

надходжень до Державного бюджету. Ефективне використання цих стратегічних переваг участі у багатосторонній торговельній системі, подальша інтеграція економіки України в Європейський економічний простір мають стати одними із головних завдань зовнішньоекономічної політики нашої держави на найближчу перспективу.

Перспективи подальших досліджень. Перспективними напрямками подальших досліджень питань митно-тарифного регулювання є роль останнього у наповненні Державного бюджету України та подоланні бюджетного дефіциту.

Джерела та література

1. Митно-тарифне регулювання в Україні: історія, сучасний стан і перспективи / Митниця. – 2004. – № 1. – С. 18 – 19.
2. Закон України «Про Митний тариф України» № 2371 – III від 05.04.2001 р.
3. Ващенко В.В. Митно-тарифне регулювання зовнішньоекономічної діяльності / Фінанси України. – 2000. – № 3. – С. 40 – 46.
4. www.customs.gov.ua.

Подсмашная И.Н.

УДК 332.122.009.12

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ РЕГИОНА

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами. Конкуренцию следует рассматривать как процесс управления субъектом факторами конкурентного преимущества для достижения определённых целей в условиях рынка, в рамках законодательства. В свою очередь, конкурентоспособность страны зависит от конкурентоспособности её локальных территорий – регионов, а конкурентоспособность последних может быть реализована только посредством управления конкурентными преимуществами субъектов рыночной деятельности региона (предприятиями, объединениями предприятий). Если отдельное конкурентоспособное предприятие может просто выйти из рынка, то есть прекратить своё существование, то это не может произойти с регионом или страной. В ситуации, когда регион и/или страна оказываются неконкурентоспособными, происходит ухудшение благосостояния населения.

Анализ последних исследований и публикаций. Конкурентные отношения являются предметом многолетних исследований зарубежных и отечественных учёных-экономистов. В словаре русского языка С.И. Ожегова конкурентоспособность трактуется как «...способность выдерживать конкуренцию, противостоять конкуренции» [1, с.215]. Такая формулировка соответствует рыночным отношениям, используется в специальной литературе: «конкурентоспособность означает способность данного предмета (потенциальную или реальную) выдержать конкуренцию» [2, с. 7]; «характеризует степень реализации потенциальных возможностей предприятия приобретать и удерживать на протяжении достаточно длительного периода конкурентные преимущества» [3, с.23]. Вместе с тем остается много нерешенных проблем, которые связаны с конкурентоспособностью различных объектов, отсутствует единый подход, позволяющий обеспечивать их комплексное, поступательное решение, что свидетельствует об актуальности данного исследования.

Цели исследования. Цель статьи – определить основные направления и выявить наиболее эффективные подходы, позволяющие обеспечить формирование и наращивание конкурентных преимуществ региона, учитывающие особенности функционирования субъектов рыночной деятельности региона.

Изложение основного материала исследования с обоснованием полученных результатов. В рамках данного исследования нами рассматривается регион как рынок, который характеризуется наличием высоко локализованных социально-экономических процессов и отношений в сфере обращения (охватывающей отношения обмена и потребления), формируемых с учётом особенностей функционирования субъектов рыночной деятельности, которым имманентна конкурентоспособность. В свою очередь, к субъектам рыночной деятельности региона (СРДР) мы относим предприятия (организации, учреждения) различных организационно-правовых форм хозяйствования и видов экономической деятельности и объединения предприятий, функционирующие в рамках локальных территориальных образований одного региона – районов, городов, сёл, поселков. При этом мы разделяем точку зрения авторов коллективной монографии о том, что «конкурентоспроможність галузі, регіону або національної економіки може бути реалізована тільки через виробничо-господарську діяльність відповідних підприємств. Простежується й зворотній зв'язок: високий рівень конкурентоспроможності країни сприятливо впливає на конкурентоспроможність підприємства [4, с.17]».

