам національній безпеці: Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 22 листопада 2022 року). К.: ДУІТ, ХНУРЕ. 2022. С. 301-303.

76.Олійник Д.А. Стратегічні цілі та індикатори конкурентної політики на регіональному рівні. Теоретичні аспекти та практичні проблеми управління, економіки та природокористування в Україні. Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 25-26 листопада 2022 р.) / упоряд. Сафронова О.М. Київ: УкрСІЧ, 2022. С. 60-62.

77.Олійник Д.А. Сучасний стан розвитку конкуренції на регіональному рівні. Теоретичні аспекти та практичні проблеми управління, економіки та природокористування в Україні. Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 2-3 листопада 2023) / упоряд. Клименко О.М. Київ: УкрСІЧ, 2023. С. 36-38.

78.Пакулін С. Л. , Пакуліна А. А., Корсунський Г. Ю. Підвищення сталості соціально-економічного розвитку і забезпечення економічної безпеки регіонів. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2015. Вип. 52. С. 215-219.

79.Пилипчук В.М. Ключові проблеми економічного розвитку України. Економічний часопис. XXI. 2010. № 3–4. С. 34–39.

80.Піддубна Л.І. Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання та управління: монографія. Харків: ІНЖЕК, 2007. 367 с.

81.Підхомний О.М., Вишневський В.А., Хар В.С. Вплив міжнародних потоків капіталу на фінансову політику країн з неусталеною економікою. Вісник Хмельницького нац. ун-ту. 2011. № 2 (1). С. 153–157.

82.Пістун М.Д., Мельничук А.Л. Сучасні проблеми регіонального розвитку України. К.: Видавничополіграфічний центр «Київський університет», 2013. 290 с.

83.Плескач В.Л., Кулик А.В. Методологічні положення державного регулювання фінансово-економічного розвитку. Фінанси України.

2009. № 10 (167). С. 27–35.

84. Політична система для України: історичний досвід і виклики сучасності / О. Г. Аркуша [та ін.] ; гол. ред. В. М. Литвин. Київ : Ніка-Центр, 2008. – 988 с.

85. Портер М. Конкурентна перевага. Як досягати стабільно високих результатів. Київ: Наш формат, 2019. 621 с.

86. Портер М.Е. Стратегія конкуренції; [пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський]. К.: Основи, 1997. 390 с.

87. Прибиткова І. Презентація міста у функціонально-діяльній парадигмі. Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2013. № 2. С. 4–10.

88. Пронкіна Л. І., Гавриш О. М. Сучасні проблеми конкурентоспроможності держави. Агросвіт. 2019. № 7. С. 32–36.

89. Рагімов Ф. Адміністративно-правові особливості функціонування механізму державного управління сталим розвитком регіонів. Науковий вісник публічного та приватного права. 2017. Вип. 6. Т. 2. С. 243–247.

90. Радзієвський І.А. Трансформація системних характеристик державного управління в умовах глобалізації : дис. ... канд. наук з держ. упр.: 25.00.01 / Національна академія держ. управління при Президентові України. Київ, 2007. 224 с.

91. Регіональна політика та механізми її реалізації: [монографія] / [за ред. М.І. Долішнього] К.: Наукова думка, Ін-т регіон, дослідж. НАН України, 2006. 512 с.

92. Рікардо Д. Митна енциклопедія: у 2 т. / І. Г. Бережнюк (відп. ред.) та ін. Хм.: ПП Мельник А. А., 2013. Т. 2. 536 с.

93. Роженко О.В. Обґрунтування системи показників оцінки рівня економічної безпеки торговельних підприємств [Електронний ресурс] Ефективна економіка. 2015. № 6. Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?n=6&y=2015>.

94. Романенко В. Конкурентоспроможність національної економіки: системний підхід. Вісник КНТЕУ. 2012. № 2 С. 21-28.

