

	ECONOMIES' HORIZONS Економічні горизонти DOI: doi.org/10.31499/2616-5236 Homepage: http://eh.udpu.edu.ua		ISSN 2522-9273 <i>(print)</i> 2616-5236 <i>(online)</i>
---	--	---	--

UDC: 338.439

DOI: [10.31499/2616-5236.2\(24\).2023.282358](https://doi.org/10.31499/2616-5236.2(24).2023.282358)

Iryna Pavlovska, University of Customs and Finance

PhD in Economic, Associate Professor of the Department of Marketing

**МАРКЕТИНГОВИЙ ВПЛИВ В СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОГО
РЕГУЛЮВАННЯ СТІЙКИМ РОЗВИТКОМ СИСТЕМИ
ПРОДОВОЛЬЧОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ**
**MARKETING INFLUENCE IN THE SYSTEM OF STATE REGULATION
OF THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE FOOD SUPPLY
SYSTEM**

***Анотація.** Стаття присвячена дослідженню маркетингового впливу в системі державного регулювання стійким розвитком системи продовольчого забезпечення. Представлено напрями маркетингового впливу державного регулювання на систему продовольчого забезпечення. Зроблено висновок про те, що єдиним критерієм бажаного стану всіх сфер продовольчого забезпечення території визначено продовольчу безпеку, вимоги якої формують вектори та параметри сталого розвитку галузей та сфер продовольчої системи.*

***Abstract.** The article is devoted to the study of marketing influence in the system of state regulation of the sustainable development of the food supply system. Features of the main blocks of the mechanism of state regulation of sustainable development of industries and spheres of the food supply system are presented, the nature and forms of the influence of state regulation on the system of mechanisms of sustainable development of the food sphere are revealed, directions of the marketing influence of state regulation on the food supply system are presented. A model of marketing management of the development of the food supply system of the territory has also been developed. It was concluded that the only criterion for the desired state of all areas of food provision of the territory is food security, the requirements of which are formed by the vectors and parameters of sustainable development of industries and areas of the food system. However, the parameters of food security of the state and its territories often remain outside the sphere of interests of market entities and consumers, being the area of responsibility only of state authorities. The basic premise of the multifaceted problem of ensuring the level of food security is the high rate of sustainable development of the branches of the food supply system, the harmonization of the conditions of their activity in sectoral and territorial*

differentiation, the development of competitive advantages with the help of technological renewal of production, improvement of economic, commercial, social, etc. types of activity of subjects, formation of knowledge, awareness and interest of the consumer in these issues. This installation can be implemented within the framework of a special policy - marketing management of the food supply system of the territory.

Key words: food security, food supply, marketing research, state regulation, marketing influence, tools of state regulation, marketing

Ключові слова: продовольча безпека, продовольче забезпечення, маркетингове дослідження, державне регулювання, маркетинговий вплив, інструментарій державного регулювання, маркетинг

Постановка проблеми.

Відомо, що ринкова економіка має внутрішні здібності до саморегулювання, й низка вчених вважає ці умови самодостатніми для розвитку економічних систем будь-якого рівня. Проте історичний досвід доводить, що ринкова економіка неспроможна ефективно функціонувати без державного регулювання, оскільки механізм вільного ринку неспроможний з погляду макроекономічної стійкості і визначає перспективи, напрями соціального розвитку та науково-технічного прогресу. Ринкові відносини не дають соціальних гарантій населенню і неспроможні вирішити проблем національної, зокрема продовольчої, безпеки. Необхідність державного втручання у функціонування ринкової економіки зумовлена наявністю збоїв у механізмі функціонування ринкового господарства; необхідністю пошуку ефективніших варіантів задоволення потреб у суспільних благах; необхідністю вирівнювання зовнішніх ефектів, пов'язаних із нездатністю ринкового господарства у певних ситуаціях

вирішувати завдання розвитку економіки та її складових.

