

управления реализуемой в городе. В какой степени эта практика ориентирована на использование человеческих ресурсов города, опирается ли на предпринимательские и гражданские инициативы населения?

Социологический анализ гражданских и демократических институтов стран показывает, что непереносимым условием их эффективности является степень социальной сплоченности, высокий уровень доверия населения и ориентация на социальный, культурно-образовательный и человеческий капитал городов. Основная тяжесть по выполнению социальных обязательств ложится на органы местного самоуправления, и общая стабильность в большей степени зависит от их устойчивости, чем от других уровней управления в государстве.

Скорее всего, гуманитарный капитал городов еще достаточно долго останется «в тени» неопределенных нормативно-неформализованных - в том числе криминальным оттенком - отношений. Однако выхода на публичную повестку общественной жизни корпоративных структур, образующих своего рода социальную ткань общества, не остановим. И весь вопрос в том, как оно справится с задачей установления здоровых и социально-плодотворных отношений между корпоративными и гражданскими измерениями своего развития.

В этих условиях лидерам и идеологам местного самоуправления предстоит ответить на вопрос: как не только сохранить, но и обеспечить развитие инициатив гражданского участия населения в разрешении самых разных вопросов жизни городов. Причем, не только сегодняшней, но той, что может стать доступной в проектируемом городском развитии, не жизни, униженной до забот о выживании, а той, что отвечает представлениям человека о его достоинстве.

В системе организационно-управленческой работы должно быть предусмотрено гражданское участие различных городских сообществ в процессе местного самоуправления.

Соответственно, целью этой работы является вовлечение возможно большего числа таких сообществ, в процесс местного самоуправления, а условием поддержки самоуправляющейся деятельности - степень ответственного участия в этом процессе.

Своеобразие гражданского самоуправления состоит в том, что оно - в отличие от территориального, социально-группового и профессионального - не предполагает заранее заданной принадлежности граждан к той или иной самовоспроизводящей общности людей. Тут, в самом прямом смысле, речь идет о свободной ассоциации на добровольном и сознательном участии, опирающемся на осознание жизненной важности той или иной ценности или проблемы. Показательно, что из этого круга проблем, несомненно, крайне значимых сегодня, вопросы, связанные с будущим местного самоуправления - важнейшего из институтов современного гражданского общества и правового государства - выпадают.

В сознании руководителей министерств и ведомств, региональных правительств и, некоторых органов местного самоуправления все еще сохраняется представление, что единственно правильной формой властных отношений в обществе является административно-управленческая вертикаль. Формально управление и планирование развития города организуется в соответствии с нормами местного самоуправления, которое законодательно не входит в систему государственной власти и представляет собой форму сплоченных общими интересами личностей. Однако такая реальная практика местного самоуправления не соответствует духу Конституции и представляет собой бюрократический институт, который противостоит гражданам. Отсюда низкая прозрачность деятельности местной власти, отсутствие публичности в принятии решений. Местное руководство создает в своих интересах план распределения бюджетных средств для развития своего предпринимательства, а не для повышения качества жизни горожан. Как следствие этого представления, каждый

независимых уровней управления лишается возможности и необходимости самостоятельно ставить цели социально-экономического развития, соотнося их с интересами государства и общества в целом.

Нормативно-правовые средства управления, как одна из немногих возможностей согласования целей и интересов различных социальных групп (и субъектов деятельности), осваиваются крайне медленно. Силовые методы решения конфликтов, привычным образом восстанавливающие формально отсутствующую вертикаль, по-прежнему доминируют в практике государственного управления. Последнее время все чаще наблюдается ориентация на гражданское общество является основанием для восстановления доверия мирового сообщества к Украине.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что самоуправление является правом, а не обязанностью граждан, социальной ценностью гражданского общества и ресурсом городского развития, а не низшей ступенькой городского управления.

Самоуправление опирается на инициативу и добровольное гражданское участие, которые можно только поддерживать (а не навязывать), создавая условия для его воспроизводства и развития. Самоуправление основывается на информированном согласии граждан в отношении городской политики, проводимой властями (в том числе в отношении прав на самоуправление).

Развитие современного города прямым образом зависит от состояния социальных ресурсов и механизмов трансформации этих ресурсов в социальный капитал городского развития.

ДОСЛІДЖЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Винниченко Н.В.

Васильєва Т.А.