95. Романюк С. А. Розвиток регіонів у відкритій економіці: теорія, політика,

практика : монографія; Національна академія державного управління при Президентові України. К., 2013. 408 с.

96.Романюк С.А. Політика регіонального розвитку в Україні: сучасний стан і нові можливості: Регіональні дослідження: [монографія]. К.: УАДУ, 2001. 112 с.

97.Сардак С.Е. Управлінсько-регуляторні аспекти розвитку людських ресурсів в умовах глобалізації : монографія. Д. : Вид-во ДНУ, 2012. 460 с.

98.Сардак С.Е., Сухотеплий В.Т. Періодизація та прогноз глобальної динаміки розвитку людських ресурсів. Економічний часопис. XXI. 2013. № 3–4. С. 3–6.

99.Світова економіка : підруч. / А.С. Філіпенко, О.І. Рогач, О.І. Шнирков та ін. 2-ге вид., стереотип. К. : Либідь, 2001. 582 с.

100. Система економічної безпеки держави / під заг. ред. Сухорукова А.І. / Нац. ін-т проблем міжнар. безпеки при РНБО України. К. : Стилос, 2009. 685 с.

101. Система економічної безпеки: держава, регіон, підприємство : монографія : В 3 т. Т. 1 / О.М. Ляшенко, Ю.С. Погорелов, В.Л. Безбожний та ін. ; за ред. Г.В. Козаченко. Луганськ : Елтон-2, 2010. 282 с.

102. Сколотяний Ю. Валютна істерія: відповідальний. Дзеркало тижня. Україна. 2008. № 46 (725). С. 7–11.

103. Сколотяний Ю. Оптимізаційний клондайк [Електронний ресурс] Дзеркало тижня. Україна. 2012. № 36. Режим доступу : http://gazeta.dt.ua/ECONOMICS/optimizatsiyniy_klondayk.html

104. Сколотяний Ю., Дубинський О. Антикризові стратегії для країни: державні фінанси, заощадження, інвестиції . Дзеркало тижня. Україна. 2010. № 9 (789). С. 3–5.

105. Сливоцький А. Міграція капіталу: як у замислах на кілька кроків випередити своїх конкурентів: Пер. з англ. К.: Пульсари, 2001. С. 7-19.

106. Сміт А. Багатство народів. Дослідження про природу та причини добробуту націй / пер. Олександра Васильєва. К.: Наш Формат, 2018. 722 с.

107. Собкевич О.В., Шевченко А.В. Перспективи інноваційного, науково-технічного і виробничого співробітництва України з ЄС в умовах дотримання національних економічних інтересів. Наук. записки Ін-ту законодавства Верховної Ради України. 2015. № 3. С. 100–108.
108. Соціальна інфраструктура та комунікаційне забезпечення регіону : навч. посіб. / [М. К. Орлатий, О. С. Ігнатенко, О. І. Драпіковський та ін.] / за ред. М. К. Орлатого, О. С. Ігнатенка. Київ : Вид-во НАДУ, 2006. 208 с.
109. Степанюк Є. Фінансові дисбаланси на світових ринках і антикризова політика банків країн. Банківська справа. 2008. № 6. С. 66–80.
110. Стратегії економічного розвитку в умовах глобалізації : монографія / за ред. Д.Г. Лук'яненка. К. : КНЕУ, 2001. 538 с.
111. Стукало Н.В. Глобалізація та розвиток фінансової системи України. Фінанси України. 2005. № 5. С. 29–35.
112. Сухоруков А. Антикризова політика розвинутих країн. Економіка України. 2004. № 8. С. 16–27.
113. Сухоруков А.І., Харазішвілі Ю.М. Моделювання та прогнозування соціально-економічного розвитку регіонів України : монографія. К. : НІСД, 2012. 368 с.
114. Сухоруков А.І., Пиріжкова С.Т. Сучасні проблеми фінансової безпеки : монографія. К. : НІПМБ, 2005. 140 с.
115. Терехов В.І., Петрук М.Є. Спільні підприємства. Створення та розвиток : навч. посіб. К. : Прецедент, 2004. 232 с.
116. Територіальний розвиток та регіональна політика в Україні : наукова доповідь / ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України» ; наук. ред.: В. С. Кравців ; наук. координатор: С. Л. Шульц. Львів, 2015. 204 с.
117. Тищук Т.А. Шляхи протидії прихованому впливу капіталу з України [Електронний ресурс] : аналіт. доп. К. : НІСД, 2012. Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/901/>
118. Тіньова економіка: сутність, особливості та шляхи легалізації / за

