

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

УДК 338.439:658.8

МАРКЕТИНГОВИЙ ВПЛИВ У СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ РЕГІОНУ

О.В. Коломицева*, доктор економічних наук. Н.В. Шевченко.
Черкаський державний технологічний університет

*Olenakolomytseva@mail.ru

© Коломицева О.В., 2016.

© Шевченко Н.В., 2016.

Стаття отримана редакцією 07.09.2016 р.

Вступ. Базовою установкою розв'язання багатоаспектних проблем функціонування продовольчої сфери повинні бути визнані високі темпи стійкого розвитку галузей системи продовольчого забезпечення, гармонізація умов їх діяльності, розвиток конкурентних переваг шляхом технологічного оновлення виробництва, вдосконалення економічної, комерційної, соціальної та інших видів діяльності суб'єктів на основі нової парадигми регіонального управління.

Такого роду політика управління має формувати механізми, що спрямовують діяльність різного роду суб'єктів відповідно до вектора інтересів регіону у сфері продовольчого забезпечення населення. Такими установками виступають: сталий розвиток, виробництво конкурентоспроможної продукції, формування інвестиційної привабливості галузей продовольчого комплексу регіону, підвищення рівня життя населення, що значною мірою реалізується за допомогою якісного задоволення потреб населення в харчуванні. Досягнення таких цілей передбачає як об'єкт уваги і впливу систему продовольчого забезпечення регіону в цілому. При цьому важлива націленість такого впливу на створення, розвиток, ефективне просування й використання конкурентних переваг певного регіону в його інтересах, в інтересах його внутрішніх, а також зовнішніх суб'єктів, співпраця з якими є необхідною. На нашу думку, такою політикою виступає активна інтеграція маркетингу в систему державного регулювання сфери продовольчого забезпечення регіону.

Огляд останніх джерел досліджень і публікацій. Проблемам державного регулювання продовольчої сфери регіону присвячено багато праць українських та зарубіжних учених. Серед українських авторів слід виділити Ю. Білика, В. Гейця, Л. Дейнеко, В.А. Ілляшенка, М. Корецького, О. Кочеткова, Р. Маркова, Г. Мостового, П. Саблука, В. Трегобчука, В. Шамрая, В. Юрчишина й інших. Серед наукових праць, зосереджених на визначенні ролі маркетингу в розвитку АПК, слід виділити роботи О.Ю. Бочко, Н.В. Белікової, О.П. Гоголі, Т.Г. Дудар, О.О. Єранкіна, Н.С. Ілляшенко, Г.Я. Левків, О.М.Овдіюка, І.О. Соловйова, О.А. Шуста та інших. У наукових дослідженнях Б.В. Губського, Л.Є. Мельника, І.Р. Михасюка, Г.І. Мостового, В.В. Радченка, В.П. Ситника, О.М. Шпичака значна роль відводиться саме системі державного регулювання аграрної сфери.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування доцільності впровадження маркетингового інструментарію в систему державного регулювання продовольчої сфери регіону; конкретизація напрямів маркетингового впливу державного регулювання на систему продовольчого забезпечення.

Основний матеріал і результати. Зміст державного регулювання визначається цілями, що стоять перед державними органами, а також засобами та інструментами, які має держава при проведенні політики регулювання продовольчої сфери регіону. У цілому, державну продовольчу

політику слід розглядати як механізм, що координує використання інструментів регулювання в конкретний період часу для досягнення національних інтересів. Іншими словами, державна продовольча політика – це сукупність заходів, спрямованих на впорядкування, коригування та підтримку соціально-економічних процесів розвитку продовольчої сфери, що забезпечують економічне зростання й необхідний рівень забезпечення продовольством, і якості життя населення. Таким чином, продовольчу політику можна визначити як систему заходів, сукупність дій з управління економікою системи продовольчого забезпечення, яка включає в себе певний набір елементів. Основними структурними елементами продовольчої політики є: галузева політика; антимонопольна політика, бюджетна політика, податкова політика, інвестиційна політика, митна політика; інші напрями державного регулювання у сфері продовольчого забезпечення. Окремо найважливішим елементом слід визнати напрями соціальної політики, що формують стабільність функціонування продовольчої системи.