Под рыночной конъюнктурой мы понимаем совокупность условий (факторов) и предпосылок, определяющих «экономический климат» хозяйственной жизни региона. При этом, согласно теории Кондратьева Н.Д. [5, с.22], для выявления истинных причин изменения конъюнктуры регионального рынка необходимым является выделение не только обратимых (циклических), но и необратимых (эволюционных) процессов, к которым, в частности, относятся рост населения, рост по горизонтали и вертикали

потребностей населения, истощение природных ресурсов, ухудшение экологического состояния окружающей природной среды, научно-технический прогресс, усиление интеграционных процессов, глобализация экономики.

Учитывая вышесказанное, при разработке основ концепции управления конкурентоспособностью региона, по нашему мнению, необходимо:

1. Рассматривать содержание управления как совокупность трёх элементов: информации, организации управления и непосредственно процесса управления (табл. 1).

Таблица 1. Характеристика элементов управления конкурентоспособностью региона

Элементы управления	Составляющие элементов управления	Характеристика элементов управления
Информация	описывающая информация	информация о наличии, состоянии и функционировании компонентов региона
	мотивирующая информация	информация, обуславливающая выбор целенаправленного воздействия на компоненты региона
	инструкции	информация, оказывающая целенаправленное воздействие на управляемый объект
Организация управления	содержание	компоненты региона
	структура	совокупность отношений между компонентами региона как СЭС при условии выполнения ими определённых функций
	связи	взаимосвязь (по горизонтали и по вертикали) между компонентами региона
	процесс принятия решений	способ и методы выработки управленческих решений в области управления конкурентоспособностью региона
Процесс управления	анализ и синтез	построение дерева целей, количественное определение состояния компонентов региона, синтез – «сборка системы»
	прогнозирование	научное предвидение будущего состояния региона как СЭС и всех его компонентов
	планирование	«упреждающее управление» или разработка планов
	организация процессов	координация работ по выполнению планов
	учёт и контроль	сопоставление плановых и фактических состояний параметров региона как СЭС
	мотивация	побуждение выполнения плана

Об эффективной организации управления конкурентоспособностью региона можно говорить только в том случае, когда чётко выделен объект (конкурентные преимущества) и субъект управления (субъекты рыночной деятельности региона, органы государственного управления и местного самоуправления, международные организации), сформулирована цель (или дерево целей) управления. В свою очередь, для выделения объекта управления необходимо иметь своевременно полную и точную информацию об его состоянии (желательно за несколько лет), а для конкретизации целей управления – владеть методами их реализации.

2. Согласовывать направленность развития региона с целями и миссией СРДР. Так, по мнению Дибнис Г.И. и Адониной В.В. [6], при рассмотрении процесса реализации целей предприятия (организации) как СЭС в рамках её миссии, обязательным является выделение трёх функций общего управления: администрирования, управления и хозяйствования.

При взаимодействии трёх функций общего управления формируется, соответственно, административно-управленческая, административно-хозяйственная и управленческо-хозяйственная деятельность. При этом необходимо отметить, что и функции, и выделенные виды деятельности направлены на достижение целей предприятия (организации) в рамках её миссии. Преобладание одного из выделенных видов деятельности зависит от факторов (условий) конкурентоспособности региона. Так, например, если устойчивое развитие региона в большей степени зависит от экологических и природно-климатических, международных и политических факторов, то преобладающей должна стать административно-управленческая деятельность; если от социально-демографических и культурных, то административно-хозяйственная; если от экономических, то управленческо-хозяйственная.

3. Выделять три уровня системы управления конкурентоспособным потенциалом региона – стратегический, инновационный и оперативный.

По мнению Воронковой А.Э. [7], в рамках управления конкурентным потенциалом предприятия следует выделять три уровня: стратегический, инновационный и тактический. При этом конкурентоспособный потенциал предприятия определён ею как «совокупность организационных, финансово-экономических, информационных, технологических и других ресурсов предприятия, обеспечивающих ему устойчивые позиции на рынке [8, с.23]».