ред. З.С. Варналія. К. : НІСД, 2006. 550 с.

119. Тішкова Н. Л. Поняття та сутність державного управління охороною навколишнього середовища. *Evropský politický a právní diskurz* (Чехія). 2016. № 2. С. 139–145.

120. Трансформаційна економіка : навч. посіб. / В.С. Савчук, Ю.К. Зайцев, І.Й. Малий та ін. ; за ред. В.С. Савчука. К. : КНЕУ, 2006. 612 с.

121. Україна у вимірі економіки знань / [Геєць В.М., Александрова В.П., Бажал Ю.М.]; за ред. В.М. Гейця. К.: Основа, Ін-т економіки та прогнозування НАН України, 2006. 588 с.

122. Фарат О.В., Красілич І.О. Ознаки конкурентоспроможності продукції промислових підприємств. Актуальні проблеми економіки. 2015. № 1 (163). С. 194–201.

123. Федулова Л.І. Економіка знань : підрч. для студ. вищ. навч. закл. / НАН України ; Ін-т екон. та прогнозув. НАН України. К., 2009. 600 с.

124. Фролова Л.В., Микитенко О.О., Ермак С.О., Івкова Л.В. Економічна діагностика діяльності підприємств: методичний та практичний інструментарій : навч. посіб. Донецьк : ДонНУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2007. 416 с.

125. Фролова Л.В., Роженко О.В. Концептуальні положення забезпечення економічної безпеки підприємства. Культура народів Причорномор'я. Економічні науки. 2013. № 257. С. 201–204.

126. Фролова Л.В., Роженко О.В. Методичні підходи до оцінювання економічної безпеки підприємства. Актуальні проблеми економіки. 2016. № 3 (177). С. 199–210.

127. Халина В.Ю. Методичний підхід щодо оцінки рівня економічної безпеки підприємства. Економічна безпека і підприємництво. 2014. № 1 (53). С. 173–181.

128. Хвесик М.А. Еколого-економічне регулювання природокористування в системі глобальних стратегій розвитку. Регіональна економіка, 2008. № 1 (47). С. 64–76.

129. Цирфа Г.О. Конкурентне право: навч. посіб. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. 68 с.
130. Чужиков В. І. Глобальна регіоналістика: історія та сучасна методологія. К. : Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, 2008. 272 с.
131. Чужиков В.І. Внутрішньорегіональна диверсифікація зовнішньої торгівлі України. Міжнародна економічна політика. 2004. №1, с. 53-71.
132. Шевченко О. В. Механізми стимулювання міжрегіонального співробітництва в Україні: аналітична записка [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1056/>.
133. Шедяков В. Стратегічна конкуренція макрорегіонів і стимулювання бажаних трансформацій [Електронний ресурс] Віче. 2012. 22 листопада. Режим доступу: <http://www.viche.info/journal/3390/>.
134. Школа І.М., Бабінська О.В. Економіка України в умовах глобалізації : монографія. К. : Вид-во «Книги – XXI», 2010. 528 с.
135. Шнипко О. Постіндустріальна глобалізація: сутність, чинники, тенденції та суперечності розвитку. Економіст. 2005. № 4. С. 76–79.
136. Шумпетер Й. Універсальний словник-енциклопедія. 4-те вид. К. : Тека, 2006. 455 с.
137. Якименко-Терещенко Н.В. Інновації як основа забезпечення конкурентоспроможності: теорія і практика діяльності підприємств: монографія. Дніпро: Пороги, 2017. 472 с.
138. Alford J. A public management road less travelled: Clients as co-producers of public services. Australian journal of public administration. 1998. Vol. 57, no. 4. P. 128-137.
139. Alford J. Why do public-sector clients coproduce? Toward a contingency theory. Administration & Society. 2002. Vol. 34, no. 1. P. 32-56.
140. Barca F., McCann P., Rodríguez-Pose A. The Case for Regional Development Interventions: Place-Based Versus Place-Neutral Approaches. Journal of Regional Science. 2012. Vol. 52(1). Pp. 134-152.