Для досягнення своїх цілей держава повинна мати певні ресурси або кошти, котрі вона може використовувати при здійсненні регулюючої діяльності, а також знаряддя чи методи реалізації регулювання, тобто різні фактори, за допомогою яких здійснюється орієнтація регульованого об'єкта. Крім того, держава має володіти апаратом регулювання, тобто системою конкретних суб'єктів, що входять до структури держави і виконують функцію регулювання на рівні регіону. Об'єктами державного регулювання продовольчої сфери будемо називати ті умови, процеси й відносини у сфері суспільного відтворення, нормальне функціонування яких не забезпечується ринковим механізмом взагалі або забезпечується на низькому рівні. Як такі можна позначити: економічний цикл, грошовий оборот, науково-технічний прогрес, секторну, галузеву та регіональні структури господарства, економічний потенціал, зайнятість населення, платіжний баланс, умови конкуренції, а також соціальне забезпечення, навколишнє середовище, зовнішньоекономічну політику й ін. [1, с.156].

Суб'єктами державного регулювання системи продовольчого забезпечення регіону є носії та виконавці економічних (господарських) інтересів, які є юридичними і фізичними особами, а також утворені ними групи (спілки, об'єднання). До таких віднесемо державні органи управління, включаючи регіональні та місцеві інституційні утворення, і недержавні органи, до котрих належать різного роду об'єднання, що виражають інтереси певних верств та груп населення.

Як генеральну мету державного регулювання системи продовольчого забезпечення регіону слід розглядати сталий розвиток галузей продовольчої сфери при забезпеченні продовольчої безпеки. Таким чином, система державного регулювання покликана створити і підтримувати умови, що забезпечують стійкі позиції галузей продовольчої сфери в регіональній, національній економіці й на світовому ринку, а також забезпечити високий рівень життя населення та продовольчу незалежність [2]. Глобальна мета деталізується в системі генеральних цілей регулювання галузей і сфер продовольчого забезпечення, зокрема:

- забезпечення позитивної динаміки економічного зростання (розвиток загальних і специфічних для галузей факторів виробництва, створення умов для притоку вітчизняних та іноземних інвестицій);
- забезпечення високого рівня платоспроможного попиту (пряме й опосередковане регулювання цін, перерозподіл доходів);
- створення передумов для ефективної інтеграції в національну і світову економічну систему (оптимізація структури національної економіки, створення передумов для забезпечення конкурентних переваг галузей на міжнародних ринках);
- забезпечення соціальної сфери (регламентація трудових відносин, захист підприємницької діяльності);
- недопущення корпоративної економічної влади у галузях (регламентація процесу банкрутства, антимонопольна діяльність);
- забезпечення високого рівня кваліфікованої зайнятості (підтримка малого підприємництва, створення умов першочергового розміщення державних замовлень);
- забезпечення охорони навколишнього середовища й здоров'я населення (створення умов для впровадження ресурсозберігаючих та екологічних технологій виробництва, розвиток культури, науки, освіти, системи охорони здоров'я і медичного обслуговування).

Способами реалізації цілей виступають форми апріорного, апостеріорного та перспективно поточного регулювання. Способами реалізації державного регулювання, що мають перспективний характер, є: економічне прогнозування, програмування економічного розвитку, планування, індикативне планування [3, с. 95]. Способами реалізації державного регулювання продовольчої системи регіону, які мають поточний характер (апостеріорне регулювання), є: кон'юнктурні заходи

щодо пом'якшення тимчасових нерівностей, окремі заходи щодо стимулювання розвитку і зростання виробництва продовольчих товарів та сільськогосподарської сировини [4, с. 17].

Перспективно-поточне регулювання включає в себе регулювання на основі річних господарських програм-прогнозів розвитку галузі, складання і реалізацію спеціальних програм боротьби з нерівностями (структурними й кон'юнктурними), стимулювання економічного зростання в галузях системи продовольчого забезпечення [5, с. 54].

