

Ю. М. Хвесик,  
кандидат економічних наук

# РОЗРОБКА СТРАТЕГІЙ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНИХ ПРОДОВОЛЬЧИХ РИНКІВ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

*Визначено характер інноваційних та інвестиційних процесів у регіоні на основі врахування впливу конкурентних факторів, що визначають успішний вихід на світовий ринок. Розроблено стратегії інноваційного розвитку регіональних ринків.*

*Character of innovative and investment processes is certain in a region on the basis of account of influencing of competition factors which determine the successful going into a world market. Strategies of innovative development of regional markets are developed.*

*Ключові слова: інвестиції, інновації, інноваційний розвиток, конкуренція, конкурентні фактори, світовий ринок, стратегія.*

## ВСТУП

В даний час інвестиційна політика на регіональному рівні управління знаходиться в стадії становлення. На сучасному етапі реформування національної економіки в галузі удосконалювання інвестиційної сфери необхідно визначити конкретні регіональні інвестиційні пріоритети; проводити постійний моніторинг фінансового становища продовольчих ринків регіонів для уточнення реальних можливостей їх самофінансування; забезпечити сполучення галузевого і регіонального підходів при розподілі засобів державного бюджету; проводити більш повний облік регіональних особливостей при проведенні ринкових реформ, що справляють вплив на інвестиційний процес; здійснювати заходи щодо створення рівних для всіх регіонів умов формування і використання місцевих продовольчих ресурсів.

## АНАЛІЗ ОСТАННІХ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Проблеми конкурентоспроможної діяльності висвітлені в працях В.Д. Андріанова, С.Ю. Глазьева, Б.М. Данилишина, С.І. Дорогунцова, Л.В. Дейнеко, А.В. Єнгібарова, М.І. Захматова, С.Г. Камолова, Є.Г. Кочетова, М.А. Кравця, Д.М. Крука, А.С. Лисецького, А.А. Мальцева, В.Н. Мосіна, Б.М. Мочалова, В.І. Пили, Б.П. Плишевського, В.А. Смирнова, Ю.В. Токарева, І.П. Фамінського, М.І. Фащевського, Е.Б. Фігурнова, О.М. Цигичко, Л.Г. Чернюк, В.С. Яцкова та інших учених-економістів. Взаємозв'язок стратегії маркетингу і методів ціноутворення на вироблену продукцію досліджують у своїх роботах С. Анікеєв, Ю.Б. Ємелін, А.Г. Рибалко, А.Л. Шапкін, Е. Маца та інші економісти.

## ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

— визначити характер інноваційних і інвестиційних процесів у регіоні на основі врахування впливу конкурентних факторів, що визначають успішний вихід на світовий ринок;  
— розробити стратегії інноваційного розвитку регіональних ринків.

## РЕЗУЛЬТАТИ

У наборі методологічного інструментарію підвищення продовольчої конкурентоздатності регіонів важливо визначити сутність інвестиційної політики. Вона являє собою складову частину економічної політики, що проводиться державою і підприємствами у вигляді встановлення структури і масштабів інвестицій в продовольчу сферу, напрямків їх використання, джерел одержання з урахуванням необхідності відновлення засобів і підвищення їх технічного рівня. У вітчизняній економічній науці методологія дослідження інвестиційного процесу як одного зі способів розвитку конкурентоздатності продовольчого ринку регіону відноситься до числа складних, тому що в її основу покладена багатокритеріальна оцінка цілого ряду факторів і тенденцій, які часто мають різне спрямування. Сутність факторного підходу до аналізу рівня конкурентоспроможності регіонального продовольчого ринку, розробленого вченими Інституту економіки НАН України, ґрунтується на наборі факторів — ресурсів, що об'єктивно впливають на інвестиційний клімат регіону в цілому.

До переваг факторного підходу оцінки інвестиційного клімату (привабливості) регіону в цілому та продовольчого ринку зокрема, на наш погляд, відносяться

облік багатьох факторів, можливість широкого використання статистичних даних, що зменшують суб'єктивізм експертних оцінок; можливість забезпечення максимально ефективного використання всіх джерел інвестицій, зв'язок інвестиційного клімату регіону з умовами діяльності інвестора.