141. Benchmarking enterprise policy. European Commission. 2003. C.7-10.
142. Borrás S. Cluster policies in Europe. Firms, institutions, and governance / Susana Borrás, Dimitrios Tsagdis. Cheltenham : Edward Elgar, 2008. 288 p.
143. Borts G.H., Stein J.I. Economic Growth in a Free Market. New York, London, 1964.
144. Boyle D., Harris M. The challenge of co-production: discussion paper. 2009. URL: https://media.nesta.org.uk/documents/the_challenge_of_co-production.pdf
145. Braun E., Kavaratzis M., Zenker S. My city - my brand: the different roles of residents in place branding. Journal of Place Management and Development. 2013. Vol. 6, no. 1. P. 18-28.
146. Chathotha P., Altinayb L., Harringtonc R. et al. Co-production versus co-creation: a process based continuum in the hotel service context. International journal of hospitality management. 2013. Vol. 32. P. 11-20.
147. Chen J. S., Gursoy D. An investigation of tourists' destination loyalty and preferences. International journal of contemporary hospitality management. 2001. Vol. 13, no. 2. P. 79-85.
148. Dinnie K. City Branding: Theory and Cases. - London: Palgrave Macmillan, 2011. 269 p.
149. Etgar M. A descriptive model of the consumer co-production process. Journal of the Academy of marketing science. 2008. Vol. 36, no. 1. P. 97-108.
150. Europe 2020. A strategy for smart, sustainable and inclusive growth [Electronic resource] / Communication from the Commission. Brussels : European Commission, 2010. 34 p. Mode of access: <http://ec.europa.eu/eu2020/pdf/COMPLET%20EN%20BARROSO%20%20%20007%20%20Europe%202020%20-%20EN%20version.pdf>.
151. Gellhorn E., Kovacic W., Calkins S. Antitrust Law and Economics. St. Paul, 2005. P. 44.
152. Getz D., Page S. J. Progress and prospects for event tourism research.

Tourism Management. 2016. Vol. 52. P. 593-631.

153. Grove S. J., Fisk R. P., John J. Services as theater: guidelines and implications. Handbook of services marketing and management / ed. by T. Swartz, D. Iacobucci. New York: Sage, 2000. P. 21-35.

154. Hankinson G. Location branding: A study of the branding practices of 12 English cities. Journal of Brand Management. 2001. Vol. 9, no. 2. P. 127-142.

155. Haumann T., Güntürkün P., Schons L. M., Wieseke J. Engaging customers in coproduction processes: How value-enhancing and intensity-reducing communication strategies mitigate the negative effects of coproduction intensity. Journal of marketing. 2015. Vol. 79, no. 6. P. 17-33.

156. Hollebeek L. Exploring customer brand engagement: definition and themes. Journal of strategic marketing. 2011. Vol. 19, no. 7. P. 555-573.

157. Innovation Clusters in Europe: A Statistical Analysis and Overview of Current Policy Support [Electronic resource] / DG Enterprise and Industry Report. Brussels : European Commission, 2013. 63 p. Mode of access: http://www.central2013.eu/fileadmin/user_upload/Downloads/Tools_Resources/Cluster.pdf.