Аналіз останніх досліджень та публікацій Основою дослідження послужили результати фундаментальних та прикладних розробок зарубіжних та вітчизняних вчених, які зробили суттєвий внесок у вирішення зазначеної проблеми. У дослідженні знайшли відображення теоретичні та методологічні положення авторів: Андрійчука В., Бері Е., Близнюка С., Гринишина В., Дайнеко Л., Єрмакова О., Живко З., Зіновчука В., Кочеткова О., Курляка М., Маліка М., Мостовой А., Немченко В., Нуда О., Пенга В., Підлісецького Г., Саблука П., Скидана О., Сичевського М., Ставицького А., Шкаберіна В. та ін. Проте, питання маркетингового впливу в системі державного регулювання стійким розвитком системи продовольчого забезпечення є не достатньо дослідженими.

Мета. Метою статті є дослідження маркетингового впливу в системі державного регулювання стійким розвитком системи продовольчого забезпечення.

Виклад основного матеріалу. Світовою практикою загальноприйнято об'єктивну необхідність державної продовольчої політики, яка реалізується на всіх рівнях системи управління. Виділяють базові засади побудови політики держави у галузі продовольчого забезпечення населення його територій, у т.ч.: розробка узгоджених генеральних цілей та завдань у галузі продовольчої політики; систематизація додаткових (деталізованих рівнів) цілей та завдань; ранжування пріоритетів серед додаткових цілей та завдань; розробка програм реалізації додаткових цілей та завдань, що сприяють виконанню генеральних установок [1–3].

Іншими словами, державна продовольча політика – це сукупність заходів, спрямованих на впорядкування, коригування та підтримку соціально-економічних процесів розвитку продовольчої сфери, які забезпечують економічне зростання та необхідний рівень забезпечення продовольством та якості життя населення. Таким чином, продовольчу політику можна визначити як систему заходів, сукупність дій з управління економікою системи продовольчого забезпечення, що включає 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 держави, які формують стабільність функціонування її продовольчої системи.

Система державного регулювання сприймається як механізм сталого розвитку галузей продовольчого забезпечення. Функціональними елементами цього механізму виступають цілі, засоби, методи та суб'єктно-об'єктний склад.

У контексті концепції сталого розвитку, яка передбачає забезпечення балансу між вирішенням соціально-економічних проблем та збереженням довкілля, задоволенням життєвих потреб відповідно до норм здорового способу життя та збереження можливості задоволення таких потреб майбутніх поколінь, слід позначити особливості основних блоків механізму державного регулювання системи продовольчого забезпечення (табл. 1).

Таблиця 1

Особливості основних блоків механізму державного регулювання сталого розвитку галузей та сфер системи продовольчого забезпечення

Елемент механізму	Зміст елемента	Особливості в умовах сталого розвитку
Суб'єкт	Носії, виразники та виконавці економічних цілей держави	Дотримання глобальної (національної) мети. Законність. Пріоритет загальнонаціонального інтересу над галузевим. Сукупність державних та недержавних суб'єктів управління
Цілі	Стимулювання розвитку та зростання виробництва; підтримання збалансованості виробництва	Поєднання довгострокових та короткострокових цілей. Розвиток концептуальних напрямів, орієнтація в розвитку, а чи не кількісний результат
Методи	Економічні, адміністративні, законодавчі, інформаційно-орієнтуючі	Системність застосування методів. Пріоритетність інформаційно-орієнтуючих, стимулюючих економічних та законодавчих методів
Ресурси	Державний сектор, державні фінанси, законодавче право, інформація та прогнози	Поєднання державних та корпоративних можливостей. Мінімальне споживання ресурсів на одиницю кінцевого продукту Відкритість інформації та доступність прогнозів
Об'єкт	Умови, процеси та відносини, нормальне функціонування яких ринковий механізм забезпечує незадовільно або не забезпечує взагалі	Виділення пріоритетних об'єктів системи продовольчого забезпечення та зосередження на них ресурсів, переважно на розвитку трудового потенціалу, забезпеченні здоров'я та зростання добробуту населення