Українська академія банківської справи НБУ

Сьогодні однією з найбільш актуальних проблем регіональних економічних досліджень є проблема визначення основних інвестиційних характеристик регіонів. Узагальнюючою характеристикою інвестиційної привабливості та інвестиційного клімату в регіоні є інвестиційний потенціал регіону. Цей показник є дуже суперечливим, оскільки мова може йти як про наявний інвестиційний потенціал, так і про його реальне використання. Саме тому оцінку інвестиційного потенціалу регіону слід здійснювати у комплексі з аналізом динаміки основних характеристик інвестиційної активності.

Інвестиційний потенціал регіону складається з наступних окремих потенціалів:

- ресурсно-сировинного;
- трудового (трудові ресурси та їх освітній рівень);
- виробничого (сукупний результат господарської діяльності населення в регіоні);
- інноваційного (рівень розвитку науки та використання на практиці досягнень науково-технічного прогресу в регіоні);
- інституціонального (рівень розвитку основних інститутів ринкової економіки);
- інфраструктурного (економіко-географічне положення регіону та його інфраструктурна забезпеченість);
- фінансового (обсяг податкової бази і прибутковість підприємств регіону);

споживачього (сукупна купівельна спроможність населення регіону).

Розглянемо проблему визначення сутності інвестиційного потенціалу регіону. Основним напрямком його формування та використання на прикладі Сумської області сьогодні цей регіон входить до списку областей з найнижчим рівнем інвестування. Протягом 2000-2004 рр. область займала останні місця в інвестиційних рейтингах. Якщо протягом 2000-2003 рр. спостерігалася хоча б несуттєве збільшення обсягів прямих іноземних інвестицій, то в 2004 р. вони скоротилися майже на дев'ять мільйонів доларів США.

Ресурсно-сировинний потенціалу Сумської області є найбільш високим, порівнянні з іншими наведеними вище складовими елементами інвестиційного потенціалу (як відомо, цей потенціал є первісним, його відсутність майже не можна відтворити). Сьогодні Сумська область володіє широкою ресурсно-сировинною базою, яка, на жаль, використовується вкрай невдало.

Як достатньо високий можна оцінити також і трудовий потенціал цього регіону (якщо він ототожнюється з калдровим). Але, на жаль, досліджуючи статистичні дані щодо кадрової складової інвестиційного потенціалу Сумської області, слід зазначити, що спостерігається постійний відплив наукових кадрів вищої кваліфікації, останні роки кількість від'їжджаючих за кордон постійно збільшується. За останні роки в Сумській області окреслилася негативна тенденція до скорочення загальної чисельності трудових ресурсів від 840,9 тис. чол. до 820,9 тис. чол. В регіоні на сьогодні економічною діяльністю зайнято близько п'ятисот тисяч чоловік, що складає близько 76,2%. Спостерігається постійна тенденція до зменшення трудових ресурсів в селях, селищах, що негативно впливає на розвиток сільського господарства. Відсоток безробітних у працездатному віці, що зареєстровані в службі зайнятості становить близько 6,1%, а кількість незайнятого населення у працездатному віці – 10,7%.

Дослідження економіко-географічного положення регіону показує, що розміщення регіону є досить вдалим. Сумська область має оптимальне природно-кліматичне положення, межує з Росією та знаходиться на перетині залізничних колій міжнародного сполучення.

За структурою продукції, що виробляється, Сумську область можна віднести до групи індустріально-аграрних регіонів України. Аналіз виробничої складової інвестиційного потенціалу показує, що провідні позиції в економіці області посідає промисловість. Основними галузями у виробництві продукції є: машинобудування, металообробка, паливна, харчова, хімічна та нафтохімічна промисловість. На ці галузі припадає близько 90% промислової продукції, що виробляється в області. Частка промислової продукції в загальному її випуску постійно зростає. За останні три роки ріст склав близько 4%. Негативним при цьому є постійне зменшення обсягів виробничих у інших секторах економіки області. За останні роки на 11% зменшилася кількість збиткових підприємств, але в цілому за останні роки ситуація погіршується. Зменшується виробництво обладнання для металургійної промисловості, м'яса, тканин. Найбільший спад у випуску продукції приходить на технічно складну наукомістку продукцію, в той час як темпи спаду сировинної продукції трохи менші. В структурі експорту та імпорту продукції також відмічається погіршення. Постійно зменшуються обсяги експорту виробленої продукції (крім продукції металургії), в той час як постійно збільшується імпорт продукції (особливо енергоресурсів), що приводить до відтоку капіталу і погіршення темпів економічного зростання.