Данный подход можно применить и к региону. При этом под конкурентным потенциалом региона предлагается понимать уровень и степень обеспеченности его факторами, способными привлекать и удерживать СРДР в партнёрских отношениях, а также способствовать их постоянному развитию. От результативности использования (реализации) конкурентного потенциала региона зависит его ожидаемая (или достигнутая) конкурентная позиция, то есть место (доля) и роль на национальном и мировом рынке.

В свою очередь, измерителем конкурентной позиции региона, является конкурентный статус, который представляет собой меру (оценку) конкурентоспособности [4, с.24-25]. Для его измерения используются различные показатели и методики их расчёта.

Учитывая вышесказанное, на стратегическом уровне управления конкурентоспособным потенциалом региона выявляются, анализируются и систематизируются изменения, происходящие во внутренней и внешней среде его функционирования, что обуславливает формирование стратегических и тактических целей развития региона. Данный процесс является основой непрерывного обновления региона как СЭС. На инновационном уровне, исходя из конъюнктуры регионального рынка, уточняются и конкретизируются факторы (условия) конкурентоспособности региона, что способствует повышению его адаптивности к новым условиям хозяйствования (ухудшения экологического состояния окружающей природной среды, усилению интеграционных процессов, глобализации экономики и др.). На оперативном уровне выбираются и корректируются методы оценки конкурентоспособности региона, уточняется его конкурентная позиция на национальном и мировом рынке, определяются конкурентный статус региона. Это позволяет обосновать направления его совершенствования как социально-экономической системы (СЭС). При этом стратегический и инновационный уровни управления конкурентоспособностью региона обеспечивают его внешнюю (по отношению к другим регионам, странам) эффективность и устойчивость, а оперативный – внутреннюю (между СРДР) конкурентоспособность.

4. Выделять три уровня системы управления конкурентоспособностью региона – оперативный, стратегический и тактический.

В отличие от управления конкурентным потенциалом региона, выделение уровней управления конкурентоспособностью региона должно быть связано, во-первых, с временным фактором – условия обеспечения конкурентоспособности в краткосрочном, среднесрочном и долгосрочном периодах; во-вторых, с уровнями конкурентоспособности и соответствующими им компетенциями в области управления (табл. 2).

Таблица 2. Характеристика уровней управления конкурентоспособностью региона

Уровни управления конкурентоспособностью региона	Объект управления	Субъект управления	Критерии оценки	Методы оценки
Оперативный	продукция (товары, работы, услуги), производимая СРДР	СРДР	соотношение цена/качество	экспертный, квалиметрический и комплексный (интегральный) метод
Тактический	общее состояние СРДР	СРДР, работники предприятий, профсоюзы и др.	комплексный показатель состояния СРДР	методы комплексного анализа финансово-хозяйственной деятельности СРДР
Стратегический	инвестиционная привлекательность СРДР	СРДР, инвесторы, кредиторы, органы государственного и местного управления и др.	рост рыночной стоимости СРДР	сравнительный, затратный, доходный и опционный, а также метод рейтинговой оценки финансового состояния СРДР

На оперативном уровне управления конкурентоспособностью региона должна идти речь об управлении конкурентоспособностью продукции (товаров, работ, услуг), производимой СРДР. В качестве критерия для оценки конкурентоспособности продукции может использоваться соотношение цена/качество, а рекомендуемыми методами оценки экспертный, квалиметрический и комплексный (интегральный) метод. На тактическом уровне объектом управления становится общее состояние СРДР, а критерием – комплексный (интегрированный) показатель состояния СРДР. При этом для оценки конкурентоспособности целесообразно использовать методы комплексного анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия. И, наконец, на стратегическом уровне под объектом управления понимается инвестиционная привлекательность СРДР, а критерием – рост его рыночной стоимости. Рекомендуемыми методами оценки конкурентоспособности в данном случае являются сравнительный, затратный, доходный и опционный, также могут использоваться методы рейтинговой оценки финансового состояния предприятия.

5. Выбрать наиболее приемлемый (с точки зрения информационного обеспечения, организации управления и содержания самого процесса управления) методологический подход к управлению конкурентоспособностью региона. Шевченко Л.С., обобщив результаты исследования отечественных и зарубежных экономистов, выделил системный, маркетинговый, динамический, ситуационный, комплексный и директивный подходы к управлению конкурентоспособностью предприятия (организации) [9, с.158-173]. Применительно к региону рассмотрим содержание данных подходов.