158. Islankina E. Internationalization of Regional Clusters: Theoretical and Empirical Issues [Electronic resource] Working Papers, the National Research University Higher School of Economics. Series: Science, Technology and Innovation, 2015. 32 p. Mode of access: <http://www.hse.ru/pubs/lib/data/access/ram/ticket/4/1438889352a222cd17f16f743b9ff216c8fd40bde1/41STI2015.pdf>.

159. Joshi A., Moore M. Institutionalised co-production: unorthodox public service delivery in challenging environments. Journal of development studies. 2004. Vol. 40, no. 4. P. 31-49.

160. Kapferer J. N. Kapferer's Brand-Identity Prism Model. European Institute for Brand Management. 2009. Vol. 24. - P. 2014.

161. Kapferer J. N., Laurent G. Consumer involvement profiles: a new and practical approach to consumer involvement. Journal of Advertising Research. 1985.

Vol. 25, no. 6. P. 41-53.

162. Keller K. L., Parameswaran M. G., Jacob I. Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity. New Delhi: Pearson Education India, 2011. 608 p.

163. Kelly G., Mulgan G., Muers S. Creating public value: an analytical framework for public service reform. UK Government Web Archive. 2002. 35 p.

164. Kim S. S., Scott D., Crompton J. L. An exploration of the relationships among social psychological involvement, behavioral involvement, commitment, and future intentions in the context of bird-watching. *Journal of Leisure Research*. 1997. Vol. 29, no. 3. P. 320-341.

165. Kotler P., Gertner D. Country as brand, product, and beyond: A place marketing and brand management perspective. *Journal of Brand Management*. 2002. Vol. 9, no. 4. P. 249-261.

166. Lengnick-Hall C. A., Claycomb V., Inks L. From recipient to contributor: examining customer roles and experienced outcomes. *European journal of marketing*. 2000. Vol. 34, no. 3/4. P. 359-383.

167. Lusch R. F., Vargo S. L. Service-dominant logic: reactions, reflections and refinements. *Marketing Theory*. 2006. Vol. 6, no. 3. P. 281-288.

168. Marketing Places Europe / P. Kotler, C. Asplund, I. Rein, D. Haider. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1999. 302 p.

169. Ostrom E. Governing the commons: the evolution of institutions for collective action (political economy of institutions and decisions). Cambridge: Cambridge University Press, 1990. 298 p.

170. Ostrom E., Burger J., Field C. B. Revisiting the commons: local lessons, global challenges. *Science*. 1999. Vol. 284, no. 5412. P. 278-282.

171. Parks R. B., Baker P., Kiser L. et al. Consumers as coproducers of public services: Some economic and institutional considerations. *Policy studies journal*. 1981. Vol. 9, no. 7. P. 1001-1011.

172. Pater M. Co-creation's 5 guiding principles or.... What is successful co-creation made of? 2009. URL: <https://www.futurelab.net/blog/2009/05/co-creation-made-of/>