Машинобудування та металообробка залишаються провідною галузю промисловості області, в ній зайнято близько 60 тис. чол. В останні роки в машинобудуванні спостерігається стійка тенденція до зростання обсягів випуску продукції (середній приріст за три роки склав близько 11%). Важливо також відмітити, що при цьому відбулося збільшення обсягів інвестування в цю сферу. Як відомо,

території Сумської області за часів Радянського Союзу було створено багато підприємств по виготовленню запасних частин для сільськогосподарських машин. На сьогодні ці підприємства не входять до об'єктів пріоритетного розвитку, в той час як відбувається закупівля цієї продукції за кордоном. Рентабельність цієї продукції досить низька, оскільки спостерігається постійний моральний і фізичний знос основних фондів на даних підприємствах (останнім часом він склав на підприємствах цієї галузі близько 50%). Вартість основних фондів по області склала близько 20,8 млрд. грн., з них 70% – виробничих. Внутрішні інвестиції в оновлення основних фондів підприємств машинобудування області постійно зменшуються, в той час як помітно збільшуються обсяги інвестування в харчову промисловість. Провідне місце займає в області виробництво цукру, м'яса, молока та кондитерських виробів. Всі підприємства харчової промисловості для виробництва використовують переважно місцеву сировину. В області налічується близько 100 підприємств харчової та переробної промисловості.

Всі інші види окремих складових інвестиційного потенціалу Сумської області є недостатньо розвинутими та потребують додаткових засобів впливу з боку держави та місцевих органів влади. Сумська область входить до числа регіонів з високим рівнем ризикованості, що не викликає довіри у інвесторів.

Лише окремі райони цієї області, які відрізняються високим рівнем розвитку нафтогазодобувної промисловості, наявністю стратегічних об'єктів, розвинутою легкою промисловістю, наявністю основних залізничних вузлів та ін. мають високий рівень інвестиційної привабливості і є лідерами в інвестиційних рейтингах як по Північно-Східному регіону, так і по Україні. Так, найбільші обсяги інвестування приходяться на Охтирський, Тростянецький, Шосткінський, Конотопський та Роменький райони Сумщини. Охтирський район входить у тридцятку районів – лідерів в Україні та має найвищі доходи місцевого бюджету в області та найнижчий рівень бюджетних трансфертів.

Але все ж таки більшість районів області на сьогодні залишаються поза увагою інвесторів. На жаль, це саме ті райони Сумщини, які мають ресурси рекреаційного типу, об'єкти туристичної сфери та можуть бути надзвичайно привабливими для інвесторів саме з цієї позиції. Зокрема, мова йде про Лебединський, Путивльський та інші райони області.

Що стосується аналізу інвестиційної привабливості Сумщини в галузевому аспекті, то слід зазначити, що найбільші потенційні можливості для інвесторів можуть бути отримані в результаті залучення інвестицій в аграрний сектор економіки області. В Сумській області є сприятливі природно-кліматичні умови для розвитку сільського господарства. Ще одним із потенційних об'єктів залучення інвестицій є текстильна промисловість, вона вкрай потребує додаткових капіталовкладень для оновлення основних виробничих фондів та технологій виробництва. Існують і інші галузі, які потребують додаткових інвестицій, але на сьогодні не розроблені спеціальні інвестиційні програми розвитку пріоритетних галузей економіки області. Вже загальновідомо, що цільові інвестиційні програми (як на рівні держави так і на рівні її регіонів) є одним із найбільш ефективних інструментів залучення інвестицій в область для вирішення проблем, пов'язаних з соціально-економічним розвитком територій.

За свідченням більшості експертів, низький рівень обсягів інвестицій в економіку Сумської області пов'язаний не з низьким інвестиційним потенціалом регіону, а в значно більшій мірі – з пасивною інвестиційною політикою місцевих органів влади. Для забезпечення формування сприятливого інвестиційного клімату, стимулювання інвестиційної активності підприємств в області та залучення інвесторів, важливим на даному етапі є створення необхідних організаційно-правових та інфраструктурних умов. Для цього на рівні області повинні формуватися цільові програми по залученню вітчизняних та іноземних інвестицій та застосовуватися інші механізми, що націлені

на стимулювання інвестиційної діяльності, розвиток інвестиційного ринку, захист інтересів інвесторів та ін.

На сьогодні основою регіональних інвестиційних програм повинна бути ефективна система інвестиційного регулювання, в рамках якої інвестор на всіх етапах реалізації інвестиційного проекту повинен мати інфраструктурну підтримку. Можливість отримання інформаційного та організаційного супроводження виконання інвестиційного проекту, а в разі, коли інвестиційний проект відповідає пріоритетним напрямкам розвитку регіону – податкові пільги, бюджетні субвенції та дотації.