Перехід економіки на рейки сталого розвитку не може статися у короткостроковій перспективі. Слід констатувати наявність проблеми періоду переходу економіки загалом та системи її регулювання до сталого розвитку. Специфіка регулюючих функцій держави в цей період, що відрізняють їх від функцій, що виконуються нині щодо системи продовольчого забезпечення, обумовлена:

по-перше, різним ступенем можливості галузей продовольчої сфери до сталого розвитку, що передбачає диференціацію функцій

державного регулювання;

по-друге, наявністю досить принципових вимог (табл. 1) до функціонування, застосування та розробки основних блоків механізму державного регулювання;

по-третє, поточний період характеризується зниженням життєвого рівня населення, що є каталізатором соціальної напруги. Тому державне регулювання у цьому періоді має поєднувати вплив як на економічну, так і на соціальну сферу;

по-четверте, як цільову установку стійкості розвитку

визначено параметри продовольчої безпеки. Тому розробка та реалізація заходів державного регулювання у системі продовольчого забезпечення має враховувати комплекс її вимог.

Досягнення цілей державного регулювання здійснюється за допомогою реалізацій властивих йому функцій у просторах ініціювання цілей (макро-, мезо-,

мікрорівень) 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 (рис. 1).

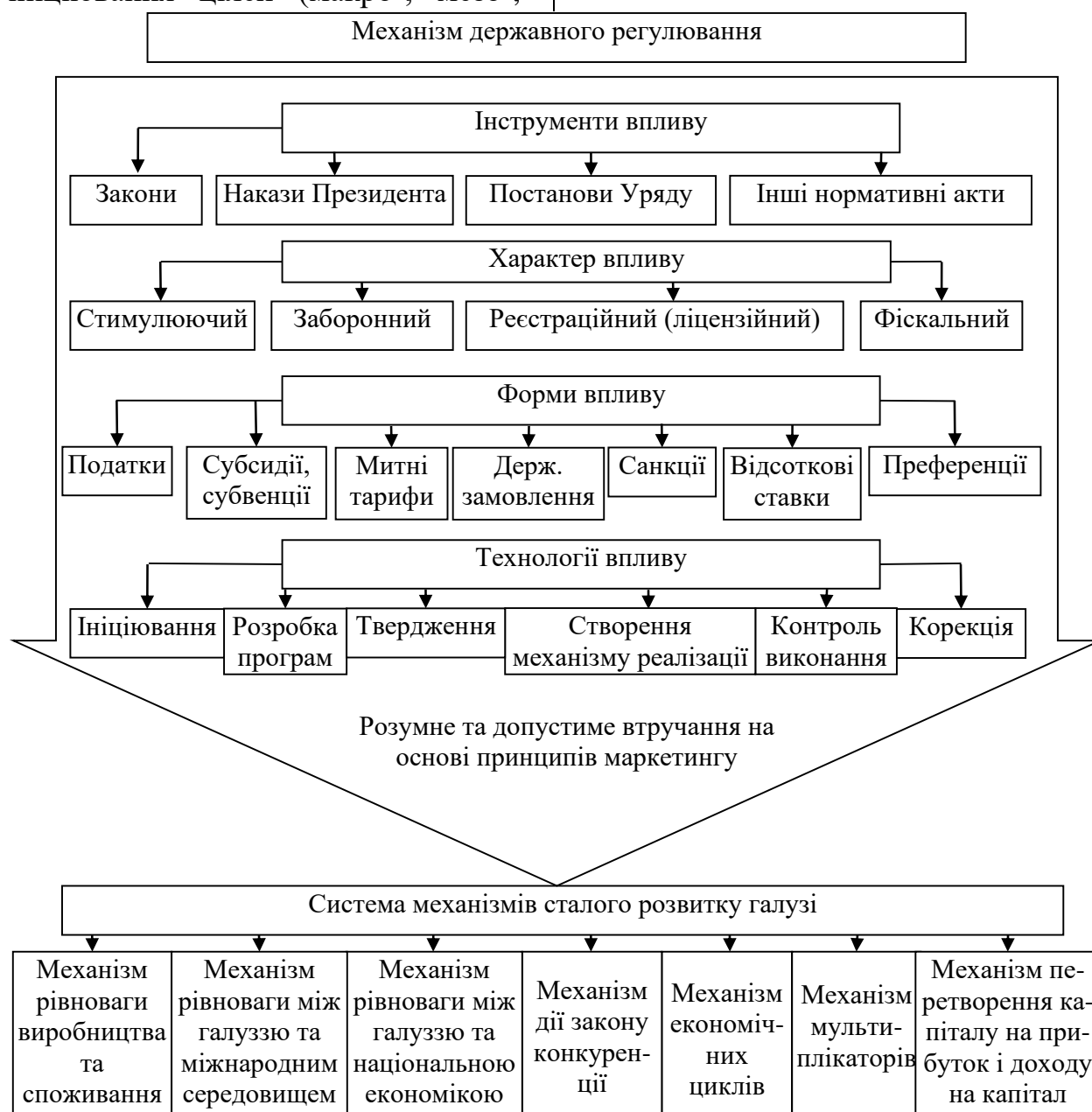


Рисунок 1. Характер та форми впливу державного регулювання на систему механізмів сталого розвитку продовольчої сфери

Джерело: побудовано автором на підставі джерел [2–4]



Рисунок 2. Напрями маркетингового впливу державного регулювання на систему продовольчого забезпечення

Джерело: побудовано автором на підставі джерел [1–4]