Інвестиційний клімат продовольчого ринку регіону представляється як комплексна система, яка складається з двох підсистем: інвестиційного потенціалу виробництва продовольчих товарів регіону й інвестиційного ризику. За спільністю ознак фактори, що характеризують ту чи іншу складову інвестиційного потенціалу регіону (ресурсну, виробничу, споживчу, інфраструктурну, інноваційну, трудову, інституційну, фінансову), доцільно об'єднати в кілька груп.

Стосовно до регіону виділяються такі види ризиків: політичний, залежний від непередбачених наслідків проведеної регіональними лідерами і їх оточенням політики, від політичної поляризації населення регіону, виникнення конфліктних ситуацій з веденням воєнних дій; економічний, пов'язаний з динамікою економічних процесів у регіоні; соціальний, що характеризує рівень соціальної напруженості в регіоні; кримінальний, обумовлений динамікою і структурою злочинності в регіоні, і, насамперед злочинності у сфері економіки; екологічний, що розраховується за рівнем екологічної безпеки регіону; фінансовий, що відображає напруженість (дефіцитність) регіонального бюджету, сукупні фінансові результати діяльності господарських суб'єктів регіону; законодавчий, що характеризує сукупність правових норм, які регулюють економічні відносини на території регіону (місцеві податки, пільги, обмеження).

В Україні достатня висока мобільність інвестиційних процесів, коли неможливо тривалий час виявити стабільність інвестицій в одні і ті ж самі регіони. Висока мобільність пояснюється значною незбалансованістю регіонів за рівнем ризику. Стаючи лідером інвестиційних регіональних процесів, кожний з регіонів виділяє безліч власних проблем [1, с. 23].

На нашу думку, інвестиційна привабливість (інвестиційний клімат) регіону — явище динамічне. Найбільш прийнятним є підхід до цього явища на базі ризиків регіону.

Основним напрямом регіональної економічної політики повинно стати виявлення і пріоритетне інвестування економіки регіонів — "полюсів зростання". Однак інтереси регіональної влади і зовнішніх інвесторів часто не збігаються. Спрощуючи проблему, можна сказати, що влада зацікавлена в залученні якомога більшого обсягу зовнішніх, насамперед іноземних інвестицій. Тоді як інвестора цікавить, наскільки вагомим може бути вкладення засобів (ємність або потенціал інвестування) і наскільки воно ризиковано (ризик інвестування).

Регіональні інвестиційні ризики кореспондуються з тим, які взаємини встановлюються між регіоном і центром. Тому найбільше явно проглядаються такі причини регіональних інвестиційних ризиків: бюджетні взаємодії регіон-держава; зміна законодавства й особливо податкового законодавства, що може істотно змінити інвестиційну привабливість того або іншого регіону і підсилити інвестиційні ризики; динаміка інфляції в країні; зміна валютного законодавства і валютного курсу і т.д. [2, с. 59].

Від усього названого залежать проектні ризики регіону, їх забезпеченість засобами. Крім того, інвестиційні ризики регіону пов'язані зі зміною ринкової ситуації як усередині регіону, так і на міжрегіональному рівні. Не менше значення у формуванні регіональних

інвестиційних ризиків грає технічний рівень виробництва регіону в цілому і галузі, що претендує на приплив інвестицій.

Ми вважаємо, що інвестиційний ризик повинен розраховуватися по регіонах. Однак такі розрахунки поки робляться досить вибірково і не стали звичайною практикою управління конкурентоздатністю регіону.

В даний час в Україні інвестиційний клімат є дуже диференційованим по регіонах. Для іноземних інвесторів позитивними є такі позиції вітчизняного господарювання: великі масштаби ринку України, слабке освоєння цього ринку, значні сировинні можливості країни, можливість одержати велику норму прибутку на інвестиції. Однак соціально-політична нестабільність країни і регіонів, слабкий ступінь страхування інвестицій, корумпованість управління, нерозвиненість інфраструктури знижують привабливість регіонів України для інвестицій.

Деякий розвиток інвестиції одержують тільки за рахунок підприємств, за рахунок використання приватного капіталу. Оскільки конкурентоздатність продовольчого комплексу регіону вимагає підвищення, доцільно залучати до організації цього процесу не тільки засоби обласного бюджету, але й стимулювати активну участь приватного капіталу в інвестиційних процесах продовольчого комплексу області.