Державне регулювання продовольчої сфери регіону здійснюється різноманітними прямими і непрямими методами, які залежно від характеру впливу можна об'єднати в групи:

1) економічні методи (методи впливу на попит та пропозицію товарів, на умови формування економічних ресурсів, витрат і результатів, що включають: державне споживання, бюджетну політику, оподаткування, регулювання грошового обігу й надання кредитів, фінансування виробництва, регулювання цін на товари і тарифів на послуги);

2) адміністративно-економічні методи (контроль кредитної системи, контроль ціноутворення на продукцію галузі, контракти між державою та підприємцями, спілками підприємців (зі взаємними зобов'язаннями), кредитні, фіскальні «вбудовані стабілізатори») [6];

3) адміністративні методи (обмеження, що накладаються адміністративно і не стосуються руху вартісних факторів);

4) законодавчі методи (забезпечують правові основи діяльності суб'єктів, включаючи: захист прав власності, захист прав споживачів, антимонопольне законодавство, законодавство у сфері торговельної практики, сертифікацію, ліцензування виробництва та продажу окремих видів товарів, організацію державного контролю якості товарів і послуг та ін.);

5) інформаційно-орієнтовані методи (орієнтовані на забезпечення виробничих та інших підприємств комерційною інформацією (кон'юнктурною, статистичною, прогнозною), що дозволяє їм вибирати оптимальні шляхи реалізації поточних і перспективних завдань).

Для досягнення своїх цілей при здійсненні регулюючої діяльності держава має у своєму розпорядженні ресурси, до яких відносять: державний сектор у галузі продовольства (у сфері виробництва, інфраструктури, науки, кредитно-банківської та невиробничої сфери); державні фінанси; право держави бути законодавцем і інспектором; збір та переробку господарської інформації, прогнози.

Механізм регулювання продовольчої сфери регіону виключно складний, він являє собою сукупність безлічі механізмів. Фактично кожній меті відповідає свій механізм реалізації, і в кожному такому механізмі міститься кілька механізмів. Одна мета може бути реалізована в результаті взаємодії декількох механізмів, у той час як дія одного механізму – сприяти реалізації кількох цілей. Досягнення цілей державного регулювання здійснюється шляхом реалізації властивих йому функцій у просторах ініціювання цілей у процесі втручання держави у функціонування механізмів, що забезпечують сталий розвиток системи продовольчого забезпечення. Характер цього втручання може бути різним, так само як інструменти та форми, за допомогою яких воно може бути здійснене. Слід наголосити, що державне регулювання – це система заходів, взаємодія, несуперечність яких здатні зумовити позитивний ефект втручання держави у процес розвитку економіки галузі та забезпечити його стійкість.

Таку узгодженість заходів складної системи державного регулювання у сфері продовольчого забезпечення може гарантувати маркетинг як філософія прийняття рішень на рівні системи регулювання і як один з ефективних засобів.

Об'єктивність такого сучасного розширення сфер маркетингу обумовлена складною структурою управління системою продовольчого забезпечення, склад якої утворюють як державні, так і недержавні суб'єкти управління. Це визначає необхідність поєднання форм державного й ринкового регулювання, заснованих на принципах індикативного планування та пріоритетності напрямів розвитку. У таких умовах рішення формуються на основі детальної інформації про кон'юнктуру ринку, а вплив на ринок носить переважно стимулюючий та інформаційно-орієнтований характер стосовно виробництва і платоспроможного попиту, регульованих за допомогою маркетингових технологій та інструментів.

Комплексний характер розв'язання проблем продовольчого забезпечення – найважливіше із завдань держави та її регіонів – дозволяє розглядати маркетинг як особливий підхід до управління сферою продовольчого забезпечення [7, с. 99]. Комплексність, виступаючи одним із принципів класичної теорії маркетингу щодо мезо- і макрорівня його реалізації, відіграє визначальну роль у системі заходів регулювання продовольчого ринку й формує націленість на соціально-суспільний ефект функціонування системи продовольчого забезпечення (табл. 1).