Комплексний характер вирішення проблем продовольчого забезпечення – найважливішого із завдань держави та її територій – дозволяє розглядати маркетинг як особливий підхід до управління продовольчою сферою. Комплексність, виступаючи одним із принципів класичної теорії маркетингу щодо мезо- та макрорівня його реалізації, приймає визначальну роль у системі заходів регулювання продовольчого ринку та формує націленість на соціально-суспільний ефект функціонування системи продовольчого забезпечення (рис. 2).

Необхідність використання маркетингового підходу при формуванні сукупності заходів регулюючого впливу на систему продовольчого забезпечення на макро- та мезорівнях визначається цільовими установками держави, найважливіше значення серед яких має реалізація соціальних цінностей, зокрема збереження здоров'я людини, майбутніх поколінь та добробуту суспільства загалом.

Метою регулювання ринку продовольства на рівні держави 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 їхньої якості та конкурентоспроможності. Ці цілі спрямовані на якісне задоволення потреб у продовольстві

населення держави та її територій, що дозволяє стверджувати необхідність застосування маркетингових технологій у системі управління продовольчою сферою народного господарства. Пошук оптимального варіанта взаємодії між механізмами державного та ринкового регулювання економіки збагачує зміст управління.

Маркетингове управління системою продовольчого забезпечення території можна визначити як сукупність методів, механізмів та технологій, за допомогою яких формуються напрями регулювання економічних, соціальних, екологічних та іншого процесів продовольчої сфери з метою її сталого розвитку та підвищення якості життя населення.

Найважливішими особливостями парадигми управління системою продовольчого забезпечення на основі маркетингового підходу є:

1. Відмова від жорсткого силового впливу в управлінні. Головний важіль – стимулювання та взаємодія; мета – розширене відтворення сфери продовольства, що забезпечує якість життя населення, сталий розвиток, конкурентоспроможність та інвестиційну привабливість галузей системи продовольчого забезпечення території.

