

10. Микитенко В.В. Потенціал національної промисловості: цілі та механізми ефективного розвитку: Монографія [Текст] / [Кіндзерський Ю.В., Микитенко В.В., Якубовський М.М. та ін.]; за наук. ред. к.е.н., с.н.с. Ю.В. Кінзерського; НАН України; Ін-т економіки та прогнозування НАН України. – К.: Вид-во ІЕП НАН України, 2009. – 928 с.

11. Демешок О.О. Економічна безпека промисловості: цільовий функціонал та технології управління: Монографія [Текст] / Демешок О.О., Микитенко В.В. – Київ, ДУ «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку НАН України», МНТУ ім. академіка Юрія Бугая МОН України, 2012. – 650 с.

УДК: 339.138

В.А. ЧЕБОТАРЬОВ,

д.е.н., доцент, Луганський національний університет ім. Тараса Шевченка

Вихідні науково-теоретичні засади забезпечення перспективного розвитку агропродовольчого комплексу та зміст його маркетингової складової

Обґрунтовано пропозиції щодо розробки моделі забезпечення перспективного розвитку агропродовольчого комплексу України з визначенням сутності його етапів та необхідних заходів маркетингового супроводу.

Ключові слова: агропродовольчий комплекс, модель, перспективний розвиток, етап, маркетинг.

В.А. ЧЕБОТАРЕВ,

д.э.н., доцент, Луганский национальный университет им. Тараса Шевченко

Исходные научно-теоретические основы обеспечения перспективного развития агропродовольственного комплекса и содержание его маркетинговой составляющей

Обоснованы предложения по разработке модели обеспечения перспективного развития агропродовольственного комплекса Украины с определением сути его этапов и необходимых мер маркетингового сопровождения.

Ключевые слова: агропродовольственный комплекс, модель, перспективное развитие, этап, маркетинг.

V. CHEBOTAROV,

doctor of Economic Sciences Associate Professor, SI Luhansk Taras Shevchenko National University

Originals of scientific and theoretical basis of provision of prospective development of agrofood complex and the content of its marketing component

Grounded proposals to develop a model of scientific support of perspective development of agrofood complex of Ukraine with determining the essence of its phases and the measures of necessary marketing provision.

Keywords: agrofood complex, model, prospective development, phase, marketing.

Постановка проблеми. Формування ринкової економіки об'єктивно зумовлює необхідність опрацювання її маркетингових аспектів. Більш того, світовий досвід свідчить, що досягнення соціально орієнтованого рівня розвитку ринкової системи господарювання розробку маркетингових питань містить в якості одних з визначальних передумов. При цьому маркетинг набуває першочергового значення в науковому забезпеченні перспективного розвитку саме стратегічно важливих секторів економіки.

Агропродовольчий комплекс (АПК) України традиційно був, є і буде тим сектором національного господарства, який найбільшою мірою формує умови соціально-економічної стабільності в країні та виступає одним з її головних конкурентних чинників у системі міжнародного поділу праці.

Отже, постає важлива теоретико-методологічна, практична та інституціональна проблема опрацювання маркетингової складової наукового забезпечення перспективного розвитку вітчизняного АПК.

