

МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ РЕГІОНУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

У статті висвітлено місце українського регіону в глобальній економічній системі. Розглянуто шляхи використання сучасних маркетингових механізмів у процесі прийняття рішень у сфері соціально-економічного розвитку українських регіонів, які дають можливість суттєво оптимізувати процеси їх інтеграції в глобальний економічний простір. Запропоновано алгоритм оптимізації соціально-економічного розвитку регіону за рахунок використання маркетингового підходу до підвищення ефективності його зовнішньоекономічних зв'язків, що дає змогу виявити, у яких сферах та наскільки активовані зовнішні неекономічні зв'язки регіону, які їх недоліки на шляху усунення.

Ключові слова: регіон, міжнародний маркетинг, глобальний економічний простір, інтеграція, зростання, ціль, система, регіоналізація, механізм.

I. Вступ

На сьогодні дія глобалізації світової економіки передбачає глибоке взаємопроникнення національних і регіональних економік у систему міжнародних економічних відносин. Глобалізація, як відомо, являє собою процес перетворення світового господарства в єдиний ринок товарів, послуг, капіталів, робочої сили та знань. Так, розвиток загальних зв'язків є підґрунтям для нового різновиду цілісності – глобального господарювання.

II. Постановка завдання

Епоха глобалізації висуває нові виклики, серед яких – зміна форм і функцій сучасної країни. Країна все більше втрачає образ зовнішньо і внутрішньо недоторканного суб'єкта міжнародних відносин і відіграє роль транзитного органа, який повинен надавати всілякі послуги своїм жителям у різних сферах їх взаємодії з глобальним світом і локальними ореолами існування.

Мета статті – розглянути міжнародний маркетинг регіону в умовах глобалізації.

Глобалізація різко збільшила ступінь відкритості національних економічних і соціальних систем, інтенсифікувавши взаємообмін інформацією, людьми, капіталами, товарами та послугами, культурними та духовними цінностями. Глобалізація економічного життя веде до розмиття меж між внутрішнім і світовим ринком. Це послаблює суверенітет національної держави і підбадьорює автономію регіонів, які відносять себе вже не тільки до господарських систем, але й до системи вищого рівня – світовим [1; 2]. Ця ситуація закономірно призвела до виходу регіонів на чільне місце, поряд з національними державами, в процесах інтернаціоналізації економіки. Разом з тим постає завдання за допомогою сучасних маркетингових механізмів під час прийняття рішень у сфері соціально-економічного розвитку українських

регіонів оптимізувати процеси їх інтеграції у глобальний економічний простір.

III. Результати

Дослідники відмічають суперечливий характер глобальних процесів. З одного боку, глобалізація економіки дає змогу за рахунок оптимізації системи міжнародного розподілу праці, зниження митних бар'єрів зменшувати витрати виробництва, дає змогу розповсюджувати нові технології, залучати капітали транснаціональних корпорацій і транснаціональних банків до вирішення проблем модернізації економіки і прискорення розвитку окремих країн (регіонів). З іншого, це призводить до розмиття державних кордонів (національні господарства “розламуються” на частини, які становляться частинами відтворених глобальних циклів) і загострення конкуренції на ринку товарів, послуг, капіталів.

У працях І. Заблудської [3], В. Захарченко [4; 5], Ж.-Ж. Ламбен [6], Б. Кліняненко [7], М. Коваленко [8], В. Дубницького [9], П. Черномаз [10] недостатньо висвітлено питання якості соціально-економічного розвитку регіонів з урахуванням використання механізму регіонального маркетингу в умовах інтеграції вітчизняних регіонів у глобальний економічний простір.

Оптимальною організаційною формою держави, яка найкращим чином підходить до умов глобалізації, наявності та загострення зовнішніх воєнних загроз, є унітарна. Вона припускає існування мінімум двох рівнів влади, закріплених не стільки вертикальними, скільки горизонтальними зв'язками, створює умови для децентралізованої влади, яка забезпечує її поліцентризм і стійкий розвиток демократії та ліберальних цінностей [1].

