

РЕГІОНАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ У ВЕРТИКАЛЬНИЙ ТА ГОРИЗОНТАЛЬНИЙ ПЛОЩИНАХ ЛОГІСТИКИ

Із застосуванням концепцій маркетингу, логістики, фізичної економіки розглядаються проблеми розвитку, використання та збереження економічного потенціалу регіону. Відзначається, що пріоритети розвитку економічного потенціалу регіону формуються за вертикаллю приросту результативних показників, а використання — за маркетинговою політикою регіону в горизонтальній площині інвестування об'єктів ресурсного, виробничого, трудового потенціалів. Збереження економічного потенціалу регіону описується функцією гармонізації відносин між основними агентами ринкової і позаринкової взаємодії, як представників особистих і суспільних інтересів. В аспекті реалізації цих інтересів поточним процесам економічних перетворень притаманні властивості єдності і розбіжності напрямів, тотожності відношень і перехресності у площинах вертикального та горизонтального спрямування.

У перехресті протиріч корпоративної вертикалі і децентралізованої горизонталі, змін за вертикаллю кількісних показників і горизонталлю — якісних, ієрархією обов'язків і функцій управління вирисовується підхід до зближення цілей діяльності із цілями підприємств, регіону, держави. Так, ефективність економічної політики регіону визначаємо за гармонійним відношенням результатів розвитку економічного потенціалу (темпів приросту чистого внутрішнього продукту) до результатів використання факторів виробництва: праці, землі, капіталу (темпів приросту доходу від праці, інноваційного потенціалу). Ефективність маркетингової діяльності визначається як беззбитковість виробництва за відношенням між умовно постійними та змінними витратами основного виробництва. Відповідно до перетину поточних процесів відбувається вертикальний та горизонтальний розподіл праці, гармонізуються особистісні та спільні інтереси маркетингового підприємництва.