

*Секція 6. Проблеми розвитку маркетингового менеджменту,
екологічного менеджменту та маркетингу інновацій*

**ОСНОВНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ
В МОДЕРНІЗАЦІЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ КАРПАТСЬКОГО
ЄВРОРЕГІОНУ**

*Гегедош Крістіан Володимирович,
магістр з менеджменту,
Мукачівський державний університет
(м.Мукачево, Україна)*

Транскордонне співробітництво (ТКС) за останні 27 років незалежності України почало відігравати важливу роль у розвитку її периферійних прикордонних регіонів. Це зумовлено тим, що міста, райони, області, регіони, які розміщені в центрі будь якої держави, мають набагато кращий, як економічний, так соціальний розвиток та потенціал. І тому дане співробітництво є одним з дієвих засобів усунення негативних наслідків саме прикордонного розміщення територій, та використання можливостей, які відкриваються у зв'язку із близькістю території економічно більш розвинених європейських країн.

Основною організаційною формою ТКС в країнах Європейського союзу та України на сьогодні залишається єврорегіон. В Україні першим створеним єврорегіоном, який цього року (14 лютого 2018 р.) відсвяткував 25-річчя від початку його заснування є Карпатський Єврорегіон (КЄ). Це міжнародна асоціація в Центральній та Східній Європі. Утворення і діяльність КЄ відкриває значні можливості у справі активізації зовнішньоекономічних зв'язків та прикордонного співробітництва в практичному розрізі. Найважливішими з них: вироблення і втілення в життя програм регіонального розвитку; на основі розроблених програм – виробництво конкурентоспроможної продукції; можливість спільного використання енергетичних ресурсів; культурне співробітництво та різнобічний розвиток туризму і рекреації в КЄ.

Національним представництвом України є громадська організація Асоціація органів місцевого самоврядування Єврорегіон «Карпати – Україна». З проведеного аналізу ми дослідили, що сучасне національне представництво в Україні основну увагу приділяє розвитку ТКС у Львівській та Польській частині КЄ. А це є недоліком, так як втрачається механізм міжрегіональної співпраці щодо всіх членів КЄ, принаймні з української його сторони. Виявлено, що робота Асоціації «Єврорегіон Карпати – Україна» зосереджена на розвитку соціальної складової, демократизму, та при тому не звертає важливої уваги на економічний напрямок співпраці у розбудові та налагодженні відносин у підприємницькому середовищі.

Також спираючись на тезу Міністра закордонних справ України Павла Клімкіна щодо необхідності «перезавантажити Карпатський єврорегіон. Він починався в 90-х роках, там було багато планів, зараз фактично нічого не відбувається». Міністр вважає, що майбутнє єврорегіону полягає в розвитку малого і середнього бізнесу, унікальних можливостях від туризму, а також у рамках розвитку науки і освіти [1].

Тому нами була зроблена спроба модернізувати існуючу організаційну структуру управління КЄ через створення субєврорегіональних управлінь. Останнє означатиме певні регіональні представництва у національній частині країни-члена Карпатського Єврорегіону, які будуть займатися розвитком та налагодженням співпраці в системі ТКС на закріпленій за ним території.

Інноваційна децентралізована організаційна структура повинна охоплювати 4 дорадчі елементи управління – представників бізнес-структур, громадських організацій регіонального розвитку, місцевих і регіональних органів влади, а також інтерактивного транскордонного бізнес-центру. Це сприятиме створенню і налагодженню між ними взаємозалежного механізму функціонування в ТКС задля економічного піднесення.

Бізнес структури повинні розвивати транскордонні економічні відносини через розробку спільних проектів, які б фінансувалися із фондів ЄС та розширення виробничих площ за рахунок виправданого експериментального виробництва товарів шляхом створення спільних (на паритетних умовах) компаній з розділеним виробничим процесом по обидва боки кордону. Громадські організації регіонального розвитку надаватимуть постійну допомогу представникам бізнес-структур у сфері написання проектів та їх впровадження у практику. Місцеві та регіональні органи влади і самоврядування надаватимуть допомогу у фінансуванні різних заходів ТКС (організація конференцій, круглих столів задля вирішення нагальних проблем). Інтерактивний транскордонний бізнес-центр повинен бути представлений через активну систему веб-порталу, який виступатиме засобом обміну інформації. Зокрема даним центром через інструменти інтерактивного маркетингу у тісному взаємозв'язку з його учасниками-партнерами здійснюватиметься: аналіз всіх сфер економічної та соціальної складової транскордонного регіону; дослідженню можливостей розширення ринку збуту місцевих товарів і послуг за межами певного субєврорегіону; проведенню комплексного аналізу всіх реалізованих за певний проміжок часу проектів у рамках ТКС та розробці перспективних напрямків розвитку. Такий механізм створюватиме широкі можливості для підтримки і розвитку відносин між учасниками-суб'єктами ТКС. (для більш поглибленого ознайомлення з концепцією автора див. [2, 3]).

