

СЕКЦІЯ 3

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК: 339.138

Багорка М.О.*кандидат сільськогосподарських наук,
доцент кафедри маркетингу**Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету*

ОБҐРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ В УПРАВЛІННІ АГРАРНИМ ВИРОБНИЦТВОМ

У статті досліджено основні проблеми використання природно-ресурсного потенціалу в аграрному виробництві. Проведено систематизацію основних його видів та обґрунтовано необхідність запровадження стратегії екологічного маркетингу як основної інноваційної стратегії природокористування в аграрному секторі.

Ключові слова: екологічний маркетинг, екологізація аграрного виробництва, еколого-економічна система, природно-ресурсний потенціал, екологічно збалансований розвиток.

Багорка М.А. ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ЭКОЛОГИЗАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ АГРАРНЫМ ПРОИЗВОДСТВОМ

В статье исследованы основные проблемы использования природно-ресурсного потенциала в аграрном производстве. Проведена систематизация основных его видов и обоснована необходимость внедрения стратегии экологического маркетинга как основной инновационной стратегии природопользования в аграрном секторе.

Ключевые слова: экологический маркетинг, экологизация аграрного производства, эколого-экономическая система, природно-ресурсный потенциал, экологически сбалансированное развитие.

Bagorka M.A. RATIONALE FOR FORMATION OF MARKETING STRATEGY GREENING IN MANAGEMENT AGRICULTURAL PRODUCTION

The paper research the main problems of using natural resources in agricultural production, systematization held its main species and the necessity of introducing environmental marketing strategies as the main innovation strategy of environmental management in the agricultural sector.

Keywords: Environmental marketing greening of agricultural production, ecological and economic system, natural resource potential and ecologically sustainable development.

Постановка проблеми. Сьогодні функціонування суб'єктів аграрного агробізнесу відбувається в умовах жорсткої конкуренції на внутрішньому і світовому ринках, прискореного інноваційного розвитку та організаційних трансформацій. Для швидкої адаптації до сучасних вимог аграрного ринку модель поведінки підприємств аграрної сфери повинна враховувати причинно-наслідкові взаємозв'язки факторів внутрішніх підсистем і зовнішнього середовища.

В Україні здійснюється непродумана виробнича діяльність із використання всіх видів природних ресурсів аграрного виробництва. Це стосується неадекватності системи ведення сільськогосподарського виробництва, недотримання технологічних вимог обробітку землі, недостатності уваги з боку держави щодо питань охорони та підвищення родючості сільськогосподарських земель, порушення системи удобрення ґрунтів спричинила деградацію ґрунтів на значних площах. При цьому мінерально-сировинні ресурси порівняно з іншими природними ресурсами найменше залежать від результатів господарської діяльності, оскільки їх якість практично не залежить від забруднення навколишнього середовища, а наявність запасів виступає важливим обмежуючим фактором розміщення підприємств (об'єктів) економічної діяльності.

Основним шляхом подолання екологічної кризи, що склалася в аграрній галузі країни, є інтеграція інтересів екології та економіки в усіх сферах сільськогосподарського виробництва. При цьому необ-

хідно враховувати тісну взаємозалежність природокористування агросистем, стану навколишнього природного середовища та ресурсного потенціалу країни, з одного боку, а також перспектив розвитку національної економіки – з іншого.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням розробки маркетингових стратегій з урахуванням специфіки трансформаційного періоду присвячені роботи вітчизняного науковця Л.В. Бала. Проблеми формування маркетингової стратегії екологізації аграрного виробництва та природоохоронної діяльності присвятили свої дослідження І.С. Вороненська, Л.Г. Мельник, О.В. Прокопенко, Л.А. Хромушина, О.І. Шкуратов та ін.

