

2. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового]. – Одеса: Атлант, 2013. – 470 с.

3. Кошелупов І.Ф. Програми підвищення конкурентоспроможності організацій / І.Ф. Кошелупов // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2012. – Випуск 1 (44). – С. 221.

4. Літвінова Ю.О. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах / Ю.О. Літвінова // Управління розвитком. – 2012. – № 9. – С. 36.

5. Харченко Т.О. Інноваційне забезпечення конкурентоспроможності підприємства / Харченко Т.О., Куфрик Р.Л. // Ефективна економіка. – 2016. – № 11. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до журналу: www.economy.in.ua.

Ольшанська О.В., д-р екон. наук, професор,

декан факультету економіки та бізнесу,

Булах Т.М., к.е.н., доцент кафедри бізнес-економіки,

Київський національний університет технологій та дизайну

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ РЕГІОНОМ ТА ЙОГО СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ФУНКЦІЇ

Управління соціально-економічним розвитком регіону – це цілеспрямована діяльність з досягнення поставленої мети. Ця діяльність включає систему заходів, засобів, механізмів, інструментів та взаємоузгоджених дій органів місцевого самоврядування, об'єктів господарської діяльності, населення, громадських та інших організацій із забезпечення просторової організації суспільства, створення належних умов життєдіяльності населення.

Регіональний рівень управління соціально-економічним розвитком в нових ринкових умовах характеризується значною складністю, теоретичною та практичною невирішеністю багатьох проблем. Серед них виділяються:

- недостатня обґрунтованість форм, методів і механізмів формування системи управління економікою регіону в сучасних умовах;
- наявність відмінних інтересів суб'єктів регіональної економіки;
- протиріччя в механізмах взаємодії державних і підприємницьких структур та населення регіону;
- питання місця регіону в національній і глобальній економічній системі, форми взаємодії різних територіальних структур.

Зазначені проблеми свідчать про необхідність створення нової методології регіонального управління, яка відповідає б сучасному стану суспільних відносин між різними суб'єктами господарювання в регіоні.

Нинішня система управління регіональною економікою не повною мірою націлена на її відтворення. Прикладом цього є наявність депресивних регіонів, у яких не відбувається відтворювальний процес, а навпаки — занепад галузей виробництва й соціальної сфери, активна міграція населення з них до інших регіонів тощо. Однією з причин є незабезпеченість управлінськими структурами комплексного, збалансованого соціально-економічного розвитку регіону. В сучасних умовах, коли зростають повноваження органів державної влади та органів місцевого самоврядування а також економічна самостійність регіонів, гострою постала проблема розробки або удосконалення наявних механізмів управління взаємодією суб'єктів господарювання на території регіону з метою забезпечення розширеного відтворення регіональної економіки та її збалансованості.

Вирішення цих завдань пов'язано з визначенням місця регіону, його соціально-економічної системи у відповідній системі країни та світу. В умовах ринкової взаємодії виникла потреба розробки нових економічних і зокрема, фінансових механізмів регулювання розвитку регіонів, визначення їх конкурентних позицій, посилення їх інвестиційної привабливості. Все це

відноситься до визначення та обґрунтування методології стратегічного управління розвитком регіонів та розробки механізмів регулювання соціально-економічними процесами в регіонах.

Складність вирішення цієї задачі полягає в тому, що соціально-економічна система регіону є відкритою, тобто має виробничі, економічні, фінансові, трудові та інформаційні зв'язки з іншими регіонами країни і світу. В умовах міжрегіональної та глобальної взаємодії зростає роль регіональних конкурентних переваг — торговельних, науково-технічних, трудових, екологічних тощо. Це призводить до взаємозалежності регіонів, їх економічної інтеграції на основі спільних інтересів. Все це викликає необхідність нового підходу до управління регіональним розвитком та механізмів регулювання їх соціально-економічними процесами.

