

## **МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ: ТРАДИЦІЙНІ ФОРМИ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ**

*Садченко О. В., д. е. н., професор,  
Одеський національний університет ім. І. І. Мечникова*

Традиційні форми природокористування є важливим елементом механізму реалізації концепції сталого розвитку на локальному та регіональному рівнях. У зв'язку з цим пріоритетним завданням є визначення конкретних видів і географічних локалізацій цієї діяльності, які економічно життєздатні (тобто є потенційно які самопідтримуються) і, в той же час, здатні сприяти збереженню біорізноманіття та раціонального використання природних ресурсів.

Модернізація традиційних суспільств і перехід до індустріального типу розвитку призвели до висунення на перший план економічних інструментів його регулювання та ведення, але разом з тим породили і вузькоутилітарний підхід до природних ресурсів [1].

- Чотири основних історичних типи природокористування, що представляють основні макроісторичні стадії, які розрізняються за характером і масштабами взаємодії людського суспільства із середовищем свого проживання – доаграрний, аграрний, індустріальний і постіндустріальний.

- Доіндустріальні типи природокористування формувалися в рамках так званих традиційних суспільств. В останніх природокористування здійснюється за допомогою певних соціальних інститутів, закріплюється традицією, освячується звичаями, ритуалами, обрядами, табу тощо. В епоху доіндустріальної аграрної економіки провідну роль в дотриманні раціонального природокористування, як правило, грає сільська громада.

- Модернізація традиційних суспільств і перехід до індустріального типу розвитку привели до переосмислення принципів природокористування, висунення на перший план економічних інструментів його регулювання та ведення, але разом з тим породили і вузькоутилітарний підхід до природних ресурсів.

- Стратегія сталого розвитку природокористування не може ґрунтуватися на одних технократичних підходах, так само як не може будуватися на базі лише історичного досвіду Західної цивілізації, при всій колосальній цінності і значущості такого. Екофільні традиції Сходу, досвід природокористування носіїв інших культур мають не меншу цінність.

Аналіз існуючого досвіду в цій області дає підставу говорити про те, що проблема розвитку основ традиційного природокористування та впровадження маркетинг-менеджменту в просуванні екологічно збалансованого бізнесу і його реалізації на міжнародних і внутрішніх ринках практично не розроблена в нашій країні.

Головним невирішеним завданням в області традиційного природокористування є система організаційно-оформлених дій, пов'язаних з відносно довгостроково існуючим явищем: створення основ маркетинг-менеджменту які розглядаються не тільки у взаємозв'язку з завданнями в рамках процесу маркетингу, а й з завданнями по керівництву людьми і колективом, відповідальними за досягнення цілей традиційного природокористування [1]. Одна з основних цілей стратегії розвитку економіки традиційного природокористування – формування ефективної інвестиційної екологічної політики та підтримка конкурентоспроможних екологічних товарів, послуг і умов.

Організаційно-економічні відносини в керуванні маркетинг-менеджментом повинні будуватися і розвиватися на основі раціонального сполучення галузевого та територіального принципів керування. Сполучення галузевих и територіальних інтересів щодо маркетинг-менеджменту має свої особливості на державному, регіональному та місцевому рівнях [2, 3].

На державному рівні маркетинг-менеджмент покликаний забезпечувати просування екологічно сумісних видів виробничо-господарської діяльності в галузевому розрізі (у рамках окремих галузей народного господарства). Для цього необхідно розробити спеціальні галузеві програми маркетинг-менеджменту, які повинні реалізовуватися під контролем і керуванням відповідних галузевих міністерств і відомств у державному секторі економіки, а також загальнодержавну програму підтримки та стимулювання маркетингу в малому і середньому бізнесі (у приватному секторі економіки).

Інший аспект маркетинг-менеджменту традиційного природокористування на державному рівні – просування України на світовий ринок, що активно формується для екологічних товарів і послуг. Тут необхідно розробити спеціальну програму маркетинг-менеджменту традиційного природокористування для міністерств і відомств, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність. Для цих цілей необхідно провести комплексну оцінку екологічних ресурсів і потенціалів України (наприклад, можливостей по розвитку органічного сільського господарства з орієнтацією на експорт екологічно чистої продукції, по розміщенню на території країни філій

закордонних підприємств і фірм із підвищеними екологічними вимогами до умов розміщення, по розвитку екологічного туризму).

Для того, щоб не завдати шкоди біорізноманіттю потрібні соціально-економічні стимули, що сприяють просуванню традиційних форм природокористування на умовах дотримання екологічних норм і правил природокористування. Це може привести до небажаного збільшення капітальних і поточних виробничих витрат, а отже і до зниження прибутку. Ефективність заходів по збереженню і підтримці біорізноманіття, інновацій та традицій місцевих громад може бути забезпечена тільки за умови загальнодержавного підходу до цієї проблеми.