На сучасному етапі розвитку економіки залишається невирішеною проблема визначення шляхів ефективного використання інвестиційного потенціалу як Сумської області, так і інших регіонів України. Саме тому вкрай важливим завданням, як на рівні країни в цілому, так і на рівні регіонів, є створення умов для забезпечення інвестиційної привабливості регіонів, збільшення обсягів інвестицій, підтримка регіональних інвесторів та забезпечення інформаційно-організаційної бази для захисту інтересів інвесторів. Необхідною умовою забезпечення постійного припливу інвестицій в економіку країни є її вихід на міжнародні ринки капіталу і формування конкурентної позиції, що можливо за умови здійснення продуманої інвестиційної політики наявності цільових програм регіонального інвестиційного розвитку.

ОРГАН МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ ЯК СУБ'ЄКТ ТЕРИТОРІАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ

Глинський Н.
Мамчин М.

Національний університет „Львівська політехніка”
кафедра маркетингу і логістики

Активізація процесів конкуренції у багатьох сферах суспільної діяльності спонукала до того, що на ґрунті загальної концепції маркетингу, яка концентрує свою увагу на товарообмінних відносинах, які базуються на купівлі-продажі споживчих благ, постали маркетингові субконцепції, які розглядають „обмін вартості”, джерелом якого окрім товарів, послуг, ідей, технологій (класична концепція маркетингу), можуть бути також особи (політичний маркетинг), події (маркетинг подій), місця (територіальний маркетинг).

Про актуальність останньої сфери застосування маркетингу – маркетинг територій – свідчать як значна кількість теоретичних напрацювань з даної тематики, так і широка практика його застосування в таких країнах як Німеччина, Франція, Польща, Росія і т.д.

Основними суб'єктами маркетингової діяльності на користь певних територій (міст, сіл, регіонів) розглядаються органи місцевого самоврядування. В цьому випадку діяльність органів влади на місцях спрощено можна трактувати як діяльність організацій, кінцевою метою яких є виробництво товарів та надання послуг не заради отримання прибутку, а для забезпечення позитивного соціального ефекту.

Таким чином, даний підхід відповідає принципам діяльності неприбуткових організацій та робить можливим застосування в практиці діяльності органів місцевого самоврядування принципів маркетингу некомерційних суб'єктів (non-profit marketing).

В рамках діяльності органу місцевого самоврядування як неприбуткової організації соціальний ефект, на відміну від комерційної організації, виступає в результаті діяльності, від величини і значущості якого залежить рівень фінансування і стимулювання. Врешті-решт, величина і значущість соціального ефекту

для територіальної громади в цілому або її окремих сегментів повинні визначати спроможність обраних представницьких місцевих органів щодо ефективного управління територією. При цьому керівники (мери міст, сільські голови) та інші народні обранці повинні відповідати перед засновниками, тобто громадою, за досягнення наміченого соціального ефекту в такій ж мірі, як і генеральні менеджери комерційних структур за забезпечення цільового прибутку.

Маркетингова діяльність органу місцевого самоврядування, виходячи з її суті, є об'єктивно націленою на максимізацію результату діяльності в умовах зовнішнього оточення, що реально склалося (конкурентне становище по відношенню з іншими регіонами, пріоритетність загальнодержавних цілей соціально-економічного розвитку, які можуть вступати в конфлікт з цілями окремої територіальної громади) та при оптимальному потенціалі і стані його внутрішнього середовища (наявних природних, фінансових, людських та інших ресурсах). Ця мета досягається, з одного боку, через максимізацію соціального ефекту, що нерозривно пов'язаний із рівнем задоволення попиту на дану територію як певний специфічний продукт (в окремих літературних джерелах його називають територіальний мікс або територіальний мегатовар), і з другого боку, через оптимізацію витрат в результаті маркетингових досліджень цільових ринків, в першу чергу – моніторинг потреб та прагнень мешканців даного міста, села, регіону.

Проте діяльність органу місцевого самоврядування, окрім некомерційної, включає також комерційну діяльність. Цим видам діяльності відповідають дві складові маркетингу (див. рис. 1), виділені з певним рівнем умовності. З одного боку, перша „працює” на соціальний ефект, друга – на економічний ефект, який, у свою чергу, покликаний збільшувати соціальний.



Рис. 2. Максимізація соціального ефекту діяльності органу місцевого самоврядування

Таким чином, виникає задача забезпечення симбіозу некомерційної і комерційної складових, який в даному випадку припускає не тільки їх безболісне „співіснування”.