Розвиток конкурентоздатності продовольчого комплексу регіону залежить від складної системи взаємозалежних факторів, серед яких територіальне розташування і висококваліфікований персонал грають важливу, але не виняткову роль. Крім того, ні галузева структура, ні наявність нових високотехнологічних галузей не визначають повною мірою економічне зростання регіону. Новим інструментом підвищення динамічного розвитку продовольчого комплексу регіону є формування продовольчих або агропромислових кластерів — комплексів підприємств (продовольчих та сільськогосподарських компаній, дослідницьких центрів, наукових установ), органів регіонального управління, профспілок організацій на базі територіальної концентрації мереж спеціалізованих постачальників, основних виробників, переробників сільськогосподарської продукції і споживачів, пов'язаних технологічним ланцюжком. Ці комплекси виступають альтернативою секторальному (галузевому) підходу [3, с. 102].

Високу конкурентоздатність і стабільне економічне зростання насамперед визначають фактори, що стимулюють поширення нових технологій, визначають характер і структуру взаємодії науки, освіти, фінансування, державної політики і промисловості. Найбільш життєздатні кластери інноваційної активності формуються на основі диверсифікованості міжсекторальних (міжгалузевих) зв'язків. Значна кількість різних джерел технологічних знань і зв'язків полегшує комбінацію факторів виробництва і стає передумовою будь-якої інновації [4, с. 67].

Аналіз інноваційних і інвестиційних стратегій підприємств продовольчого комплексу свідчить про наявність небезпечних тенденцій. Більшість українських менеджерів (у тому числі працюючих у регіональних органах влади) починають реагувати і діяти тільки в тому випадку, коли проблеми, які потрібно вирішувати, вже виникли. Якщо менеджери намагаються тільки реагувати на те що відбулося, то постійно відстають, і регіональний продовольчий комплекс втрачає конкурентоздатність, система безпеки слабшає. Якщо вони починають діяти заздалегідь, до того, як щось відбувається,

тобто відповідно до науково обґрунтованих прогнозних сценаріїв, регіон випереджає конкуруючі регіони.

Будь-яка стратегія розвитку регіону розробляється в часі. У результаті узагальнення даних про інноваційні й інвестиційні процеси в продовольчому комплексі регіону нами виділені п'ять стратегій інноваційного регіонального маркетингу (ІРМ).

Стратегія зростання передбачає, що у продовольчому комплексі регіону відбувається поліпшення роботи відразу по декількох напрямках. Усі зусилля спрямовані на поліпшення виконання операцій, на пошук нових способів. Виявляються недоліки функціонування окремих компонентів регіону або суб'єктів і зусилля направляються на їх усунення. У результаті регіон починає функціонувати більш ефективно. На жаль, часто рішення приймаються постфактум, коли події уже відбулися.

Використовуючи цю стратегію, менеджери прагнуть удосконалити те, що погано працює. Удосконалюються окремі операції, але при цьому менше уваги звертається на інші. Розвиваються тільки вузькі місця. У результаті цих дій ті операції, що ігноруються, починають гальмувати процес розвитку комплексу в цілому [5, с. 54].

Основний компроміс, що виникає в цій стратегії, — як поєднати інтереси різних суб'єктів регіонального продовольчого комплексу в рамках одного компонента. Наприклад, для ефективного розвитку комплексу важливі розвиток і товарних, і інфраструктурних галузей. У рамках першої стратегії компроміс знайти практично неможливо. Стратегії охоплюють усі компоненти регіону (табл. 1).

Від деяких недоліків цієї стратегії дозволяє позбутися стратегія орієнтації на результат (СОР), що припускає розв'язку серйозної проблеми на окремі частини, мінімізацію й аналіз елементів. Використовуючи цю стратегію, ми можемо одержати тільки незначні результати. Спроби швидкого виправлення ситуації приводять до невдачі. Одна з причин, що це зумовлює, — пріоритетність особистих цілей у порівнянні з цілями комплексу або його суб'єкта. Недолік стратегії — незв'язаність між собою окремих результатів.

Основний компроміс, якого потрібно досягти, — визначення пріоритетності компонентів і функцій регіонального продовольчого комплексу. Виникає питання щодо ранжування важливості того або іншого компонента в комплексі. Колишній компроміс між суб'єктами компонента комплексу вирішується легше, оскільки акцент переноситься на пріоритетність самих його компонентів. Приклади заходів такої стратегії для продовольчого комплексу регіону наведені в табл. 2.