Виходячи як з інтересів суспільства в цілому, так і кожного члена територіальної громади, який культивує традиційні форми природокористування, потрібне застосування нових форм організації виробництва, бізнесу та праці, вдосконалення структури виробничо-господарської діяльності з урахуванням етнонаціональних особливостей традиційного природокористування. Ці проблеми неможливо вирішити без розгляду соціально-економічних та еколого-економічних механізмів раціонального природокористування.

Особливий статус територій традиційних форм природокористування дозволить розробити такі економіко-екологічні заходи, які будуть стимулювати виробничо-господарську діяльність підприємств і діяльність людей при традиційному природокористуванні, піклуватися про охорону природи і будуть йому вигідні. Господарський механізм традиційних форм природокористування можна представити у вигляді основних блоків:

- 1) податковий блок;
- 2) фінансовий блок (отримання фінансового кредиту на комерційно-договірних умовах, однеканальна система розрахунків з бюджетом, податкові пільги);
- 3) умови докладання іноземного капіталу;
- 4) експортно-імпорتنі операції, тобто створення особливого зовнішньоекономічного механізму (скасування квот, ліцензій, митних зборів на експорт);
- 5) валютне звернення (в тому числі введення безготівкового валютного обігу в зоні у взаєморозрахунках між підприємствами, право на виплату грошової зарплати працівникам зони);
- 6) соціальна політика;
- 7) економіко-екологічна політика, спрямована на збереження і розвиток природно-ресурсного потенціалу територій традиційних форм природокористування, оздоровлення навколишнього природного середовища

(зниження викидів і скидів забруднюючих речовин у природні об'єкти, пом'якшення наслідків забруднення);

8) організації управління територіями традиційних форм природокористування.

Слід зазначити, що оцінка традиційних видів діяльності може бути здійснена на основі їх зіставлення з іншими видами діяльності в даному природно – географічному районі. В цьому випадку для економічних розрахунків потрібні як дані про кількість та якість природних ресурсів, їх вартісні показники, дані за витратами на їх використання (видобуток, транспортування і застосування), так і розрахунок збитку, що завдається нераціональним використанням та забрудненням навколишнього середовища (або витрат, необхідних для ліквідації їх наслідків). Багато видів соціального збитку не можуть бути безпосередньо виражені економічними, вартісними показниками або можуть бути виражені ними лише частково.

Конкурентноздатність екотовара – його ринкова характеристика, сукупність його переваг на ринку, реалізованих шляхом надання споживачам великих екологічних благ (пропозиції високоякісних екологічно чистих і екологічно безпечних продуктів (товарів) з набором необхідних послуг). При цьому ціни можуть бути і більш високими, але в той же час – екологічно виправданими, сприятливими для успішної реалізації в умовах конкуренції [4, 5].

Вивчення конкурентів здійснюється по наступним напрямкам:

- виявлення основних конкурентів, що володіють найбільшою часткою ринку і найбільше динамічно розвиваюча свою діяльність на цьому ринку;

- екологічні особливості товарів конкурентів, за якими ним надають перевагу споживачі;

- цінова економіко-екологічна політика;

- НДДКР: основні напрямки, обсяги витрат, результати досліджень і т. д.;

- упровадження маловідхідних, екологічно чистих технологій;

- попередні оголошення про нові екологічно чисті товари, послуги і технології.

Ефективність планування діяльності традиційного природокористування повинна бути забезпечена створенням відповідного механізму економічного стимулювання виконання природоохоронних заходів, а це можливо тільки при наявності величезної кількості інформації. Відсутність інформаційного забезпечення по питанням традиційного природокористу-

вання не дозволяє маркетологам провести екомаркетингові дослідження. Система інформації дозволяє окреслити основні результати виробничо-господарської діяльності, які дадуть керуючому по маркетингу можливість приймати більше зважені еколого безпечні рішення по питанням традиційного природокористування.

Список використаних джерел:

1. Гардашук Т. В. Наноетика: великі виклики світу малих величин / Т. В. Гардашук. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія: Гуманітарні студії*. 2015. Вип. 228. С. 48–57.
2. Попова М.А., Садченко Е. В. Динамічні процеси в природоохоронній діяльності: сучасні маркетингові тенденції: монографія / НАН України, Ін-т пробл. ринку і екон.-екол. досл. Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2020. 180 с.
3. Садченко О.В. Принципи і концепції екологічного маркетингу: Монографія. Одеса: Астропринт, 2002. 400 с.
4. Садченко О.В. Соціально-економічні аспекти впровадження традиційних форм природокористування в Україні. *Збереження біорозмаїття: традиції та сучасність* / Відпов. ред. Т. В. Гардашук. Київ: Хімджест, 2003. С. 25-42.
5. Садченко Е.В., Барчан М.Н. Економіко-екологічні ризики в господарській діяльності: монографія; НАН України, Ін-т пробл. ринку і екон.-екол.досл. Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2016. 222 с.