В стратегії Карпатського Єврорегіону 2020, будь-які заходи і дії, які будуть виконуватися серед пріоритетів транскордонного співробітництва, повинні бути обрані на основі наступних принципів [4]:

- додаткова вартість транскордонного співробітництва: проекти повинні мати чітку спрямованість на досягнення спільних транскордонних дій і повинні продемонструвати переваги транскордонного підходу в порівнянні з регіональними, національними, міжрегіональними чи транснаціональними підходами;

- зовнішня узгодженість: дії спираються на результати, що генеруються, підтримуються, наприклад, програмами ЄС або національними програмами;

- міжгалузева відповідність: партнерство повинно включати зацікавлені цільові групи інноваційної спрямованості з різних галузей (наприклад, підприємства, дослідні та освітні установи, навчальні організації, політики, приватні інвестори, кінцеві користувачі);

- підхід, що орієнтується на результат: дії повинні бути спрямовані на створення конкретного інноваційного продукту, послуг, процесів або транскордонного інструменту;

- дії повинні демонструвати: що вони сприяють боротьбі з однією або декількома ключовими соціальними, економічними та екологічними проблемами на території КЄ;

- реалізація: загальна узгодженість і ефективність роботи/діяльності, відповідність структури управління з планом реалізації проекту, сталість, ефективність бюджету проекту тощо;

- готовність до реалізації: з формальної та юридичної точок зору, готовність інвестувати свої можливості, здійснити ретельний розподіл завдань і обов'язків серед конкретних партнерів проектного транскордонного співробітництва та ін.

Тому сучасною концепцією побудови транскордонного єврорегіонального співробітництва повинен бути комплекс маркетингового менеджменту, що дозволить встановити пряму залежність між можливостями соціально-економічного розвитку і ефективність організації його господарства, як системи в цілому, так і його окремих елементів.

Однак при розробці будь-який проектних ініціатив, кожен учасник повинен орієнтуватися відповідно до загальної місії та цілей транскордонної співпраці. Зокрема для спрощеної схеми доцільно побудувати дерево цілей, де кожен учасник-суб'єкт субєврорегіонального утворення знайде своє місце в міжнародній регіональній інтеграції (рис. 1).

Звісно на рисунку не можна було відобразити повний список цілей розвитку транскордонних регіонів, тому його формування доповнюватиметься залежно від ініціатив суб'єктів-учасників субєврорегіонального управління Карпатського Єврорегіону.