Деяких недоліків цієї стратегії дозволяє уникнути

Таблиця 1. Переваги і недоліки стратегії зростання

Компоненти	Заходи	Переваги	Недоліки
Ринок	Регулювання цін на окремих продовольчих ринках	Доступність товарів для споживачів	Нерівність у розвитку ринків
Економіка	Розвиток окремих підприємств, модернізація виробничих операцій	Розвиток перспективних підприємств	Відставання інфраструктури
Держава	Пом'якшення антимонопольного законодавства	Пільги, що стимулюють розвиток	Пом'якшення конкурентної боротьби

Таблиця 2. Переваги і недоліки стратегії орієнтації на результат

Компоненти	Заходи	Переваги	Недоліки
Ринок	Розвиток чітко визначених ринків	Ємність ринку продовольства в цілому збільшується	Інші ринки ігноруються, виникає дисбаланс
Економіка	Інновації, формування інфраструктури	Більш комплексний підхід	Дисбаланс у розвитку галузей
Держава	Регулювання торгівлі	Збільшується доступність товару	Ринковий механізм дає збій

Таблиця 3. Переваги і недоліки стратегії прогресу результатів

Компоненти	Заходи	Переваги	Недоліки
Ринок	Задоволення потреб	Робота на рівні очікувань споживачів	Пасивна стратегія
Економіка	Формування інфраструктури	Інфраструктура використовується відразу декількома підприємствами	Виникає розрив між галузями
Держава	Регулювання цін на енергоносії	Підтримка всієї регіональної економіки в цілому	Втручання в ринковий механізм

стратегія ступеня прогресу результатів (СПР) (табл. 3), що пов'язана із сучасними вимогами ринку і дозволяє оцінити отриманий результат. Весь комплекс пов'язаний системою загальних результатів. Результати роботи одних компонентів розглядаються з позицій їх впливу на функціонування інших компонентів. Результати фіксуються на поточний момент.

Крім оцінки внутрішніх результатів роботи компонентів, у систему включаються зовнішні результати, тобто результати міжгалузевого зв'язку. СПР припускає пріоритетність зовнішніх результатів, досягнутих комплексом стосовно внутрішніх, тобто до розвитку компонентів самого комплексу. Головним орієнтиром є результат міжгалузевих зв'язків. Робота окремих компонентів розглядається з позиції цього головного результату. Найбільш типовий результат, якого намагається досягти майже кожен господарський комплекс, в тому числі і продовольчий, — прагнення зайняти якомога більшу частку регіонального ринку. Ціль цього процесу залишається незрозумілою. Короткостроковий підхід захоплення ринку завдає величезної шкоди довгостроковим перспективам, наприклад підвищенню якості обслуговування або відновленню асортименту.

Основний компроміс, якого потрібно досягти, — визначення переважної орієнтації: усередину комплексу або назовні — на міжрегіональний ринок, на споживача. Колишній компроміс — пріоритетність компо-

**Таблиця 4. Переваги і недоліки стратегії управління за цілями**

Компоненти	Заходи	Переваги	Недоліки
Ринок	Формування попиту	Агресивна стратегія, ринок розвивається	Попит може бути надлишковим
Економіка	Зростання продуктивності	Зниження ціни при збереженні якості	Можлива криза надвиробництва
Держава	Зміцнення влади	Посилення важелів управління	Централізація влади

**Таблиця 5. Переваги і недоліки стратегії побудови моделей**

Компоненти	Заходи	Переваги	Недоліки
Ринок	Задоволеність споживачів	Свобода вибору	Зростання претензій
Економіка	Продуктивне підприємство	Задоволення зростаючого попиту	Ефект насичення
Держава	Сильна держава	Високий рівень конкурентоспроможності	Умови для диктату

нентів — пом'якшується, оскільки в рамках цієї стратегії існує загальний результат для всього комплексу в цілому.

Потрібно оцінити внесок кожного компонента або функції в загальний результат. Часто як результат розглядається копіювання чужого успішного досвіду, що приводить до розмивання позиціонування в міжгалузевому комплексі на основі розходжень. Високий рівень конкурентоздатності формується на основі унікальної відмінності регіонального продовольчого комплексу від таких же комплексів в регіонах-конкурентах. Споживачі і постачальники повинні розрізняти регіони між собою.

Для оцінки якості отриманого результату необхідно прогнозувати майбутнє і вміти ставити перспективні цілі. Їх допомагає визначити стратегія управління за цілями (СУЦ), що пов'язує теперішній стан в комплексі та його майбутнє. У масштабі всього продовольчого комплексу регіону вибудовується система цілей, що пов'язує один з одним усі компоненти.