**Напрямки маркетингового впливу державного регулювання
на систему продовольчого забезпечення**

Об'єкт впливу	Маркетинговий вплив у системі державного регулювання	Інструменти державного регулювання
1	2	3
Попит	Моніторинг обсягів і структури платоспроможного попиту. Інформаційний супровід купівельних рішень. Формування попиту на нові види продукції. Стимулювання попиту на продукцію місцевого виробництва. Демаркетинг видів продукції, які є шкідливими для здоров'я людини. Формування культури харчування і прагнення до здорового способу життя [8, с. 41–42].	Зростання заробітної плати, соціальних виплат і допомог населенню. Субсидії населенню з низьким рівнем доходів. Регулювання цін на продовольчі товари та сільськогосподарську сировину. Система державного резерву продовольства й ін.
Пропозиція	Стимулювання виробництва місцевих товаровиробників. Сприяння просуванню продукції місцевого виробництва. Стимулювання розвитку нових видів виробництв. Стимулювання та сприяння впровадженню нових технологій виробництва й систем якості на підприємствах. Сприяння інтернаціональним процесам у сфері виробництва продовольства.	Податкове регулювання. Цільові субсидії, пільгове кредитування, товарні та закупівельні інтервенції. Система стандартизації й сертифікації. Квотування і ліцензування виробництва. Державне страхування ризиків неплатежів виробників та ін.
Системи розподілу	Стимулювання розвитку та створення логістичних систем збуту продукції місцевого виробництва. Стимулювання розвитку систем і форматів оптової та роздрібної торгівлі. Маркетинг партнерських відносин на продовольчому ринку. Інформаційне забезпечення ринку продовольчих товарів. Моніторинг ринку роздрібних і оптових продажів продовольчих товарів.	Регулювання оптових продовольчих ринків. Система біржової торгівлі. Ліцензування підприємств торгівлі, зберігання, складування і транспортування. Контроль дотримання правил торгівлі та якості обслуговування й ін.
Конкуренція	Формування конкурентного середовища. Стимулювання розвитку конкурентних переваг місцевих товаровиробників. Симулювання зростання конкурентоспроможності продовольчої продукції місцевого виробництва. Стимулювання розвитку різних форм бізнесу в системі продовольчого забезпечення. Інформаційне забезпечення оцінки стану конкуренції.	Антимонопольне регулювання. Регулювання цін на продовольчі товари і тарифів природних монополій. Регулювання рекламної діяльності суб'єктів ринку. Регулювання сфери малого бізнесу та підприємництва й ін.
Інвестиційна привабливість	Розвиток приватно-державного партнерства в системі забезпечення продовольством. Стимулювання розвитку нових видів виробництв. Стимулювання та сприяння впровадженню нових технологій у продовольчій сфері. Сприяння інтеграційним процесам у системі продовольчого забезпечення регіону [9, с. 55]. Стимулювання розвитку різних форм бізнесу в продовольчій сфері.	Створення преференції за новими технологіями та обладнанням. Податкові канікули або зниження податків на період окупності. Підтримка підготовки кадрів нових професій, сфер і сегментів галузей. Зниження мита на нові технології й експорт нових продуктів.
Зовнішньоекономічні зв'язки	Демаркетинг імпоротної продукції, яка не відповідає вимогам здорового харчування. Стимулювання експортного виробництва продукції харчування місцевих товаровиробників. Просування продовольчих товарів вітчизняного виробництва на ринках експорту. Сприяння впровадженню нових конкурентоспроможних технологій і систем якості виробництва та продажу продовольчих товарів.	Ліцензування суб'єктів експортно-імпоротної діяльності. Експортно-імпорتنі квоти. Ембарго на поставку продовольства і сільськогосподарської сировини. Обмеження за якістю продукції. Субсидування та кредитування експорту й ін.

Сучасні вимоги більш високого рівня адаптованості результатів функціонування економічних систем, якою є сфера продовольчого забезпечення, до потреб суспільства призводять до зміни парадигми управління.