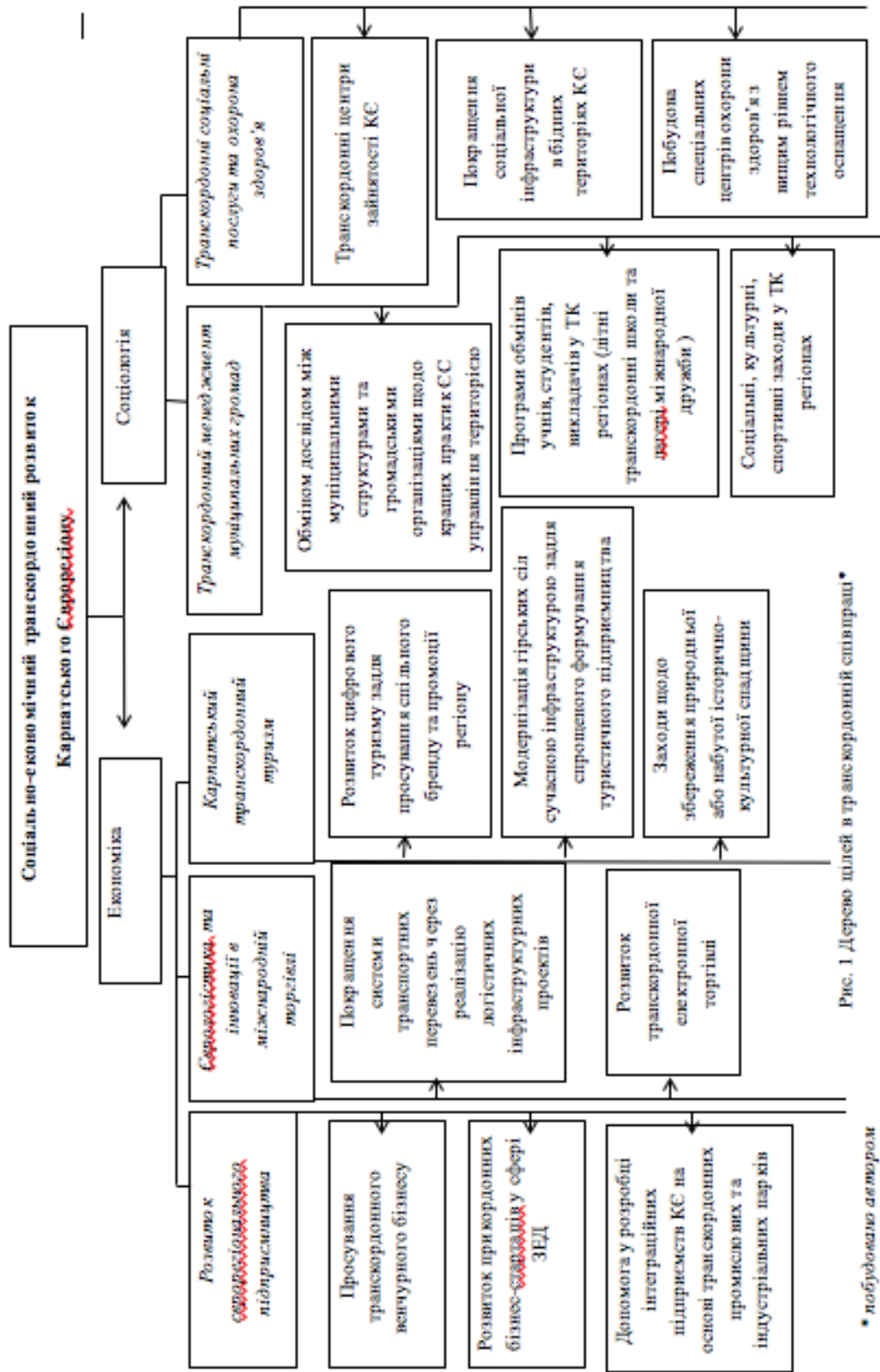


Рис. 1 Дерево цілей в трансюрдонній співпраці*

* побудовано автором

Отже, підсумовуючи слід сказати, що модернізувавши організаційну структуру управління в Карпатському Єврореґіоні на основні ключових інструментів маркетингового менеджменту, залучивши до цього представників бізнес-структур, громадських організацій регіонального розвитку, місцевих і регіональних органів влади, а також інтерактивних транскордонних бізнес-центрів, механізм транскордонного співробітництва сприятиме значному розвитку економічних відносин на міжнародному регіональному рівні, що як наслідок позитивно відобразиться на соціально-економічному формуванню прикордонних територій.

Список використаних джерел

1. Необхідно перезавантажити Карпатський єврореґіон, – Клімкін. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua.censor.net.ua/n3037503>
2. Гегедош К. В. Інноваційний механізм менеджменту в підвищенні ефективності транскордонного співробітництва в Міжреґіональній Асоціації «Карпатський Єврореґіон» / К.В. Гегедош // Становлення та особливості регулювання міжнародних економічних відносин: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Дніпро, 21-22 жовтня 2016 р.). – Дніпро: НО «Перспектива», 2016. – С. 17-19
3. Гегедош К. В. Вдосконалення механізму взаємодії України та країн Вишеградської групи в рамках Карпатського Єврореґіону на засадах інтерактивного маркетингу / К. В. Гегедош // The Visegrad Four – Ukrainian dimension. Integration – step by step : collective monograph / editor. T. Derkach. – Riga: Baltija Publishing, 2017. – С. 147-160
4. The Carpathian Euroregion Strategy 2020 & beyond. Електронний ресурс / [Режим доступу]: [file:///C:/Users/home/ Downloads/2016-03-31-202826-The_Carpathian_Euroregion_Strategy_2020_web.pdf](file:///C:/Users/home/Downloads/2016-03-31-202826-The_Carpathian_Euroregion_Strategy_2020_web.pdf)