У сучасних умовах, за наявності різноманітних форм власності та інтересів суб'єктів соціально-економічної системи регіону, методологія управління його розвитком повинна виходити з позицій нових задач і можливостей. Вона реалізується шляхом визначення та розподілу функцій і повноважень насамперед суб'єктів влади регіонів усіх рівнів. Конкретизація відповідальності за вирішення тих чи інших завдань соціально-економічного розвитку регіону є одним з елементів управління регіоном. При цьому слід мати на увазі те, що регіональна соціально-економічна система має складну структуру за видами діяльності, організаційно-правовими формами суб'єктів підприємництва, формами територіальної організації господарства тощо. Для управління усіма цими елементами соціально-економічної системи необхідно розробити специфічні механізми регулювання, які охоплювали б економічні, соціальні, екологічні та інші процеси в регіоні.

Сучасний етап регіонального управління характеризується зростанням його децентралізації, що призводить до появи нових функцій регіональних адміністрацій — перехід від простого адміністрування, тобто забезпечення виконання рішень центральних органів влади, до необхідності брати регіональними і місцевими органами влади функції управління вирішенням

усіх регіонально-економічних і екологічних проблем, які раніше вирішувалися органами центральної влади. В такому разі регіональні адміністрації стають безпосередніми суб'єктами господарської діяльності в регіоні, де управління виступає як один з видів господарської діяльності. Це нова соціально-економічна і політична роль управлінської діяльності регіональних і місцевих адміністрацій — відхід від простого адміністрування до управлінської діяльності як виду регулювання економічних, соціальних, екологічних процесів в регіонах різних типів.

Необхідність саме такого підходу до управлінської діяльності обумовлена тим, що господарюючі суб'єкти, які знаходяться на території певного регіону, часто не підпадають під управлінські функції регіональних адміністрацій, оскільки вони можуть бути зареєстровані в інших регіонах. А це, в свою чергу, призводить до того, що податки від діяльності цих підприємств сплачуються за місцем реєстрації, а не фактичної діяльності. Крім того, поза впливом місцевих адміністрацій знаходиться і вирішення кадрових питань, виробничої діяльності та ін. Цим самим порушується єдність економічного простору регіону як у сфері виробництва, використання регіональних ресурсів, так і спільності соціального простору щодо оплати праці, соціального захисту населення тощо. Звідси випливає необхідність розвитку нової форми відносин регіональних адміністрацій з господарюючими суб'єктами різних організаційно-правових форм господарювання, застосування певних важелів впливу регіональної влади на господарюючих суб'єктів регіону і його населення. Режим діяльності регіональної влади в такому випадку характеризується безпосереднім впливом на результати і наслідки діяльності господарюючих суб'єктів, реалізуючи себе як суб'єкт управління.

Сучасна діяльність адміністративних органів управління ще не повною мірою оволоділа новою своєю функцією і намагається дотримуватись застарілого принципу — адміністрування, а не нового — управління соціально-економічною діяльністю в регіонах. Цими органами робляться спроби звузити

сфери своїх повноважень, а значить і зменшити межу відповідальності за стан соціально-економічного розвитку регіонів.

Таким чином, в сучасних умовах децентралізації повноважень адміністративних органів головним напрямом поліпшення управління регіоном є перехід від функції адміністрування, тобто лише виконання рішень, прийнятих вищими адміністративними органами чи координації діяльності – до функції діяльності та повної відповідальності за господарювання в регіоні як суб'єкті управління. Регіон стає необхідною ланкою в структурі суб'єктів економічної діяльності, а управлінська діяльність невід'ємною в господарській діяльності регіону в цілому.

Управління, як вид діяльності, має два завдання — право вибору шляхів розвитку регіону та обов'язок щодо прийняття рішення та його виконання. Право вибору шляхів розвитку регіону передбачає визначення механізмів і наслідків досягнення соціально-економічних цілей, а обов'язок — досягти передбачуваного результату шляхом виконання прийнятих рішень, що є конкретною результативною характеристикою суб'єкта управління.