Маркетинговый подход акцентирует внимание на максимальном удовлетворении потребностей покупателей (потребителей), создании лучшей для них (эксклюзивной) потребительской ценности. Он базируется на концепции воинствующего маркетинга (маркетинга как средства получения максимальных

выгод от конкурентных преимуществ) и концепции обоюдного выигрыша, согласно которой эффективность конкуренции заключается в обеспечении выигрыша для всех участников рынка (то есть когда обеспечивается взаимная выгода от торговли и для потребителей, и для производителей).

В настоящее время данный подход претерпевает серьёзные изменения, вызванные трансформацией роли потребителей, которая проявляется в активизации ими поиска предприятий с необходимыми стратегическими возможностями для создания желаемой ценности. «В силу этого основные признаки потребителя в современных отношениях «производитель – потребитель» следующие: носитель нового мировоззрения (ощущение причастности); создатель ценности (трансформация от изолированного к задействованному в бизнес-процессах); источник инноваций (потребитель как часть принципиально новой системы компетенций – клиентская компонента) [10, с.9]». Такое понимание сущности взаимодействия потребителя и производителя обуславливает пересмотр современной парадигмы стратегического управления СРДР, которая должна реализовывать подход совместного создания ценности с учётом интересов потребителя и производителя на базе системы общих способностей (возможностей). При этом требует пересмотра и принцип построения стратегических целей СРДР: традиционные цели роста доли СРДР на рынке и обеспечение определённого уровня прибыльности должны уступить место цели роста (или обеспечения) запланированной доли СРДР в ресурсах (денежных средствах и времени) конкретных потребителей.

Применение динамического подхода позволяет выделить отдельные этапы управления конкурентоспособностью региона, сформулировать прогнозы на будущее. Данный подход опирается на знания особенностей жизненного цикла товара (услуги) и предприятия (организации), обусловленных циклическим характером их развития, а также жизненным циклом конкурентоспособного преимущества.

Согласно данному подходу выделяют три этапа управления конкурентоспособностью региона: 1) осознание СРДР своих конкурентных преимуществ, совпадает со первой и второй стадиями жизненного цикла КП; 2) переход СРДР в состояние конкурентоспособности, совпадает с третьей стадией жизненного цикла КП; 3) достижение СРДР состояния конкурентной устойчивости, совпадает с высшей точкой жизненного цикла КП. Начиная с четвёртого этапа СРДР должен реализовывать и получать эффект от нового конкурентного преимущества, сглаживая тем самым потери от предыдущего. Таким образом подчёркивается, что процесс управления конкурентоспособностью СРДР должен носить непрерывный характер.

Ситуационный подход акцентирует внимание на необходимости адаптации субъекта рыночной деятельности к различным конкурентным ситуациям. Он базируется на том, что, несмотря на всеобщую применимость концепции управления конкурентоспособностью ко всем субъектам рыночной деятельности, конкретные меры и методы управления значительно варьируют и определяются особенностями тех конкурентных обстоятельств (факторов), которые в настоящий момент оказывают наибольшее влияние на субъект рыночной деятельности и достижение им своих стратегических целей. Так, например, в 2004 году под влиянием конкуренции 72,8% украинских предприятий всех видов экономической деятельности, стремясь сохранить объёмы реализации своей продукции, вынуждены были снизить цены на выпускаемую продукцию; 57,3% – повысить эффективность финансово-хозяйственной деятельности за счёт модернизации производства, внедрения энергосберегающих технологий и т.п.; 41,7% – снизить себестоимость продукции за счёт применения более дешёвого сырья и материалов; 41,7% – сократить численность работающих; 29,7% – увеличить объёмы производства, что позволило сократить распределённые затраты и, соответственно, уменьшить цену [11, с.165].