У силу особистостей географічного положення, етнічного складу населення, історичної та політичної спадковості унітаризм для Украї-

ни виглядає не тільки оптимальним, але й неминучим вибором. Зокрема, відносини між регіонами й центром, по суті, прийняли форму торгу між політичною елітою, оскільки культура унітарної форми неподільна від компромісу та узгодження інтересів. В основі лежать демократичні та ліберальні цінності: така культура припускає постійний облік та відповідне правове оформлення та переоформлення всіх існуючих суспільних, громадських та індивідуальних інтересів. У пострадянській Україні лібералізація унітарних відносин тісно пов'язана з інтенсифікацією процесу регіоналізації.

У територіальній організації суспільства своєчасний регіон виділяється у відносно автономне створення зі специфічною соціально-економічною, матеріально-виробничою, екологічною сферою буття та життєдіяльності населення [2; 3; 9].

Сутність процесу просторового розвитку України – крупномасштабного перерозподілу власних повноважень та власності між центром і регіонами – відображає поняття “регіоналізація”. Вона передбачає виділення в простір економічних, політичних і соціокультурних товариств [3, с. 49]. Відповідно “регіон” – це самостійне просторове локалізоване товариство; це частина території, яка володіє певною цілісністю, яка відрізняється сукупністю природно або історично створених економіко-географічних умов і національного складу населення і, звичайно ж, маючи визначені кордони, але не тільки адміністративно-територіальні, а й географічні, економічні або соціокультурні [1; 3].

При переході від централізованої до ліберальної моделі економічного розвитку принципово змінюється рух регіональних процесів, оскільки істотно скорочуються можливості країн у регулюванні регіональних пропорцій економіки й соціальної сфери. Децентралізація регіонального розвитку відбувається в умовах лібералізації зовнішньоекономічної діяльності і входження колишніх соціалістичних країн у глобальну економіку, що має сильний вплив на формування нових територіальних пропорцій (диспропорцій) [5; 7].

Загальними процесами регіонального розвитку в Україні в процесі ринкових перетворень є: посилення міжрегіональних відмінностей, прискорений розвиток столичних центрів, більш висока динаміка розвитку західних регіонів країн, послаблення економічних зв'язків між районами країн, поява конкуренції між ними за бюджетні й інвестиційні ресурси, активізація зовнішньоекономічних зв'язків регіонів. Проблема зростаючих територіальних диспропорцій може бути пом'якшена в результаті цілеспрямованої, партнерської політики унітарного центра, регіональної і муніципальної влади, інвесторів.

Україна стоїть перед необхідністю адаптації регіональних структур своєї економіки до умов відкритої економіки: забезпечення переходу від внутрішньоматерикового до материково-при-

морському розміщенню експортного виробництва, поступова зміна структури українського експорту в бік виробництва високого рівня переробки; прискорений розвиток територій уздовж головних магістралей, які пов'язують основні центри української економіки з ЄС; розробка довгострокової стратегії розвитку прикордонних регіонів; реалізація комбінованої моделі економічного росту: розширення експортного потенціалу з одночасним розвитком імпортозаміщених виробництв [7].

Забезпечення стійкого росту української економіки можливе за умови збереження ліберального курсу й регулюючої децентралізації. У зв'язку з цим до стратегічних цілей політики регіонального розвитку віднесено:

- розширення і модернізація інфраструктури (транспорт і логістика, зв'язок, інформатика, охорона природного середовища, утилізація відходів тощо), яка забезпечує зростання конкурентоспроможності регіональної економіки;
- реструктуризація і диверсифікація економічної бази сільських регіонів шляхом розвитку малих і середніх міст, малих і середніх підприємств, підвищення інвестиційної привабливості, розширення рекреаційного потенціалу;
- розвиток людського потенціалу шляхом формування регіональних освітніх систем в узгодженні з реструктуризацією економіки та підвищенням мобільності трудових ресурсів;
- підтримка регіонів, які схильні до економічної маргіналізації (сільські території, міста, задіяні промисловим спадом, соціально несприятливі частини крупних міських агломерацій) шляхом активізації в них економічного та суспільного життя;
- створення особливих економічних зон з метою розвитку експорту, впровадження нових технологій, використання виробничого потенціалу, успадкованого від радянського періоду, створення робочих міст;
- розвиток міжнародних співпраць регіонів у межах прикордонних і прямих економічних, культурних і освітніх зв'язків з регіонами європейських країн.