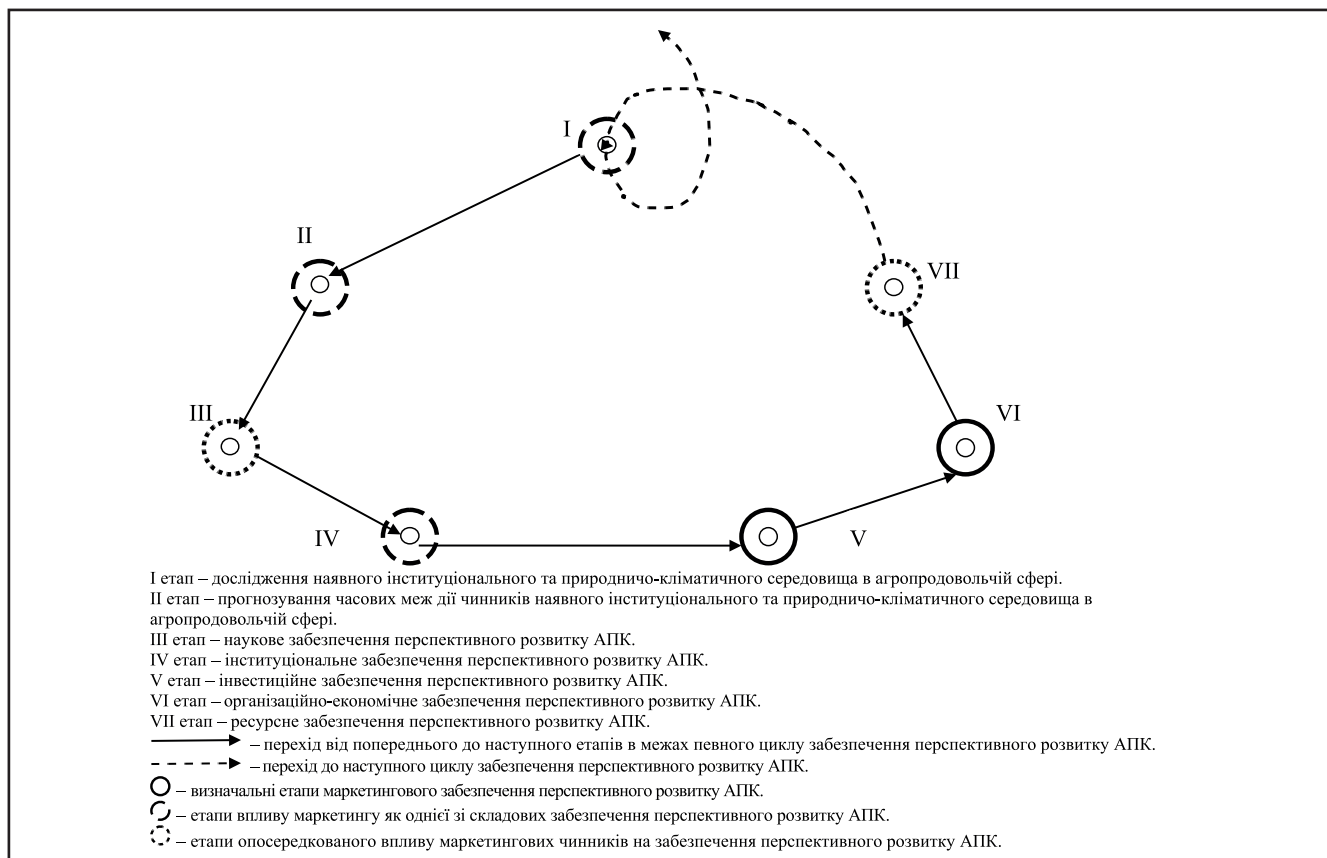
Тематика забезпечення перспективного розвитку агропродовольчої сфери загалом українськими вченими розглядається як одна з першочергових для вітчизняної науки. Протягом останніх десятиріч у цьому відношенні здійснено низку фундаментальних різнопланових розробок [1–7]. Уже

напрацьовано достатньо продуктивні підходи щодо реального запровадження маркетингу в господарську практику підприємницьких формувань агропродовольчої сфери [8, 9].

Разом із тим маркетингові питання забезпечення саме перспективного розвитку АПК не набули системних досліджень і дана проблема, як правило, залишається поза увагою авторів країн пострадянського простору.

Мета статті полягає в обґрунтуванні принципіального підходу щодо визначення теоретико-методологічних і науково-практичних засад забезпечення перспективного розвитку АПК України та виокремленні місця і ролі маркетингової складової розвитку даного сектору національного господарства.