Комплексный подход предполагает распространение идей конкурентного управления на все сферы менеджмента – управление маркетингом, инновациями, производством, персоналом, финансами и т.п. Его задачей является сделать конкурентоспособным весь менеджмент организации. Применительно к региону сущность данного подхода заключается в разработке комплексной стратегии управления конкурентоспособностью региона, учитывающей особенности и охватывающей все направления развития региона как СЭС.

Системный подход позволяет понять необходимость и сущность конкурентного управления; определить активаторы конкуренции (факторы, силы и субъекты позитивного действия, которые дают региону как СЭС конкурентные преимущества, поэтому их следует поддерживать и усиливать их действие) и дезактиваторы конкуренции (факторы, оказывающие негативное воздействие на регион как СЭС, создающие угрозы её развитию, поэтому подлежат устранению). Теоретической основой системного подхода являются концепция групповых претензий (дезактиваторов конкурентоспособности) и теория заинтересованных сторон (субъектов, активизирующих создание и/или поддержание конкурентных преимуществ).

Применение системного подхода обусловлено как сложностью и многомерностью категорий «конкуренция» и «конкурентоспособность», так и многовекторностью факторов конкурентоспособности и конкурентных преимуществ. При определённых условиях, учитывая особенности функционирования конкретных субъектов рыночной деятельности, один и тот же фактор может выступать в роли активатора или дезактиватора конкурентоспособности региона. В этой связи следует учитывать «принцип компенсации» для свойств товара, сформулированный Юдановым А.Ю. [12, с.69]. Применительно к региону его можно интерпретировать следующим образом: каждый СРДР, управляя своими конкурентными преимуществами, должен стремиться создавать (сохранять) эксклюзивную ценность, обеспечивающую устойчивое превосходство перед конкурентами (субъектами рыночной деятельности других регионов, стран). А для этого СРДР необходимо выбрать из всего многообразия наиболее важные

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ РЕГИОНА

(базовые) конкурентные преимущества и ранжировать их по степени приоритетности.

Обобщив работы [13, с.237-240; 14, с.16-18; 15, с.16-22; 16, с.35-36] нами предлагается в качестве базовых использовать следующие пять признаков классификации конкурентных преимуществ региона (табл. 3).

Таким образом, повышение конкурентоспособности региона целесообразно рассматривать в контексте эффективного управления определёнными (базовыми) конкурентными преимуществами региона, которые, по мнению Беленького П.Ю., следует рассматривать в качестве категории «...що інтегрує конкурентоспроможність і конкурентний потенціал регіону [17, с.7]». Им же выделены показатели для оценки «инвестиционно-инновационной конкурентоспособности региона», среди которых можно выделить такие группы: показатели, характеризующие уровень экономического развития региона; показатели инновационной активности; показатели, характеризующие эффективность финансовой системы и человеческого потенциала и др. Однако все эти показатели являются следствием реализации конкурентных преимуществ СРДР или сами выступают в их роли. Таким образом, конкурентные преимущества региона напрямую зависят от конкурентных преимуществ СРДР.

Таблица 3. Базовые конкурентные преимущества региона

Признак классификации	Виды конкурентных преимуществ	Примеры
1. Происхождение конкурентного преимущества	внешние	благоприятный климат, развитая инфраструктура региона, стабильность политической ситуации
	внутренние	ценности организации, квалифицированные кадры, современная технология
2. Сфера возникновения конкурентного преимущества	природно-климатические	природные ресурсы, выгодное географическое положение, климат
	социально-политические	социальная стабильность, совершенное законодательство
	технологические	техническое и стоимостное строение капитала организации, прогрессивные технологи
	культурные	культурные ценности, культура общества
3. Время реализации конкурентного преимущества	экономические	конъюнктура рынка, совершенство налоговой и бюджетной системы
	стратегические	применение опережающих стратегий реструктуризации, повышения квалификации персонала, развитие НИОКР
4. Вид получаемого эффекта от реализации конкурентного преимущества	тактические	современная реклама, эффективная система мотивации персонала, применение ноу-хау в области менеджмента
	научно-технический	получение патента, освоение новых технологий, освоение ресурсосберегающих технологий
	экологический	уменьшение выбросов в атмосферу, почву, воду; повышение эргономичности производства
	социальный	повышение безопасности труда, улучшение условий труда и отдыха, повышение уровня образованности работников
5. Степень стабильности	экономический	прирост объёма продаж, прирост удельной прибыли, сокращение сроков окупаемости инвестиций
	высокого ранга (устойчивые)	репутация предприятия, ведение долгосрочных НИОКР, развитой маркетинг, современный менеджмент, долговременные связи с покупателями
	низкого ранга (неустойчивые)	дешёвая рабочая сила, доступность источников сырья, экология