Для багатьох українських регіонів міжнародні та зовнішньоекономічні зв'язки вже стали важливою умовою динамічного соціально-економічного розвитку, який дає змогу здійснювати взаємовигідну співпрацю, вільний обмін товарами, послугами, науково-технічними досягненнями, робочою силою, капіталами міжрегіональними, внутрішніми та міжнародними, зовнішніми, ринками в межах відкритої економіки [2].

Розвиток зовнішньоекономічної сфери регіонів пов'язано з дослідженням мезорівня економіки (рівень зовнішньоекономічних зв'язків регіону) та мікрорівня, який досліджує зовнішньоекономічну діяльність на території регіону.

На рис. 1 ілюстровано місце міжнародних і зовнішньоекономічних зв'язків регіону в глобальній економічній системі з обліком чинників, які впливають на їх розвиток.

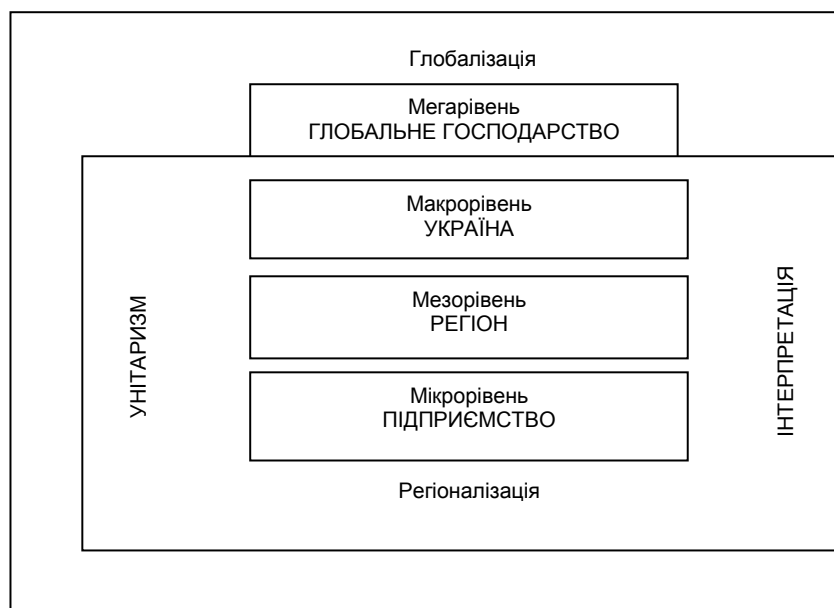


Рис. 1. Український регіон у глобальній економічній системі

В умовах глобального господарства, де економічна вигода суб'єкта економіки залежить від рівня його конкурентної діяльності й унітарного устрою країни, де регіони достатньою мірою самостійні в прийнятті політичних та економічних рішень, сучасний український регіон, щоб забезпечувати свій динамічний соціально-економічний розвиток, повинен бути найбільш цікавим як територія, куди більш вигідно вкладати інвестиції, перспективно переїжджати, жити та вести бізнес порівняно з іншими регіонами всього світу.

В умовах загостреної конкуренції в боротьбі за іноземні інвестиції, науково-технічні розробки, висококваліфіковану робочу силу, покупця експортної продукції та інше сучасний український регіон повинен володіти конкурентними перевагами порівняно з іншими регіонами країни та світу.

Стратегічні цілі розвитку регіональної економічної політики, такі як: розширення і модернізація інфраструктури, реструктуризація і диверсифікація економічної бази, підвищення людського потенціалу, активізація економічної і цивільного життя в депресивних регіонах, активізація міжнародного співробітництва регіонів будуть недосяжними без використання сучасних інструментів оптимізації соціально-економічного розвитку регіону. Йдеться про використання маркетингового підходу до реалізації регіональної політики просування регіону на глобальні економічні ринки. Сутність цього підходу визначається в перенесенні теоретичних розробок і практичних досягнень у сфері маркетингу і менеджменту з мікрорівня (економіки підприємства). Тут проявляється сфера діяльності нової для

України галузі знань – міжнародного маркетингу територій [8].