Висновки. Необхідність використання маркетингової інструментарію при формуванні сукупності заходів регулюючого впливу на систему продовольчого забезпечення на макро- та мезорівнях визначається цільовими настановами держави, найважливіше значення серед котрих має реалізація соціальних цінностей, зокрема збереження здоров'я людини, майбутніх поколінь і добробуту суспільства в цілому. Метою регулювання ринку продовольства як на рівні держави в цілому, так і її регіонів є підвищення якості життя та, зокрема, якості харчування. Цілями маркетингового впливу виступає стимулювання попиту, його формування, а також стимулювання виробництва продовольчих товарів, створення умов забезпечення їх якості й конкурентоспроможності. Такі цілі спрямовані на якісне задоволення потреб населення в продовольстві, що дозволяє стверджувати про необхідність застосування маркетингових технологій у системі управління продовольчою галуззю народного господарства. Пошук оптимального варіанта взаємодії між механізмами державного і ринкового регулювання економіки збагачує зміст управління.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Єранкін О.О. Маркетинг в АПК України в умовах глобалізації: монографія / О.О. Єранкін. – К.: КНЕУ, 2009. – 419 с.
2. Положенцева К.Л. Методологічні основи державного регулювання агропромислового комплексу регіону / К.Л. Положенцева. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/DUTP/2005-2/txts/galuz/05lmaseu.pdf>
3. Дудар Т.Г. Організаційно-економічні засади формування і розвитку системи агромаркетингу / Т.Г. Дудар // Економіка АПК. – 2006. – №10. – С. 89 – 97.
4. Белікова Н.В. Інноваційні напрями розвитку маркетингу в сфері агропромислового комплексу / Н.В. Белікова // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2014. – Ч. 4, вип. 6. – С. 15 – 18.
5. Ілляшенко Н.С. Організаційно-економічні засади інноваційного маркетингу промислових підприємств: монографія / Н.С. Ілляшенко. – Суми : Вид-во СумДУ, 2011. – 192 с.
6. Шуст О.А. Маркетинг як інструмент інноваційно-орієнтованого розвитку АПК / О.А. Шуст // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства. Економічні науки. – 2010. – Вип. 97 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_97/51.pdf
7. Левків Г.Я. Формування механізму інноваційного забезпечення маркетингового менеджменту на підприємствах АПК / Г.Я. Левків, А.В. Портнова, А.М. Каньоса // Вісник Хмельницького національного університету. – 2014. – Т. 2, № 2. – С. 98 – 102.
8. Magesa M. Agricultural Market Information Services in Developing Countries: A Review / M. Magesa, M. Kisangiri, J. Ko // Advances in Computer Science: an International Journal. – 2014. – Vol. 3 (3), No. 9. – P. 38 – 47.
9. Roy M. Agricultural Marketing: New Challenges / M. Roy // International Journal of Humanities and Applied Sciences. – No. 1 (2). – P. 54 – 57.
10. The CAP Towards 2020: Meeting the Food, Natural Resources and Territorial Challenges of the Future / COM (2010) 672. – European Commission, Brussels, 2010. – 15 p.

УДК 338.439:658.8

Коломицева Олена Віталіївна, доктор економічних наук, професор. **Шевченко Наталія Вікторівна**, старший викладач. Черкаський державний технологічний університет. **Маркетинговий вплив у системі державного регулювання продовольчої сфери регіону.** Досліджено сучасну політику державного регулювання продовольчої сфери регіону. Відзначено головні цілі державного регулювання галузей і сфер продовольчого забезпечення регіону та окреслено ряд способів їх реалізації. Обґрунтовано необхідність упровадження маркетингового інструментарію в систему державного регулювання продовольчої сфери регіону. Конкретизовано напрями маркетингового впливу державного регулювання на систему продовольчого забезпечення.

Ключові слова: державне регулювання, продовольча сфера регіону, продовольче забезпечення, маркетинговий вплив.

UDC 338.439:658.8

Kolomytseva Elena, doctor of economic Sciences, Professor. **Shevchenko Natalya**, teacher. Cherkasy state technological University. **Marketing influence in the system of region food sphere state regulation.** The current policy of region food sphere state regulation was investigated. The main objectives of state regulation of branches and spheres of food security in the region and a number of ways to implement them were outlined. The necessity of introduction of marketing tools in the system of region food sphere state regulation was justified. Areas of marketing impact of government regulation on the food supply system were specified.

Keywords: state regulation, the food industry in the region, food security, marketing influence.

УДК 338.439:658.8

Коломицева Елена Витальевна, доктор экономических наук, профессор. **Шевченко Наталья Викторовна**, старший преподаватель. Черкасский государственный технологический университет. **Маркетинговое влияние в системе государственного регулирования продовольственной сферы региона.** Исследована современная политика государственного регулирования продовольственной сферы региона. Отмечены главные цели государственного регулирования отраслей и сфер продовольственного обеспечения региона и намечен ряд способов их реализации. Обоснована необходимость внедрения маркетингового инструментария в систему государственного регулирования продовольственной сферы региона. Конкретизированы направления маркетингового воздействия государственного регулирования на систему продовольственного обеспечения.

Ключевые слова: государственное регулирование, продовольственная сфера региона, продовольственное обеспечение, маркетинговое влияние.