2. Формування сутності проблеми продовольчого забезпечення території на перетині економічної, соціальної,

організаційної, екологічної та інших взаємопов'язаних сфер (рис. 3) визначає маркетинг у цій системі не просто як технологію дослідження та управління. Насамперед це філософія, яка потребує орієнтації всієї системи управління продовольчою сферою на максимально якісне задоволення потреб груп населення у харчуванні, забезпечення вимог продовольчої безпеки та формування на цій основі конкурентних переваг регіону, у т.ч., за рахунок комплексного вирішення проблем економічного, соціального, екологічного та іншого характеру, пов'язаних із задоволенням даної потреби, за рахунок ефектів, які несе високий рівень розвитку продовольчого забезпечення території. Суб'єктами маркетингового управління системою продовольчого забезпечення території виступають законодавчі та виконавчі органи влади, що стимулюють розвиток продовольчого ринку на основі узгодження інтересів та формування умов для реалізації. Свою роль у якості суб'єктів маркетингового управління у системі продовольчого забезпечення грають і безпосередньо суб'єкти господарювання, впливаючи на ринок через технології маркетингу підприємства, формуючи програми асортиментної, цінової, збутової та комунікаційної політики, розробляючи та застосовуючи стратегії маркетингу партнерських відносин. Управлінський вплив у сфері

продовольчого забезпечення надають служби підтримки малого бізнесу та підприємництва, ТПП, торгово-виставкові центри, міжрегіональні маркетингові центри, спрямовуючи ресурсні потоки до сегментів сфери продовольчого забезпечення більш високих темпів розвитку чи потенціалу.

Найважливішою особливістю маркетингового управління системою продовольчого забезпечення є двояка роль населення. З одного боку, все населення територіальної освіти сприймається як об'єкт управління в системі продовольчого забезпечення; з іншого – як елемент аналізованої системи населення, формуючи групи домогосподарств, громадських об'єднань, має різного роду важелі на її рівноважний стан.

По-перше, через величину ресурсних потоків зростання чи скорочення пропозиції робочої сили для сфер виробництва чи розподілу робочої сили.

По-друге, у вигляді зміни структури споживання, у т.ч., за рахунок власного виробництва.

По-третє, через зростаючу активність неформальної структури споживчого співтовариства в мережі Internet, інформаційне взаємодія яких грає роль масштабних комунікаційних мереж, формуючи структуру попиту, переваги, лояльність і параметри поведінки споживачів.



Рисунок 3. Модель маркетингового управління розвитком системи продовольчого забезпечення території

Джерело: побудовано автором на підставі джерел [4–6]

По-четверте, через вплив різноманітних груп громадського руху захисту прав споживача (наприклад, громадський контроль, організований пенсіонерами за рівнем цін на продукти харчування).

Таким чином, суб'єктний склад

системи управління сферою продовольчого забезпечення на основі маркетингового підходу неоднорідний за рівнями, причому ступінь маркетингового впливу того чи іншого виділеного суб'єкта різний і складний. Інтеграція маркетингу у

систему управління сферою продовольчого забезпечення, проявляється на кожному з виділених ієрархічних зрізів. На рівні державного управління через пріоритет стимулюючих та інформаційно-аналітичних методів, а також через безпосередні напрямки маркетингового регулювання ринку продовольства:

– сприяння інтеграції суб'єктів системи продовольчого забезпечення, що має ефект для розвитку території;

– розвиток конкурентного середовища, умов створення та реалізації конкурентних переваг суб'єктів продовольчого ринку регіону для формування привабливості продовольчої сфери території, у т.ч., й інвестиційної;

– інформаційний супровід функціонування ринку;

– просування продукції суб'єктів сільського господарства та харчової промисловості території;

– реалізацію ідей соціально-етичного маркетингу у вигляді різноманітних програм соціального характеру та екологічної складової виробництва та споживання.

Специфіка маркетингового управління полягає у формуванні принципів системи управління, що узгоджують цільові установки впливу суб'єктів різного рівня та визначають як несуперечність механізмів його реалізації, так і націленість на задані напрямки та параметри розвитку.