Міжнародний маркетинг регіону – це система заходів по залученню в регіон нових закордонних економічних агентів, які сприяють процвітанню загалом. Він може здійснитися у виді маркетингу землі, житла, зон господарської забудови, інвестицій, туристичного маркетингу та ін.

Міжнародний маркетинг регіону являє собою дійсний інструмент соціально-економічного розвитку регіону, який дає можливість застосовувати відносно регіону весь комплекс заходів, характерний для просування на ринок певного товару, зокрема певного бренду, під ім'ям якого зовнішньоекономічний комплекс регіону випускає свої експортні товари, надає послуги, здійснює роботи.

Використання міжнародного маркетингу регіону дає змогу підвищити ефективність зовнішньоекономічних зв'язків та, як наслідок, оптимізувати його соціально-економічний розвиток. Міжнародний маркетинг регіону передбачає розробку комплексу заходів по просуванню зовнішньоекономічного потенціалу регіону на закордонних ринках.

Отже, важливо здійснити комплексне маркетингове дослідження внутрішньонаціональних регіонів, що передбачає дослідження передумов та оцінку можливостей інтеграції конкретного регіону в глобальний економічний простір з тим, щоб на його основі вибрати ефективні напрями комунікаційної стратегії регіону.

На наш погляд, алгоритм оптимізації соціально-економічного розвитку регіону за рахунок використання маркетингового підходу до підвищення ефективності його зовнішньоекономічних зв'язків можна подати у вигляді рис. 2.