Виклад основного матеріалу. Опрацювання загальнотеоретичних, емпіричних та інституціональних складових функціонування вітчизняної агропродовольчої сфери, а також узагальнення світового досвіду державного й наддержавного регулювання агробізнесу, дає підстави висунути принципову модель забезпечення перспективного розвитку АПК України та визначити її маркетинговий зміст. В укрупненому групуванні така модель містить наступні етапи та систему відповідних заходів регуляторної політики, спрямованих на її науково-практичний супровід (див. рис.).



Пропонована принципова модель забезпечення перспективного розвитку АПК України з визначенням його маркетингового змісту

Авторська розробка.

Загальна характеристика наведених етапів забезпечення перспективного розвитку АПК та відповідних маркетингових заходів полягає у такому.

Призначенням I етапу наведеної моделі є проведення якісної оцінки інституціональних та природничо-кліматичних чинників «навколишнього середовища» в агропродовольчій сфері. Окрім розкриття змісту та механізмів взаємозумовленості даних чинників така оцінка передбачає ранжування вагомості дії кожного чинника з використанням методу пізнання «за всіх інших рівнозначних умов».

При цьому чинники забезпечення соціального розвитку агропродовольчої сфери мають бути визначені як першочергові, оскільки в сучасних умовах реалії є такими, що саме вони виступають лімітуючими чинниками безпосередньо економічного розвитку АПК України загалом.

Сутність II етапу полягає у прогнозуванні часових меж дії визначених чинників інституціонального та природничо-кліматичного середовища на коротко-, середньо- та довгострокові терміни. У даному контексті може виникнути положення, що побудована на I етапі ієрархія вагомості дії чинників в умовах того чи іншого часового періоду з причин ситуаційних умов буде потребувати певного переформатування та корегування визначених пріоритетів.

На III етапі мають бути опрацьовані засади наукового забезпечення перспективного розвитку АПК за визначеними часовими термінами з виокремленням природно-охоронних, соціально-економічних та виробничо-технологічних блоків (попередній робочий варіант наукового забезпечення за да-

ною моделлю має виступати обов'язковою умовою остаточного офіційно прийнятого варіанту). Саме на даному етапі мають бути опрацьовані засади державної регуляторної політики у вітчизняному АПК: принципи й методи регулювання та підходи щодо їхньої практичної імплементації. Загальним підґрунтям реалізації таких заходів є доцільним визначити методику індикативного планування та програмно-цільового розвитку, застосування яких цілком виправдало себе в системі регулювання агробізнесу розвинених країн.

Особливо вагоме значення в контексті обґрунтування вихідних положень формування засад перспективного розвитку АПК має наступний IV етап. Його зміст полягає в інституціональному забезпеченні такого розвитку. В основу реалізації даного етапу є доцільним закласти визначення й закріплення в державному нормативно-правовому акті доктринальних засад розвитку АПК України. За зразок подібного нормативно-правового акту (в тому числі й визначення часових меж його дії: середньострокового терміну) найбільш обґрунтованим буде взяти Аграрні закони США (Federal Agricultural Improvement and Reform Act, 1996 (FAIR-1996), Food, Conservation and Energy Act of 2008 (2008 US Farm Bill) тощо) [10]. Узагальнення світового досвіду інституціонального забезпечення агробізнесу свідчить, що окрім цього з європейської практики є доцільним використати систему заходів Спільної аграрної політики Європейського Союзу (Common Agricultural Policy – CAP).

CAP на всіх етапах її розвитку від початку зародження на підґрунті науково-практичних розробок першого єврокомі-

сара з сільського господарства С. Маансхолта до сьогодення вибудовувалася й вибудовується завдяки економічно дієздатній державі як верховного інституціонального суб'єкта [11]. Слід враховувати, що реалізація CAP здійснюється головним чином через Структурний фонд Євросоюзу. В сучасних умовах до цього активно заохочується ще й Фонд регіонального розвитку ЄС [12]. Є підстави вважати, що повноцінне запровадження в АПК України євроінтеграційних механізмів у контексті Повної та всеосяжної зони вільної торгівлі з ЄС буде можливим лише за умов заснування спеціалізованих інституцій, які б безпосереднім чином співпрацювали зі Структурним фондом та Фондом регіонального розвитку.