Еколого-економічні аспекти функціонування сільськогосподарських підприємств досліджено в працях В.А. Борисової, П.С. Березівського, Н.В. Зіновчука, О.М. Царенка. Проблеми формування і встановлення ресурсо-екологічної та продовольчої безпеки досліджували П.А. Лайко, В.М. Трегобчук та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Відмічається великий розрив між науковими рекомендаціями і процедурою впровадження їх у виробництво. Незважаючи на наявність досить прогресивних, науково обґрунтованих екологічних розробок, сьогоднішні стратегічні програми не узгоджені з питаннями раціонального агроприродокористування.

Для підвищення конкурентоспроможності та забезпечення ефективної діяльності підприємств аграрного сектору економіки необхідно обґрунту-

вати маркетингову стратегію з точки зору її екологічної спрямованості та визначити стратегічні орієнтири у всіх функціональних сферах агробізнесу. Отже, виникає необхідність у поглибленні теоретичних досліджень і методичних розробок, пов'язаних із формуванням стратегії екологічного маркетингу в аграрному виробництві.

Мета статті полягає у дослідженні основних проблем використання природно-ресурсного потенціалу в аграрному виробництві, проведенні систематизації його видів та обґрунтуванні необхідності запровадження стратегії екологічного маркетингу як основної інноваційної стратегії природокористування в аграрному секторі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Непередбачувані зміни в макро- і мікросередовищі підприємств аграрного сектору економіки викликають необхідність використання в їх управлінні нових методів аналізу, планування, розробки власних стратегій, систем взаємодії з виробниками та постачальниками ресурсів [5, с. 174–180].

Процес екологізації аграрного виробництва розглядається в розрізі застосування альтернативних систем господарювання. В основі впровадження альтернативних методів повинні лежати агроекологічні принципи, згідно з якими сільськогосподарське підприємство розглядається як еколого-економічна система, що базується на раціональних і екологічно обґрунтованих методах виробництва, забезпечуючи якість продукції та сировини, ефективність виробництва, а також мінімальний вплив на навколишнє середовище та ефективність виробництва [4, с. 112–115].

Можна виділити основні завдання екологізації аграрного виробництва.

Н.В. Куденко встановлено, що стратегія виступає координуючим та об'єднуючим фактором між цілями та ресурсами підприємства [7, с. 125–133]. У цьому контексті основне призначення маркетингової стратегії розвитку полягає у взаємоузгодженні маркетингових цілей із виробничими можливостями та ресурсним базисом організації.

Для вибору стратегії маркетингу необхідно вивчити вплив чинників мікро- і макросередовища підприємства, для якого вона розробляється. У традиційному їх розгляді не враховують чинник довкілля. Для того щоб повніше відобразити специфіку аграрних підприємств, необхідно врахувати довкілля як чинник впливу на розробку стратегії підприємства [3, с. 279–280].

На нашу думку, істотне значення для ефективного запровадження маркетингу в аграрному виробництві має адаптація головних процесів маркетингу з урахуванням природоохоронних вимог.

Серед усіх факторів макросередовища найбільш пріоритетним є природно-ресурсний потенціал галузі. Саме природно-ресурсний потенціал є одним із найважливіших чинників ефективного розвитку аграрного виробництва і розглядається як комплексна система природних ресурсів, користувачами яких є підприємства агропромислового виробництва [2, с. 134–135].

Ресурсний потенціал аграрного виробництва слід розглядати як сукупність технологічно, економічно й екологічно збалансованих виробничих ресурсів. Залежно від інтенсивності використання природний потенціал потребує відновлення.

При цьому необхідно розрізнити поняття «природні умови» і «природні ресурси». Принципова відмінність природних умов від природних ресурсів полягає у тому, що природні умови – це властивості природи, що можуть полегшувати або ускладнювати розвиток суспільного виробництва, але при цьому в ньому не використовуються. Природні ж ресурси завжди беруть участь у виробництві, оскільки вони є предметом праці.

Природний потенціал має оцінюватися та виражатися у показниках, що відображають ступінь відповідності показників якості довкілля прийнятим нормативам технічного регулювання [10, с. 13–15].

