**Буняк Надія Михайлівна. Формування маркетингової стратегії розвитку регіону та механізми її реалізації : Дис... канд. екон. наук: 08.10.01 / Луцький держ. технічний ун-т. — Луцьк, 2006. — 214арк. : табл. — Бібліогр.: арк. 175-191**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | **Буняк Н.М. Формування маркетингової стратегії розвитку регіону та механізми її реалізації. – Рукопис**  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.10.01 – Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка. – Інститут регіональних досліджень НАН України, Львів, 2006.  Дисертація присвячена обґрунтуванню теоретичних і методологічних підходів до формування і реалізації маркетингової стратегії розвитку регіональної економіки та отримання на основі її використання тривалих конкурентних переваг. Проаналізовано і узагальнено теоретичні основи регіонального маркетингу, визначено особливості та окреслено послідовність етапів формування та реалізації маркетингової стратегії регіону. Запропоновано в якості показника ефективності функціонування маркетингу на рівні регіону використовувати інтегральний показник конкурентоспроможності регіону. Розроблено методичний підхід та проведено оцінку рівня конкурентоспроможності регіонів України як місця організації бізнесу, проживання населення та організації відпочинку. Запропоновано методичні підходи та практичні рекомендації щодо вибору маркетингової стратегії розвитку регіону та механізмів її реалізації. Визначено маркетингові можливості підвищення конкурентоспроможності Волинської області. | |
| |  | | --- | | У дисертації наведено теоретичне узагальнення та нове вирішення наукової проблеми – розробки теоретико-методологічних положень щодо обґрунтування й реалізації маркетингової стратегії розвитку регіональної економіки та отримання на основі її використання тривалих конкурентних переваг. Проведене дослідження дає підстави зробити ряд висновків та узагальнень, що мають практичний характер і можуть бути використанні в процесі вдосконалення системи управління розвитком регіонів:  1. Аналіз існуючої в Україні регіональної політики дозволив аргументувати об’єктивну необхідність та доцільність використання маркетингу на рівні регіону як інструментарію, який сприяє розробці та реалізації ефективної регіональної політики, підвищенню його конкурентоспроможності на основі врахування особливостей зовнішнього та внутрішнього середовища конкретного регіону та створення умов для максимального пристосування його до потреб ринку.  2. Встановлено, що в умовах децентралізації управління, розширення самостійності регіональних систем, перетворення їх з пасивних виконавців в активних суб’єктів ринкових відносин, відбувається загострення конкурентної боротьби між ними. В цій боротьбі перемагає той регіон, який найбільш ефективно реалізує власні конкурентні переваги.У зв’язку з цим на перший план виступає проблема стратегічного управління розвитком регіонів, зокрема реалізація наявних конкурентних переваг та створення нових.  3. На сучасному етапі економічного розвитку України особливого значення набуває використання стратегічного маркетингового підходу до розвитку регіону, мета якого полягає у створенні, підтримці та нарощенні довгострокових конкурентних переваг. Однією з важливих прерогатив стратегічного маркетингового підходу є прогнозування можливих змін, які відбудуться в суспільстві, що в свою чергу дозволяє на ранній стадії адаптуватись до них і зайняти конкурентоспроможну позицію на ринку.  4. У роботі запропоновано алгоритм оцінки рівня конкурентоспроможності регіонів України через розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності регіону, який об’єднує зведені показники конкурентоспроможності регіону на цільових ринках: підприємств та інвесторів, населення та відвідувачів регіону, при формуванні стратегії розвитку, здійсненні державної інвестиційної політики.  5. На основі оцінки конкурентоспроможності регіонів України запропоновано методичний підхід до визначення стратегічних напрямків нарощення конкурентних переваг регіону.  6. Встановлено, що мета маркетингової діяльності на рівні регіону полягає у підвищенні рівня конкурентоспроможності регіону шляхом побудови оптимальної моделі розвитку регіону, орієнтованої на просування його унікальних особливостей з урахуванням усіх існуючих та потенційних ресурсів, нарощенні конкурентних переваг та залучення в регіон економічних агентів, які здатні підвищити рівень добробуту місцевого населення.  7. Побудовані множинні економетричні моделі впливу окремих факторів на рівень конкурентоспроможності регіону дозволили визначити напрямки й обґрунтувати механізми набуття тривалих конкурентних переваг.  8. На підставі результатів дисертаційного дослідження вносяться такі рекомендації:  Міністерству економіки та з питань європейської інтеграції України врахувати результати дослідження при розробці державної стратегії регіонального розвитку України;  облдержадміністрації, територіальними підрозділами центральних органів виконавчої влади з метою підвищення конкурентоспроможності регіону сприяти впровадженню маркетингових принципів у практику управління регіональним розвитком;  Міністерству фінансів України при розробці проекту бюджету передбачити відповідні кошти на реалізацію маркетингової стратегії розвитку регіонів;  Міністерству освіти і науки України рекомендувати під час підготовки фахівців з менеджменту та маркетингу використати теоретичні та методологічні аспекти формування і реалізації маркетингової стратегії розвитку регіону при розробці змісту дисциплін “Розміщення продуктивних сил” та “Маркетинг”. | |