Саме таким чином на поетапній основі колишні кандидати на вступ до ЄС – постсоціалістичні країни пристосували свої агропродовольчі сектори до умов Євросоюзу. В Республіці Польща, якій це вдалося зробити найбільш ефективно, такими інституціями стали Agencja Rynku Rolnego (ARR) – Агенція сільськогосподарських ринків (заснована в 1990 році), Agencja Wlasnosci Rolnej Skarbu Panstwa (ANR) – Агенція земельної нерухомості (1992) та Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa (ARiMR) – Агенція реструктуризації і модернізації сільського господарства (1993) [13].

Більш прикладну орієнтованість має V етап: інвестиційне забезпечення перспективного розвитку АПК. У методологічному плані воно має здійснюватись за принципом програмно-цільового розвитку (інструментарій його застосування, знов-таки, містить CAP, однак наробітки вітчизняної економічної науки стосовно планування розвитку економічних систем макро- і мікрорівнів ніяким чином не може бути ігноровано).

Інвестиційне забезпечення перспективного розвитку АПК насамперед теж потребує визначення свого нормативно-правового та прикладного методичного підґрунтя. Таку роль цілком у змозі відігравати, за умов відображення наведених вихідних положень, Державна цільова інвестиційна програма перспективного розвитку агропродовольчого комплексу України, розробка й прийняття якої вже найближчим часом є вкрай актуальною. В цьому відношенні базою розробки подібного роду Державної цільової інвестиційної програми може бути використана «Стратегія розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року» [14].

Зміст VI етапу (організаційно-економічне забезпечення перспективного розвитку АПК) полягає у визначенні необхідних конкретних механізмів державної регуляторної політики в даній сфері у межах коротко-, середньо- та довгострокових часових періодів. Систему таких механізмів має бути опрацьовано і за галузевою, і за територіальною ознакою й передбачати заохочення приватного (бажано – вітчизняного) капіталу, першою чергою в пріоритетні галузі українського АПК.

При цьому, по-перше, перелік таких галузей має бути достатньо обмеженим: у протилежному випадку не спрацює сам принцип пріоритетності. Є підстави вважати, що в межах середньострокової перспективи як пріоритетні галузі (і такі, які потребують особливої інституціональної підтримки) вітчизняного АПК є доцільним виокремити: зернову, цукрову, борошно-круп'яну, м'ясо- та молокопереробні галузі, а також виробництво екологічно чистої харчової продукції в усіх галузях і продуктів для дитячого харчування.

По-друге, реалізація заходів організаційно-економічного забезпечення перспективного розвитку виокремлених пріоритетних галузей має здійснюватись з прив'язкою не до сировинних підприємницьких структур (за аналогією підходу соціалістичної системи господарювання), а до структур сфери харчової та переробної промисловості. Виходячи із сучасного стану розвитку АПК України у цьому відношенні цілком прийнятними слід визнати агропродовольчі формування холдингового типу (агрохолдинги). Особливо такі, які у своєму «складі», окрім сировинних і переробних, мають також і підрозділи обслуговуючої та транспортної інфраструктури.

Призначенням заключного, VII етапу забезпечення перспективного розвитку АПК є визначення його ресурсного контексту. Це зумовлює необхідність виокремлення людських, природних та матеріально-технічних складових з їх наступним «спрямуванням» на ринкових засадах за галузями, регіонами і підприємницькими формуваннями з урахуванням визначених вихідних положень, опрацьованих на попередніх етапах пропонуваної моделі забезпечення перспективного розвитку АПК.