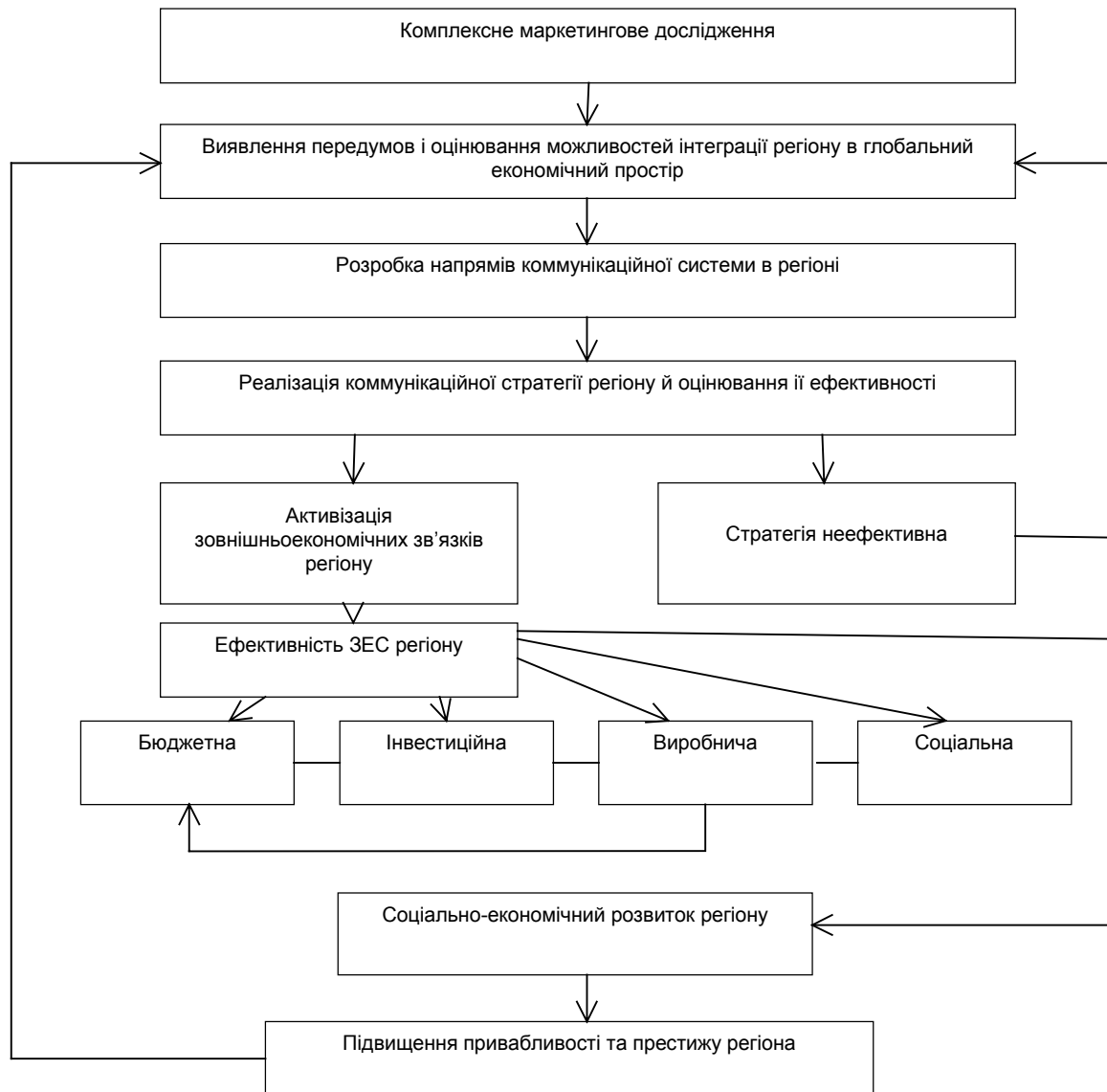


Рис. 2. Маркетинговий підхід у підвищенні ефективності зовнішньоекономічної діяльності регіону

Оцінювання ефективності реалізації комунікаційної стратегії регіону дає змогу виявити, у яких сферах та наскільки активовані зовнішні неекономічні зв'язки регіону, які недоліки на шляху їх усунення.

Ефективність від активізації і оптимізації зовнішньоекономічних зв'язків країни має прояв у таких сферах:

- а) бюджетній – за рахунок напливу митних платежів від експорту/імпорту товарів та послуг, збільшення податкових платежів експортно-орієнтованих та суміжних з іноземним капіталом підприємств;
- б) інвестиційній – за рахунок напливу іноземних інвестицій і збільшенні інвестицій вітчизняних (від експорту);
- в) виробничій – за рахунок модернізації технологічної та виробничої бази (при імпорті обладнання, торгівлі ліцензіями, організації сумісних підприємств, міжнародному фінансовому лізингу);

г) соціальній – за рахунок збільшення зайнятості при нарощуванні експортного виробництва, відкриття сумісних підприємств.

1. Прояв ефективності ЗЕС у бюджетній сфері стимулює збільшення бюджетних витрат на соціальну сферу, державні інвестиції підприємствами й організаціями.
2. Активізація інвестиційної діяльності стимулює виробничу сферу, підвищує виробничу діяльність і конкурентоспроможність виробництва, що, у свою чергу, підвищує його інвестиційну привабливість, активізує процеси реінвестування та стимулює бюджетну сферу в частині збільшення прибуткової частини бюджету від оподаткування підприємств.
3. Стимулювання виробничої сфери веде за собою також збільшення зайнятості, підвищення покупної можливості населення, задоволення потреб населення, зростання рівня життя.
4. Розвиток соціальної сфери стимулює виробничу, інвестиційну та бюджетну сферу за

рахунок збільшення попиту на виробничу продукцію та поповнення підприємств кваліфікованою робочою силою, за рахунок реінвестування приватних накопичувань у виробництво, за рахунок податків у бюджет.

IV. Висновки

Збільшення прибуткової частини бюджету, збільшення соціальної складової витратної частини, підвищення інвестиційної привабливості, підприємств і регіону загалом, підвищення виробництва і конкурентоспроможності виробництва, збільшення попитної спроможності населення, зростання рівня життя є показниками активного соціально-економічного розвитку території. Бурхливий соціально-економічний розвиток підвищує не тільки престиж території, а й загалом її привабливість для закордонних партнерів, значущість залучення яких передбачає виявлення нових передумов і врахування досягнень переоцінювання можливостей реалізації нових напрямів інтеграції регіону в глобальний економічний простір.

Таким чином, використовуючи сучасні маркетингові механізми в процесі прийняття рішень у сфері соціально-економічного розвитку українських регіонів, можливо суттєво оптимізувати процеси їх інтеграції в глобальний економічний простір.