creations-5-guiding-principles-or-what-successful-co-creation-made

173. Petersen K. Clusters and clustering policy: a guide for regional and local policy makers [Electronic resource] Brussels, 2010. 188 p. Mode of access: <http://cor.europa.eu/en/Archived/Documents/59e772fa-4526-45c1-b679-1da3bae37f72.pdf>.
174. Pike A. , Rodriquez–Pose A., Tomaney J. What Kind of Local and Regional Development and for Whom? *Regional Studies*. 2007. Vol. 41.9. Pp. 1253-1269.
175. Porter M. Cluster and the New Economics of Competitions. *Harvard Business Review*. 1998. 16 p.
176. Porter M. *On Competition*. Harvard Business Press. 2008. 544 p.
177. Powell W. The spatial clustering of science and capital: Accounting for biotech firm – VC. *Regional studies association*. 2002. №36. p.293-297.
178. Prahalad C. K., Ramaswamy V. Co-opting customer competence. *Harvard Business Review*. 2000. Vol. 78, no. 1. P. 79-90.
179. Pugalis L., Gray N. New Regional Development Paradigm: An Exposition of Place-Based Modalities. *Australasian Journal of Regional Studies*. 2016. Vol. 22 (1). Pp. 181-203.
180. Regional Cluster Strategies [Electronic resource]. Mode of access: <http://www.workforcestrategy.com/clusterstrategies.pdf>.
181. Roberts M. , Deichmann U., Fingleton B., Shi T. On the Road to Prosperity? The Economic Geography of China’s National Expressway Network. *Word Bank Policy Research Series*. 2010. P. 34-43.
182. Schnitzer M., Scheiber S., Kornexl E., Thoni E. Politicians’ perspective on the community- related impacts of major sports events - A case study for Innsbruck-Tyrol. *Sport in Society*. 2017. Vol. 20, no. 7. P. 880-904.
183. Sharp E. B. Toward a new understanding of urban services and citizen participation: The coproduction concept. *Midwest Review of Public Administration*. 1980. Vol. 14, no. 2. P. 105-118.
184. Silpakit P., Fisk R. P. Participatizing the service encounter: a theoretical

framework. Services marketing in a changing environment. Chicago: American Marketing Association, 1985. P. 117-121.

185. Smyrnova K. Mechanisms of legal regulation of perfect competition as an instrument of welfare protection in the EU. Uniwersalny i regionalny wymiar ochrony praw człowieka. Nowe wyzwania nowe rozwiązania. Tom1. Warszaw, Kancelaria Sejmu, 2014. P. 625–630.

186. Song H., Dwyer L., Li G., Cao Z. Tourism economics research: A review and assessment. *Annals of Tourism Research*. 2012. Vol. 39, no. 3. P. 1653-1682.

187. Teresa Ana Regional Clusters [Electronic resource]. Mode of access: http://www.iicm.pt/FS3_2012/FANEL_2_S3AnaTeresaTavares_Lehmann_2012_05_19_Regional_Clusters.pptx&ei=nK_DVfupGsP5ygOw2Y4Cg&usg=AFQjCNFmwWreQV4YxsOGiHw0bBdFc_WMqA&bvm=bv.99556055,d.bGQ.

188. The UNIDO Approach to Cluster Development. Key Principles and Project Experiences for Inclusive Growth [Electronic resource] / Technical Paper. Vienna : UNIDO, 2013. 28 p. Mode of access: <http://www.unido.org>.

189. Walzer M. Socializing the welfare state. *Democracy and the Welfare State* / ed. A. Gutmann. Princeton: Princeton University Press, 1988. P. 13-27.

190. Whitaker G. P. Coproduction: citizen participation in service delivery. *Public administration review*. 1980. Vol. 40, no. 3. P. 240-246.

191. Yuill D. , Ferry M., Vironen H., Master I. M., Mirwalat K. New Policy Developments, New Policy Approaches: Recent Regional Policy Developments in the EU and Norway. EPRC. University of Strgthclyde, 2008. EoRPA paper №08/1. Retrieved from http://www.eprc.strath.ac.uk/eorpa/Documents/EoRPa_08_Papers/EoRPA_08-1.pdf 6. Regional Policies in OECD Countries. Paris: OECD Publishing, 2010. 384 p.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації:

Статті у фахових виданнях:

8. Олійник Д.А. Понятійний апарат та чинники формування конкурентоспроможної політики на державному та регіональному рівнях. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського: Серія Публічне управління та адміністрування. Том 34 (Том 73). № 3. 2023. С. 65-72.

9. Олійник Д.А. Поняття механізму конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні. Державне будівництво : зб. наук. праць ; електронний ресурс. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна. 2023. № 2 (34). С. 162-170.