Наведена модель має саме принциповий, тобто укрупнено визначальний характер. Її функціональне призначення (на даному етапі дослідження) полягає в класифікації сутності забезпечення перспективного розвитку АПК та послідовності «кроків» науково-теоретичного, інституціонального й прикладного практичного характеру протягом певного циклу довгострокового періоду. Часові межі циклу такого періоду можуть складати близько 15–20 років; це – той термін, який є прийнятним в теорії і практиці планування стратегічного розвитку економічних систем і агрегатів макrorівня [15–17].

Формування нового якісного стану інституціонального середовища агропродовольчої сфери зумовлює входження в черговий (наступний) цикл забезпечення перспективного розвитку АПК зі здійсненням виокремлених заходів відповідно до нових соціально-економічних, природничо-кліматичних та науково-технічних умов.

Ще одне призначення наведеної моделі полягає у визначенні «місцеположення» маркетингу стосовно забезпечення перспективного розвитку даного сектору національного господарства. Виходячи зі змісту маркетингу та його ролі щодо забезпечення функціонування господарських систем, безпосереднє «включення» маркетингу в процес забезпечення перспективного розвитку агропродовольчого комплексу настає на інвестиційному та організаційно-економічному етапах.

При цьому слід зазначити, що дія маркетингових чинників є «присутньою» вже на першому етапі: значна частина чинників інституціонального середовища, що мають бути досліджені на даному етапі, тією чи іншою мірою є чинниками маркетингового середовища. Як наслідок, вони є обов'язковими і на другому етапі, призначенням якого є часове забезпечення чинників, виокремлених на першому етапі.

Отже, безпосереднім і суттєвим чином маркетинг на процес забезпечення перспективного розвитку АПК впливає на п'ятому та шостому етапах пропонуваної моделі. На першому, другому та четвертому етапах маркетингова складова є однією з інших, які у сукупності впливають на зазначений процес. Стосовно третього та сьомого етапів відмітимо таке: вони підтверджують вплив маркетингу в опосередкованому вигляді, що не дає підстав для його недооцінки, та тим більше – нехтування.

Такий висновок аж ніяким чином не є штучним та теоретизованим. Він детермінується самою суттю ринкової економіки: «маркетинг» та «ринок» (особливо цивілізований – соціально-орієнтований етап розвитку ринкової економіки) виступають не тільки як поняття, котрі в сучасних умовах є відображенням явищ одного й того ж рівня, а як відображення явищ, що є причинно-наслідковими у діалектиці формування суспільства.

Висновки

Формування цивілізованої моделі розвитку вітчизняного АПК, як і загалом – національного господарства, в умовах посилення нестабільності міжнародної кон'юнктури та загрози глобальних природничо-кліматичних й техногенних катаклізмів об'єктивно потребує опрацювання і вдосконалення стратегічних засад розвитку визначальних агрегатів української економіки. Вже протягом коротко- та середньо-строкової перспективи відсутність подібного роду науково обґрунтованих і практично прийнятних розробок стане одним з головних лімітуючих чинників стосовно розвитку АПК в цілому. При цьому все більшою мірою буде зростати й ціна можливих маркетингових прорахунків в її забезпеченні та посиленні соціальної спрямованості господарювання в агропродовольчій сфері.

Перспективи подальшого опрацювання даної проблеми полягають у конкретизації висунутої принципової моделі забезпечення перспективного розвитку АПК та відповідних маркетингових заходів з подальшим обґрунтуванням й практичним впровадженням пропозицій щодо вдосконалення маркетингового забезпечення виробничо-комерційної діяльності підприємницьких формувань цього стратегічно важливого сектору національного господарства.