Поскольку конкурентоспособность региона является следствием наличия конкурентных преимуществ СРДР, и наоборот, необходимо стремиться их создавать и поддерживать. Содействовать данному процессу можно путём выявления и анализа состояния существующих региональных факторов конкурентоспособности с целью определения стратегических возможностей для формирования новых конкурентных преимуществ СРДР.

Кроме этого следует отметить, что в долгосрочном периоде конкурентоспособность региона должна определяться способностью государственных и рыночных институтов создавать эффективные механизмы трансформации сравнительных преимуществ региональных экономик в конкурентные и их постоянного развития (адаптации, обновления и совершенствования). В этих условиях задача государства должна заключаться в помощи региональным и местным органам самоуправления в создании механизмов выявления очагов конкурентоспособности, распространение положительного опыта по всей территории страны.

Директивный подход означает регламентацию конкурентных действий различных субъектов рыночной деятельности в нормативных документах, то есть предполагает разработку конкурентного законодательства, стандартов, методик, инструкций, приказов, распоряжений и указаний руководства предприятиями (организациями).

Данный подход практически не получил развитие в Украине. Так, согласно Хозяйственному кодексу

Украины одним из основных направлений экономической политики государства является «антимонопольно-конкурентна політика, спрямована на створення оптимального конкурентного середовища діяльності суб'єктів господарювання, забезпечення її взаємодії на умовах недопущення проявів дискримінації одних суб'єктів іншими, насамперед у сфері монопольного ціноутворення та за рахунок якості продукції, послуг, сприяння зростання ефективної соціально орієнтованої економіки [18, с.8]». Обеспечение условий и развития конкурентной среды гарантируется антимонопольным законодательством, основой которого являются законы Украины «Об Антимонопольном комитете Украины» [19], «О защите от недобросовестной конкуренции» [20], «О защите экономической конкуренции» [21] и др.

Однако, несмотря на то, что в этих и ряде других документов предусмотрены мероприятия по защите экономической конкуренции, отечественное законодательство в области регламентации конкурентных отношений на микро-, мезо- и макроуровне не соответствует реалиям рыночной экономики современного уровня развития. Незащищенные государством украинские предприятия не могут самостоятельно противостоять конкуренции со стороны европейских и мировых производителей. В результате они теряют рынки, вынуждены сокращать объемы производства и численность работающих, что незамедлительно сказывается на благосостоянии общества. При этом первыми, кто не выдерживает конкуренцию, становятся субъекты рыночной деятельности слабых, депрессивных регионов, субъекты рыночной деятельности которых не обладают конкурентными преимуществами и по объективным и/или субъективным причинам не в состоянии их создать.

Обобщая вышесказанное, отметим, что каждый из рассмотренных подходов по отдельности не позволяет разработать и обосновать комплексную стратегию управления конкурентоспособностью региона. В связи с этим нами предлагается в качестве базовых подходов использовать системный и комплексный подходы. Маркетинговый, ситуационный и динамический подходы в большей степени применимы на уровне конкретного предприятия (организации), а директивный – на национальном и международном уровнях.

Выводы. В результате исследования выявлено, что следствием действия (реализации) факторов конкурентоспособности является конкурентное преимущество, а конкурентоспособность следует рассматривать, как интегрированное свойство социально-экономических систем управлять своими конкурентными преимуществами. Отсюда следует, что концепция управления конкурентоспособностью региона должна базироваться на управлении не столько факторами конкурентоспособности, сколько конкурентными преимуществами с целью создания (сохранения) эксклюзивной ценности.