10. Олійник Д.А. Конкурентоспроможна державна політика як чинник розвитку соціально-економічної системи регіону. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Публічне управління та адміністрування. 2024. Том 35 (74) № 1. С. 137-141.

Тези конференцій

11. Олійник Д.А. Концептуальні положення розробки та реалізації політики у сфері розвитку конкуренції на регіональному рівні в умовах глобалізації. Тренди розвитку менеджменту, фінансів та бізнес-технологій в умовах формування сучасної економіки та суспільства: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (30 листопада 2022 року). Київ : Міжнародний європейський університет. 2022. С. 108-109.

12. Олійник Д.А. Ключові основи розробки та реалізації конкурентоспроможної регіональної політики. Управління та адміністрування в умовах протидії гібридним загрозам національній безпеці: Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 22 листопада 2022 року). К.: ДУІТ, ХНУРЕ. 2022. С. 301-303.

13.Олійник Д.А. Стратегічні цілі та індикатори конкурентної політики на регіональному рівні. Теоретичні аспекти та практичні проблеми управління, економіки та природокористування в Україні. Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 25-26 листопада 2022 р.) / упоряд. Сафронова О.М. Київ: УкрСІЧ, 2022. С. 60-62.

14.Олійник Д.А. Сучасний стан розвитку конкуренції на регіональному рівні. Теоретичні аспекти та практичні проблеми управління, економіки та природокористування в Україні. Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 2-3 листопада 2023) / упоряд. Клименко О.М. Київ: УкрСІЧ, 2023. С. 36-38.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор Національного наукового
 центру «Інститут судових експертиз
 ім. Засл. проф. М. С. Бокаріуса»
 Міністерства юстиції України



Анастасія КУПРІЯНОВА

20 січня 2026 року

ДОВІДКА

про впровадження у практичну діяльність результатів наукового дослідження Олійника Данила Андрійовича за темою «Формування конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні»

Комісія в складі:

1. Спіціної Ганни Олександрівни, першого заступника директора Національного наукового центру «Інститут судових експертиз ім. Засл. проф. М. С. Бокаріуса», доктора юридичних наук, професора;
2. Хоші Вадима Віталійовича, завідувача відділу підвищення кваліфікації судових експертів Національного наукового центру «Інститут судових експертиз ім. Засл. проф. М. С. Бокаріуса», кандидата юридичних наук, старшого дослідника;
3. Михальського Олега Олександровича, завідувача лабораторії Національного наукового центру «Інститут судових експертиз ім. Засл. проф. М. С. Бокаріуса», кандидата юридичних наук, старшого дослідника

– цим актом засвідчує, що результати дисертаційного дослідження Олійника Данила Андрійовича за темою «Формування конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні» були використані в практичній діяльності наукових співробітників, судових експертів, що займаються економічними дослідженнями.

Диференційовані підходи (теоретичні, економічні, організаційно-управлінські) використано для ідентифікації та усунення регіональних антиконкурентних практик, зниження бар'єрів входу на ринок та підвищення культури у сфері конкуренції серед суб'єктів господарювання.

Запропонована класифікація функцій (алокативна ефективність, макроекономічна ефективність, інноваційна та стимулююча функції) була врахована при формуванні економічного законодавства для відповідних видів досліджень. Елементи удосконаленого механізму формування та реалізації конкурентоспроможної державної політики (суб'єкт, мета, засоби, форма,

методи, інструменти) використано для аналізу ефективності діючої системи антимонопольного законодавства.

Результати дослідження рекомендовані для подальшого використання при проведенні економічних досліджень та вдосконаленні правової бази.