Управління як діяльність характеризується особливою роллю і функціями в системі видів діяльності в цілому. Управління пов'язане з раціональною формою діяльності й передбачає:

- комплексний аналіз сучасного стану господарської діяльності в регіоні;
- виявлення та оцінку наявного потенціалу;
- визначення мети та механізмів її досягнення в майбутньому розвитку регіону;
- визначення стратегії розвитку, програмування, координацію, моніторинг досягнення мети тощо.

Зазначене вище є елементами змісту управління як раціональної діяльності. Структура цих елементів залежить значною мірою від спеціалізації видів діяльності регіону.

Важливе місце в управлінні соціально-економічним розвитком регіону є вибір критеріїв оцінювання його ефекту. Загально прийнятих показників

оцінювання ефекту управління ще не вироблено. Застосування показників економічної діяльності не може адекватно оцінювати управлінську діяльність оскільки економічні результати є наслідком багатьох чинників. Не можуть бути показниками оцінювання управлінської діяльності й зменшення витрат на виробництво товарів, зменшення забруднення природи та інші результати безпосередньої господарської діяльності.

Частіше всього ефективність управлінської діяльності пов'язують із соціально-економічними, екологічними, політичними та іншими успіхами, які не мають грошового виразу, але саме ці процеси є предметом управлінської діяльності та критеріями оцінювання її результативності. До них можна віднести:

- стабільність розвитку регіону;
- запобігання чи зменшення кризових і конфліктних процесів;
- відновлюваність і відтворюваність господарської діяльності;
- достатній рівень і якість життя населення;
- мінімізація соціальної контрастності в суспільстві, гармонізація відносин між соціальними групами суспільства тощо.

Список використаних джерел:

1. Данилишин Б.М., Чернюк Л.Г., Фащевський М.І. та ін. Просторова організація продуктивних сил України: мезо- та макрорегіональний рівень. — Вінниця: Книга-Вега, 2007. — 495 с.
2. Державне управління регіональним розвитком України: Монографія / За заг. ред. В.С. Воротіна, Я.Ф. Жаліла. — К.: НІСД, 2010. — 288 с.
3. Долішній М.І. Регіональна політика на рубіжі XX—XXI ст.: Нові пріоритети. — К.: Наукова думка, 2006.
4. Нова державна регіональна політика в Україні. Зб. наук. праць. За ред. В.С. Куйбіди. — К.: Крамар, 2009. — 232 с.

5. Трансформація структури господарства України: регіональний аспект. – К.: Міленіум, 2003.

6. Фащевський М.І. Теорія і практика економічного районування України та шляхи його вдосконалення / Під ред. чл.-кор. НАН України Б.М.Данилишина. – К.: РВПС України НАН України, 2007. – 52 с.

7. Чубукова О.Ю., Синенко О.І. Місце та роль держави на сучасному етапі розвитку економіки України //Актуальні проблеми економіки, 2010. - №8. – С. 110-113.

Подольна В.В., к.е.н., доцент,

Ільїн О.Д., магістрант,

Київський національний університет технологій та дизайну

СУТНІСТЬ СИСТЕМИ ІНТЕГРОВАНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Переорієнтація загальної філософії маркетингу на побудову довготривалих взаємовигідних відносин з ключовими ринковими партнерами (споживачами, посередниками, постачальниками) вимагає змін і у проведенні комунікаційної політики кожного підприємства. Сучасний стан ринку показує, що найкращі результати дає комплексне застосування одразу кількох засобів маркетингових комунікацій, а саме застосування інтегрованих маркетингових комунікацій. Маркетинг є ключовим словом в понятті інтегрованих маркетингових комунікацій. Підприємствам дедалі важче стає визначати, який набір маркетингових комунікаційних інструментів для створення тривалих відносин на ринку та досягнення оптимального впливу на споживача є ефективним.

Комплекс маркетингових комунікацій — система заходів інформаційної діяльності, спрямована на те, щоб переконати споживача шукати і купувати продукцію фірми та стимулювати його купівельну активність. Для досягнення