В результате исследования определены базовые признаки классификации конкурентных преимуществ региона: происхождение конкурентного преимущества; сфера возникновения конкурентного преимущества; время реализации конкурентного преимущества; вид получаемого эффекта от реализации конкурентного преимущества; степень стабильности конкурентного преимущества. Эффективность управления базовыми конкурентными преимуществами региона следует рассматривать в качестве категории, интегрирующей конкурентоспособность и конкурентный потенциал региона.

Реализация предложенной в работе концепции управления конкурентоспособностью региона позволит:

- организовать эффективную работу по наращиванию и реализации конкурентных преимуществ как региона в целом, так и отдельных субъектов рыночной деятельности региона, в первую очередь, обеспечив согласованность региональных целей социально-экономического развития с целями и миссией СРДР;
- обеспечить процесс последовательного, не противоречивого (в логике и по времени) управления конкурентоспособностью региона и СРДР посредством выделения уровней системы управления конкурентным потенциалом и конкурентоспособностью региона;
- из всех возможных альтернатив выбрать оптимальный с точки зрения информационного обеспечения, организации управления и содержания самого процесса управления методологический подход к управлению конкурентоспособностью региона.

Источники и литература

1. Ожегов С.И. Словарь русского языка. – М.: Русский язык, 1989. – 540с.
2. Горбашко Е.А. Менеджмент качества и конкурентоспособности: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1998. – 207 с.
3. Иванов И.Б. Конкурентоспособность предприятия. Теоретико-методологический аспект//Сб. науч. трудов. – Кременчуг, 1995. – С.22-24.
4. Иванов Ю.Б., Орлов П.А., Иванова О.Ю. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток: Монографія. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2008. – 352 с.
5. Из истории экономической мысли (Сборник). – М.: Знание, 1990. – 64 с.
6. Дибнис Г.И., Адонина В.В. Проектирование административно-оперативного управления на предприятии // Культура народов Причерноморья. – 2006. – № 88. – Т. 3. – С. 88-92.
7. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация: Монография. – 2-е изд., стереотипное. – Луганск: Изд-во Восточноукраинского национального университета им. Владимира Даля, 2004. – 320 с.
8. Воронкова А.Э. Поддержка конкурентоспособного потенциала предприятия / А.Э. Воронкова, В.П. Пономарев, Г.И. Дибнис. – К.: Техника, 2000. – 152 с.
9. Шевченко Л.С. Конкурентное управление: Уч. пособие. – Харьков: Эспада, 2004. – 520 с.
10. Тарнавская Н. Новейшее проявление конкуренции в обществе, основанном на знаниях // Экономика

- Украины. – 2008. – № 2. – С. 4-16.
11. Конкурентоспроможність національних економік / За ред. д-ра екон. наук Б.С. Кваснюка. – К.: Фенікс, 2005. – 582 с.
 12. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория практика. Учебно-практическое пособие. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем», издательство «ГНОМ-ПРЕСС», 1998. – 384 с.
 13. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. – М.: Издательско-торговый центр «Маркетинг», 2002. – 892 с.
 14. Хаустова В.Е., Лидовский Ю.А. Моделирование маркетинговой стратегии предприятия на рынках продукции производственно-технического назначения: Монография. – Х.: ИД «ИНЖЕК», 2004. – 176 с.
 15. Лифиц И.М. Формирование и оценка конкурентоспособности товаров и услуг. – Учебное пособие. – М.: Юрайт-Издат, 2004. – 335 с.
 16. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: Монографія / За заг. ред. д-ра екон. наук, професора Іванова Ю.Б., д-ра екон. наук, професора Тищенко О.М. – Х.: ВД «ИНЖЕК», 2006. – 384 с.
 17. Організаційно-економічні механізми посилення конкурентоспроможності регіону (методичні рекомендації) / Відп. ред. П.Ю. Беленький. – Львів: Ін-т регіон. досліджень НАН України, 2006. – 39 с.
 18. Господарський кодекс України: Офіційний текст. – К.: Кондор, 2003. – 208 с.
 19. Закон України «Про внесення змін у Закон України «Про Антимонопольний комітет України» від 13.06.2000 р. № 1907-III // Голос України. – 2000. – № 157. – 1 вересня.
 20. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» від 07.06.1996 р. № 236/96-ВР // Урядовий кур'єр. – 1996. – 29 червня.
 21. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001 р. № 2210-III // Відомості Верховної Ради України. – 2001. – № 12. – Ст. 64.