3. Система управління розвитком сфери продовольчого

забезпечення території має багаторівневий характер і будується на засадах класичного маркетингу (орієнтація кінцевих результатів функціонування системи на споживача; адаптація до змін зовнішнього середовища; цільова орієнтація та комплексність), доповнених групою принципів, актуальних для умов становлення економічного плюралізму та лібералізації суспільного життя: дирижизму, партнерства, субсидарності, інновативності, а також поєднання принципу свободи підприємництва із принципом соціальної справедливості [7, 8]. Принцип дирижизму визначає переважне використання стимулюючих, економічних, координуючих методів управління. Принцип партнерства диктує правила взаємодії об'єктів та суб'єктів системи управління продовольчою сферою як юридично рівноправних партнерів у угодах та угодах. Принцип субсидарності формує вимоги до розподілу функцій регулювання між рівнями влади, виходячи із максимальної ефективності їх реалізації та забезпеченості фінансовими ресурсами. Дотримання принципу інновативності передбачає формування механізмів та інфраструктури інноваційного середовища, що сприяє розвитку нових форм організації виробничої, наукової, соціальної та іншого виду діяльності, у тому числі науково-виробничих кластерів, технополісів, наукоградів та ін. [7–9].

4. Маркетинговий підхід до управління системою продовольчого забезпечення передбачає визначення цілей та завдань її розвитку на підставі аналізу, у ході якого виявлено потреби ринку, можливості виробництва, параметри поточного та перспективного попиту, визначено напрями пропорційного розвитку конкурентного середовища та інших елементів ринкового механізму. Найважливішим інструментом у системі маркетингового управління ринком продовольства є стратегічне планування. За підсумками стратегії розвитку системи продовольчого забезпечення країни, регіону формі цільових програм розробляються пріоритетні напрями розвитку продовольчої сфери. Державні програми є основою розробки різного роду та рівня виконання регіональних програм, які формують параметри розвитку систем та процесів ринку продовольства з урахуванням специфіки території. Впровадження у практику управління розвитком системи продовольчого забезпечення регіону фундаментальних принципів та методів стратегічного планування сприяє оптимальному використанню ресурсів, розвитку конкурентних переваг в умовах боротьби за інвестиції, формуванню іміджу та територіальному позиціонуванню у міжрегіональному та міжнародному співробітництві.

5. Механізмом координації

інтересів державної системи та різних суб'єктів економіки виступає особлива форма планування на рівні регіонального маркетингового управління у продовольчій сфері – індикативне планування. Ця форма планування являє собою багатоетапний процес, що включає розробку плану розвитку, що має рекомендаційний характер, доведення до суб'єктів господарювання його показників, стимулювання економічних агентів дотримання у своїй діяльності елементами індикативного плану. Для формування індикативних показників розвитку регіонального ринку продовольчої продукції: ємності, цільових обсягів виробництва, попиту, прогнозного рівня цін, характеристик структури споживчого сектору ринку та ін. необхідним є опрацьований механізм інформаційного супроводу ринку як елемент системи його маркетингового регулювання, який базується на інтеграції положень методології маркетингових досліджень та регіонального управління.

6. Важливим аспектом інтегруючої ролі маркетингового управління розвитком системи продовольчого забезпечення регіону є тісна взаємодія влади, бізнесу та суспільства, у т.ч., у формах приватно-державного партнерства. Для реалізації проектів на ринку продовольчих товарів, що представляє сферу спільних інтересів держави, бізнесу та

суспільства, ця форма взаємодії актуальна своєю ефективністю та є однією із сучасних концепцій маркетингу партнерських взаємин (маркетингу взаємодії).

7. Найважливішим механізмом регулювання регіонального продовольчого ринку на основі маркетингового підходу виступають нові форми та схеми комунікаційної взаємодії, метою яких є узгодження інтересів суб'єктів ринку продовольства за допомогою включення представників бізнес-спільноти та широкого загалу до процесів вироблення та прийняття управлінських рішень. Процедурами та заходами такого роду виступають «суспільні слухання», «переговорні майданчики», «суспільна експертиза», «міжвідомчі групи (поради)», «експертна оцінка ризиків», «суспільний (цивільний) контроль» тощо [7, 9]. Розвиток таких форм комунікаційної взаємодії суб'єктів продовольчого ринку регіону є найважливішим стратегічним пріоритетом та конкретним інструментом маркетингу розвитку партнерських відносин у системі продовольчого забезпечення.