Голова

Ганна СПИЦИНА

Члени комісії

Вадим ХОША

Олег МИХАЛЬСЬКИЙ



**МІНІСТЕРСТВО ЮСТИЦІЇ УКРАЇНИ
ХМЕЛЬНИЦЬКЕ МІЖРЕГІОНАЛЬНЕ УПРАВЛІННЯ
МІНІСТЕРСТВА ЮСТИЦІЇ УКРАЇНИ
УПРАВЛІННЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИМУСОВОГО
ВИКОНАННЯ РІШЕНЬ У ЖИТОМИРСЬКІЙ ОБЛАСТІ**

майдан Соборний, 1, м. Житомир, 10014, тел.: (0412) 47-39-79
E-mail: info@justice-km.gov.ua, web: <https://justice-km.gov.ua/>, код згідно з ЄДРПОУ 45798761

**ДОВІДКА
про впровадження результатів наукового дослідження**

Видана Олійнику Дмитру Анатолійовичу про те, що результати його дисертаційного дослідження на тему: «Формування конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні», поданої на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 281 «Публічне управління та адміністрування», прийняті до впровадження та практичного використання у діяльності Управління забезпечення примусового виконання рішень у Житомирській області Хмельницького міжрегіонального управління Міністерства юстиції України.

Зокрема, в практичну діяльність Управління впроваджено:

- наукові підходи до розроблення та впровадження антимонопольного стандарту органу публічного управління використовується при розробці внутрішніх регламентів та правил поведінки посадових осіб з метою попередження антиконкурентних ризиків під час здійснення процедур примусового виконання рішень, що мінімізує ймовірність порушень антимонопольного законодавства;

- удосконалений механізм оцінки порушень антимонопольного законодавства використовується фахівцями Управління для аналізу дій суб'єктів господарювання (боржників та стягувачів) у процесі реалізації майна та проведення аукціонів, що дозволяє виявляти ознаки антиконкурентних узгоджених дій (картелей) та оперативно реагувати на них у межах компетенції;

- елементи класифікації інструментів маркетингу територій (інфраструктурний маркетинг) використовуються при підготовці пропозицій щодо покращення інвестиційної привабливості регіону через забезпечення ефективного правового поля та захисту прав власності, що є невід'ємною частиною конкурентоспроможної політики регіону.

Впровадження зазначених наукових результатів сприяє підвищенню ефективності публічного управління у сфері юстиції на регіональному рівні,

забезпечує прозорість виконання державних функцій та сприяє створенню сприятливого конкурентного середовища в Житомирській області.

Результати дослідження мають високий ступінь наукової новизни та практичну значущість для системи органів Міністерства юстиції України.

Начальник Управління, д.держ.упр.

Максим КОВАЛЬСЬКИЙ

09.01.2026





МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. І. ВЕРНАДСЬКОГО
V. I. VERNADSKY TAURIDA NATIONAL UNIVERSITY
вул. Джона Маккейна (І. Кудрі), 33, м. Київ, 01042,
тел. (044) 529 05-16, <http://tnu.edu.ua>,
e-mail: crimea.tnu@gmail.com код ЄДРПОУ 02070967

дд. 12. 2025 № 17

на № _____ від _____

Довідка

про впровадження у навчальний процес результатів наукового дослідження Олійника Данила Андрійовича за темою «Формування конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні»

Ректорат Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського засвідчує, що розробки дисертаційного дослідження Олійника Данила Андрійовича за темою «Формування конкурентоспроможної державної політики на регіональному рівні» знайшли практичне застосування в навчальному процесі при підготовці бакалаврів та магістрів з публічного управління та адміністрування.

Матеріали дисертації, що стосуються регіонального розвитку, конкурентоспроможності та політики, використані при підготовці програм навчальних курсів: «Регіональне управління та розвиток», «Стратегічне планування в публічному управлінні», «Формування та реалізація державної політики», «Економічна конкурентоспроможність регіонів».

Проректор з науково-педагогічної діяльності та інноваційного розвитку

Олександр БЕССАРАБ

Директор навчально-наукового Інституту управління, економіки та природокористування

Володимир ГОРНИК