Виходячи з загальної мети, визначаються цілі для окремих компонентів або функцій. Недолік стратегії в тому, що поставлені перед комплексом цілі можуть бути відірвані від моделі розвитку комплексу, яким він повинний бути в майбутньому, моделі міжгалузевих зв'язків і стану всього зовнішнього середовища; тобто існують цілі, але вони не вписані в модель майбутнього стану продовольчого комплексу. Ціль може бути свідомо поставлена недосяжна і демотивуюча.

Основним компромісом стратегії є ранжування цілей комплексу за пріоритетністю. Воно здійснюється на основі цілей, що ставляться перед окремими компонентами продовольчого комплексу. Колишні компроміси, що були в трьох попередніх стратегіях, у цій стратегії вирішуються легко (табл. 4).

Для постановки реальних цілей потрібно спочатку бачити майбутнє, а потім визначати цілі. Для цього використовується стратегія побудови моделей (СПМ), пов'язана з майбутнім. Синтезується якась ідея, що може принести успіх комплексу в майбутньому, моделюється зовнішнє оточення, яким воно буде в майбутньому, і будується модель розвитку комплексу, що буде успішно функціонувати в новій ситуації. СПМ є найбільш ризикованою з усіх п'яти стратегій, але вона дає найбільш повне уявлення про можливості успіху в конкурентній

боротьбі. Головним завданням побудувати модель майбутнього комплексу, модель майбутнього ринку. Необхідно чітко сформулювати, що саме регіональний продовольчий комплекс може запропонувати майбутньому ринкові. Основним компромісом стратегії є концентрація або диверсифікованість; чи буде пропонуватися вузький асортимент товарів вузькому колу споживачів або різноманітний асортимент широкому колу споживачів.

У менеджерів може бути кілька моделей майбутнього і потрібно знайти компроміс між ними. СПМ припускає пошук нових унікальних позицій на ринку. Тільки це може активізувати існуючих клієнтів і залучити нових (табл. 5).

Перші три стратегії припускають тактичні інновації і допомагають лише незначно підвищити рівень конкурентоспроможності продовольчого комплексу. Дві останні стратегії гарантують отримання комплексом явні конкурентні переваги. Вони допомагають додати стратегії розвитку регіонального продовольчого комплексу унікальність, зайняти вигідні стратегічні позиції в міжгалузевому комплексі, значно зміцнивши тим самим його економічну базу і підвищивши конкурентоздатність.

## ВИСНОВКИ

У результаті узагальнення даних про інноваційні й інвестиційні процеси в продовольчому комплексі регіону нами виділено п'ять стратегій інноваційного регіонального маркетингу (ІРМ), які враховують минулий досвід, закономірності сучасного етапу функціонування продовольчого комплексу та тенденції його розвитку на перспективу. Розроблені стратегії мають певні переваги і недоліки, проте дозволяють з достатнім ступенем точності передбачити процеси, що відбуватимуться в продовольчому комплексі та наростити його конкурентоздатність.

## Література:

1. Гончарук Т.І. Конкуренція і конкурентоспроможність: зміст і розвиток у перехідній економіці. — Суми: ВВП "Мрія — 1" ЛТД, УАБС, 2003. — 60 с.
2. Портер М.Е. Стратегія конкуренції. — К.: Основа, 1998. — 390 с.
3. Саблук П.Т., Малік М.Й., Валентинов В.Л. Формування міжгалузевих відносин: проблеми теорії та методології. — К.: ІАЕ, 2002. — 294 с.
4. Генеза ринкової економіки (політекономія, мікроекономіка, макроекономіка, економічний аналіз, економічна політика, менеджмент, маркетинг, фінанси, банки, інвестиції, біржова діяльність): Терміни, поняття, персоналії. Укладачі В.С. Істемчук, В.А. Григорьев, М.І. Манилич, Г.Д. Шутак. За наук. ред. Г.І. Башнянина і В.С. Істемчука. — К.: Магнолія плюс, 2004. — 688 с.
5. Школьний О. До проблеми формування Україною конкурентної стратегії експортоорієнтованих галузей АПК // Економіка України. — 2006. — №5. — С. 54.

Стаття надійшла до редакції 14.01.2009 р.