Список використаної літератури

1. Заблодская И. В. Экономика региона: структура, состояние, перспективы : монография / И. В. Заблодская. – Луганск : Ноулидж, 2010. – 248 с.
2. Захарченко В. И. Менеджмент во внешнеэкономической деятельности : уч. пособ. / В. И. Захарченко. – Харьков : Одиссей, 2003. – 395 с.
3. Захарченко В. И. Сущность и структура пространственного управления региональными процессами / В. И. Захарченко // Ринкова економіка: сучасна теорія та практика управління. – 2007. – Т. 10. – Вип. 14. – С. 48–59.
4. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический менеджмент. Европейская перспектива: пер. с фр. / Ж.-Ж. Ламбен. – Санкт-Петербург : Наука, 1996. – 589 с.
5. Моделирование социально-экономического развития региона : монография / Б. Т. Клияненко. – Луганск : Изд-во ВНУ, 2001. – 140 с.
6. Регіональний менеджмент : навч. посіб. / під ред. М. А. Коваленко. – Херсон : Олді-плюс, 2004. – 304 с.
7. Трансформация промышленного комплекса региона: проблемы управления развитием : монография / под общ. ред. В. И. Дубницкого, И. П. Булеева. – Донецк : Юго-Восток, 2008. – 548 с.
8. Черномаз П. О. Концепція регіонального маркетингу: визначення і використання / П. О. Черномаз // Регіон: стратегія і пріоритети. – 2001. – Т. 1. – № 1. – С. 34–41.

Стаття надійшла до редакції 11.11.2015.

Метиль Т. К. Международный маркетинг региона в условиях глобализации

В статье исследуется место украинского региона в глобальной экономической системе. Рассматриваются пути использования современных маркетинговых механизмов в процессе принятия решений в сфере социально-экономического развития украинских регионов, которые дают возможность существенно оптимизировать процессы их интеграции в глобальное экономическое пространство.

Предлагается алгоритм оптимизации социально-экономического развития региона за счёт использования маркетингового подхода к повышению эффективности его внешнеэкономических связей, что позволяет выявить, в каких сферах и насколько активированы внешние неэкономические связи региона, какие их недостатки на пути ликвидации.

Ключевые слова: регион, международный маркетинг, глобальное экономическое пространство, интеграция, рост, цель, система регионализация, механизм.

Metil T. The International Marketing of the Region in the Context of Globalization

In the article the role of Ukrainian region in the global economic system. The author examines how the use of modern marketing mechanisms in decision-making in the field of socio-economic development of Ukrainian regions, which make it possible to significantly optimize their processes of integration into the global economic space.

In the context of heightened competition for foreign investment, research and development, highly skilled labor force, the buyer of exports and other modern Ukrainian region should have a competitive advantage over other regions of the country and the world. That is why the article is devoted to place Ukrainian region in the global economic system.

The author examines how the use modern marketing making decision mechanisms in the field of social and economic development of Ukrainian regions, which makes it possible to significantly optimize their processes of integration into the global economic space. We are talking about the use of the marketing approach to the implementation of regional policy promotion of the region to global economic markets. The essence of this approach is defined in the transfer of theoretical developments and practical achievements in the field of marketing and management from the micro-level (business economics). A new field of activity for Ukraine study field as international marketing areas has being manifested.

The international marketing of the region is a real instrument of social and economic development of the region, which makes it possible to apply to the region's entire range of activities typical to market a particular product, or rather, a certain brand, the name of which the external economic complex of the region produces its exports, has services, carries out the work.

Using the international marketing of the region to improve the efficiency of foreign economic relations and, as a consequence, to optimize its social and economic development. The international marketing of the region involves the development of a set of measures for the promotion of external economic potential of the region in the foreign markets.

In this regard, the author proposes an algorithm to optimize the social and economic development of the region through the using the marketing approach to increase the effectiveness of its foreign economic relations. This will reveal, in what areas and how well activated foreign not economical relations of the region, their shortcomings in the way of solutions.

Key words: *region, international marketing, global economic space, the integration, growth, goal, regionalization system mechanism.*