8. Виконання функцій управління передбачає формування системи оцінюваних показників, бази порівняння та безпосередньо оцінку кількісних та якісних результатів впливу. Система продовольчого забезпечення території як об'єкт впливу формує необхідність кількісного та якісного обліку зміни стану сфер

виробництва, споживання та розподілу продовольчих товарів та сільськогосподарської сировини при оцінці ефективності цього впливу.

Таким чином, на підставі вищевикладеного, можна зробити висновок про те, що єдиним критерієм бажаного стану всіх сфер продовольчого забезпечення території визначено продовольчу безпеку, вимоги якої формують вектори та параметри сталого розвитку галузей та сфер продовольчої системи. Проте параметри продовольчої безпеки держави та її територій найчастіше залишаються поза сферою інтересів суб'єктів господарювання ринку та споживачів, будучи зоною відповідальності лише державних органів влади. Базовою установкою багатоаспектної проблеми забезпечення рівня продовольчої безпеки, виступають високі темпи сталого розвитку галузей системи продовольчого забезпечення, гармонізація умов їх діяльності у галузевій та територіальній диференціації, розвиток конкурентних переваг за допомогою технологічного оновлення виробництва, удосконалення економічної, комерційної, соціальної та ін. видів діяльності суб'єктів, формування знань, поінформованості та зацікавленості споживача у даних питаннях. Ця установка може бути реалізована у межах особливої політики – маркетингового управління системою продовольчого забезпечення території.

References

- Burns J., McInerney J., Swinbank A. (1983)/ *The Food Industry: Economic and Policies*. London: Heinemann.
- Knutson Ronald D., Perm J.B., Boehm William T. (1995)/ *Agricultural and Food Policy*. New Jersey : Hall Education/
- Swinbank A. (1992)/ *The EEC s Policies and its Food*. *Food Policy*. 1992. Vol. 17 (1). 53–64.
- Diachkov, D., Oliinyk, A., Honcharenko, A. and Voitekhovich, Ya. (2022), *Management of marketing activities in the context of food security of the enterprise*, *Agrosvit*. 2, 24–30 [in Ukrainian]. DOI: 10.32702/2306-6792.2022.2.24
- Sychevskiy, M. P., Yuzefovych, A. E., Kovalenko, O. V., Kuts, O. I., Luzan, Yu. Ya. (2020). *Stratehichniy potentsial prodovolchoi systemy Ukrainy : monohrafiia*. Kyiv : Instytut prodovolchychk resursiv NAAN [in Ukrainian].
- Pavlovska I. G. (2023). *Marketynhova kontseptsiia formuvannia systemy prodovolchoho zabezpechennia krainy. Upravlinnia rozvytkom ekonomichnoho seredovyscha v umovakh hlobalnykh transformatsii : kol. mon. za zah. red. d.e.n., prof. Prokhorovoi V. V.* Kharkiv : Vydavnytstvo Ivanchenko I. S., 50–77. ISBN 978-617-8059-92-7
- Pavlovska I. G. (2023). *Arkhitektonika marketynhovoho doslidzhennia dlia vyrishennia problem prodovolchoi bezpeky*. *Ekonomichni horyzonty*. 1(23). 121–132. DOI: [https://doi.org/10.31499/2616-5236.1\(23\).2023.275080](https://doi.org/10.31499/2616-5236.1(23).2023.275080)
- Marketynhovi stratehii formuvannia popytu na tovary ta posluhy na rynkakh Ukrainy : monohrafiia*. prof. R.V. Fedorovycha (Ed.). (2013). Ternopil : TNTU im. I. Puliuia. [in Ukrainian].
- Varaksina, O.V. (2017). *Prodovolcha bezpeka: sutnist, kryterii ta otsinka rivnia zabezpechenosti. Menedzhment XX stolittia: hlobalizatsiini vyklyky – Management of the 21st century: globalization challenges* I. A. Markina (Ed.). Poltava: Vydavnytstvo «Simon». 223-232. [in Ukrainian].