Список використаних джерел

1. Концептуальні напрями Стратегії розвитку агропромислового комплексу та сільських територій України на період до 2020 р. – К.: ННЦ «Інститут аграрної економіки» УААН, 2008. – 48 с.
2. Національна доктрина реформування розвитку агропродовольчого комплексу України. [Електрон. ресурс]. Режим доступу: <http://vkpi.org.ua/a>
3. Про довгострокову стратегію сталого розвитку агропромислового комплексу / Трегубчук В.М., Пасхавер Б.Й., Юзефович А.Е., Прокопа І.В. та ін. // Економіка АПК. – 2005. – №7. – С. 11–33.
4. Про стратегію трансформації АПК і забезпечення продовольчої безпеки України: наук. доп. / за ред. І.І. Лукінова та П.Т. Саблука // Економіка АПК. – 2000. – №8. – С. 3–36.
5. Продовольчий комплекс: стан та перспективи розвитку в умовах глобалізації / А.О. Коваленко, С.І. Князев, Л.В. Дейнеко, Е.І. Шелудько та ін. – К.: Наук. світ, 2004. – 96 с.
6. Саблук П.Т. Національна доктрина продовольчої безпеки в Україні / П.Т. Саблук, Г.М. Калетнік, С.М. Кваша, В.І. Власов, М.А. Лисак // Економіка АПК. – 2011. – №8. – С. 3–11.
7. Стратегія розвитку харчової промисловості України та її регіонів (областей) на період до 2015 року / Л.В. Дейнеко, А.О. Коваленко, Л.В. Страшинська, Е.І. Шелудько; за ред. проф. Л.В. Дейнеко. – К.: РВПС України НАН України, 2004. – 212 с.
8. Залізнюк В. Прогнозування експортних можливостей українських підприємств на основі аналізу світових ринків продукції сільськогосподарства / В. Залізнюк // Маркетинг в Україні. – 2015. – №2 (89) – С. 46–53.
9. Янишин Я.С. Маркетинг як система управління виробничо-збутовою діяльністю аграрних підприємств / Я.С. Янишин, Ю.П. Кашуба // Економіка АПК. – 2014. – №3 – С. 61–65.
10. http://frwebgate.access.gpo.gov/cgi-bin/getdoc.cgi?dbname=110_cong_bills&docid=f:h2419enr.txt.pdf
11. Memorandum sur la reforme de l'agriculture dans la Communaute Europeene, Communication de la Commission des Communautes Europeennes, document COM (68) 1000. – Brussels, 1968.
12. http://europa.eu/legislation_summaries/agriculture/general_framework/.
13. Akty prawne Unii Europejskiej dotyczace mechanizmow WPR. ARR/ Warszawa, 2004. – 34 s.
14. Стратегія розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року / Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.10.2013 №806–п / <http://zakon4.rada.gov.ua/laws>.
15. Економіка України: стратегія і політика довгострокового розвитку / за ред. В.М. Гейця. – К.: Фенікс, 2003. – 1008 с.
16. Манцуров І.Г. Інституційне планування в системі державного регулювання економіки: монографія / І.Г. Манцуров. – К.: НДЕІ. 2012. – 655 с.
17. Методичні рекомендації щодо формування і прогнозування балансів продукції сільськогосподарства / О.Г. Шпикуляк, Ю.П. Воскобійник, А.В. Розгон. – К.: ННЦ ІАЕ, 2009. – 52 с.

УДК 332.1:004:338.3:338.49

А.В. КОЛОДІЙЧУК,

к. е. н., викладач Ужгородського торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

Нові організаційні просторові форми виробництва в українському прикордонні як рушій прискорення інформатизації економіки України

У статті охарактеризовано нові організаційні просторові форми виробництва в межах українського прикордоння та їхню роль у процесах інформатизації української економіки. Зокрема, дану характеристику подано за такими критеріями, як спосіб утворення, джерела фінансування діяльності, мета створення, спеціалізація, учасники, структура. Розкрито проблеми та перспективи їхнього розвитку. Окреслено механізм впровадження ІКТ через мережу нових просторових форм виробництва.

Ключові слова: нові просторові форми виробництва, організаційні форми, кластер, ІКТ, простір, інформатизація, економіка.