Родіонов О.В.

УДК 65.012.12

ВИЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА АПК

Постановка проблеми Конкурентоспроможність і ринкова вартість підприємства визначаються не тільки матеріальними цінностями, а і нематеріальними, такими як ділова репутація, популярність торгових марок і іншими нематеріальними перевагами, які, на перший погляд, дуже складно оцінити. Проте, при продажі бізнесу, при придбанні підприємства, при злитті і поглинаннях і просто для ефективного управління конкурентоспроможністю і вартістю підприємства потрібно знати, скільки коштують накопичені нематеріальні цінності підприємства, і як вони оцінюються ринком. Оцінка економічної сутності ділової репутації все більше цікавить підприємства у зв'язку з нестабільністю ринків, є актуальною сферою досліджень для підприємств, інвесторів, акціонерів через свій внесок у вартість підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями визначення як сутності, так і економічної ролі ділової репутації зайнята низка вчених. У дослідженнях Р. Харлоу виявлені основні підходи до визначення поняття "ділова репутація", у результаті чого з погляду економічного підходу ділову репутацію визначено як витрати підприємства на комунікаційну діяльність [3]. На думку С. Фомбрана та М. Шенлі, ділова репутація визначається як публічне представлення підприємства, кумулятивне судження суспільства про підприємство, за період часу, на підставі порівняльного успіху на ринку і задоволення сподівань акціонерів [2]. Т. Харріс визначає репутацію як "сприйняття образу минулих дій підприємства і майбутніх дій, які описують повну привабливість своїх компонентів порівняно з лідируючими конкурентами" [4, с.51]. У роботах Г. Девайса і Л. Майлса ділова репутація трактується як функція розвитку організації діяльності підприємства [1]. Ділова репутація є інструментом стратегічного захисту підприємства від конкурентів на ринку в умовах нестабільності і невизначеності. Отже, ділова репутація в сучасному розумінні комплексно характеризує діяльність підприємства, заснована на сполученні економічних і неекономічних складових. Ділова репутація залежить не тільки від внутрішніх, але і зовнішніх чинників.

Мета статті подання результатів дослідження з визначення економічної сутності ділової репутації підприємства АПК.

Виклад основного матеріалу. Проблема комерційного використання об'єктів нематеріальних активів і сучасній практиці – комплексна, багатогранна, така, що включає правові, технологічні, економічні, виробничі, соціальні і психологічні аспекти. Нематеріальні активи відображають майбутні економічні вигоди підприємства. Проте супротивники включення цих засобів в бухгалтерську звітність як активи мотивують свою позицію тим, що майбутні економічні вигоди, пов'язані з нематеріальними активами як правило, неможливо визначити з достатнім ступенем достовірності. Крім того, ці об'єкти не відповідають, як правило, критерію відчужуваності (наприклад, ділова репутація підприємства не може бути реалізована окремо від підприємства, торгові марки важко відокремити від ділової репутації підприємства).

Гудвіл в багатьох західних підприємствах є найзначнішим активом, при цьому ні керівництво підприємства, ні її бухгалтери не можуть одноставно його оцінити. Поняття ділової репутації поки що мало вивчене, оскільки в структурі балансу підприємства частка нематеріальних активів довгий час була мала порівняно з часткою основних засобів і інвестицій. В Україні даному виду активів до цих пір не приділяють достатньої і належної уваги. Практика показує, що нематеріальні об'єкти оцінюються значно рідше за