Про природно-ресурсний потенціал судять передусім за ступенем різноманітності природних умов, набором кількісного й якісного складу і доступністю природних ресурсів, ступенем відповідності показників якості довкілля прийнятим нормам і стандартам [2, с. 134–140]. Під функціональною структурою потенціалу розуміють склад і співвідношення основних видів природних ресурсів за їхньою здатністю та участю в територіальному поділі праці. Територіальна структура природно-ресурсного потенціалу – це основні форми та види територіального розселення чи зосередження природних ресурсів і є важливим поняттям для визначення граничної кількості природних ресурсів, яку можна використати без шкоди для існування і розвитку природних систем та людини [1, с. 292–297].

Нами було систематизовано основні види потенціалу аграрного виробництва (рис. 2).

У всіх видах ресурсного потенціалу присутній природний складник, що включає абіотичні і біо-



Рис. 1. Завдання екологізації аграрного виробництва

тичні фактори та антропогенний фактор, який є обов'язковим під час формування агроєкосистем.

При цьому еколого-економічний потенціал використовується в процесі оцінювання території щодо їх раціонального природокористування для характеристики їх специфічних особливостей та екологічних обмежень з урахуванням видів економічної діяльності. Еколого-економічний потенціал базується на принципах уведення екологічного складника розвитку в рамках економічної системи. Із розвитком економіки природокористування дедалі більша частина природно-ресурсного потенціалу набуває ознак еколого-економічного потенціалу. До нього включають цілі природні системи, гранична корисність яких у сучасних умовах зростає не лише з позиції забезпечення виробничими ресурсами, а й забезпечення суспільства сприятливим для проживання та відтворення середовищем [10, с. 13–21].

Важливим показником оцінки природокористування є максимально допустима величина антропогенного навантаження на самоорганізований і саморегульований природний комплекс – вимірна величина негативного впливу (ризик), що не призводить до порушення меж стійкості екосистеми та до незворотного руйнування структурно-функціональної сукупності її елементів і не проявляється у погіршенні динамічних характеристик, перетворюючи ризики у небезпеки для всієї системи [9, с. 278–279].

Перехід до ринкових відносин, реформування аграрного сектора економіки та введення приватної власності на землю потребують точної інформації про якісний склад земельних ресурсів для визначення їх агровиробничих можливостей, оцінки вартості, ведення податкової політики, моніторингу стану ґрунтів для недопущення їхньої деградації.

Етап ринкової трансформації та адаптації вітчизняного АПК, подолання в ньому економічної кризи потребують докорінного реформування аграрних і земельних відносин в Україні, які мають бути ефективно використані для створення якісно нової агро-

продовольчої сфери. Ця сфера повинна функціонувати на справжніх ринкових засадах, ґрунтуватися на прогресивній природо- й енергозберігаючій техніко-технологічній і біоресурсній базі за сучасних високопродуктивних форм господарювання [1, с. 292–295].

Глибока та всеохоплююча еколого-економічна криза в аграрному землекористуванні спричинила також різке падіння продуктивності земельних угідь та ефективності їх використання. Критична ситуація відмічена в аграрному землекористуванні. Земельні ресурси прискореними темпами деградуєть, забруднюються і виснажуються, і при цьому не виробляється достатньої кількості продовольства.

Необхідно докорінно перебудувати характер і структуру землеробства з урахуванням еколого-економічних критеріїв і вимог. У зв'язку із цим потрібна принципово нова еколого-економічна концепція розвитку національного АПК, яка потребує формування в ньому досконалого екологобезпечного техніко-технологічного потенціалу та збалансованої ресурсно-виробничої бази.

Розбалансованість функцій використання природного капіталу та його відтворення призвело до широкомасштабних деструктивних процесів, які становлять реальну загрозу для здоров'я людини і життєдіяльності суспільства.

Екологічно збалансований розвиток аграрного сектора економіки передбачає поєднання певних систем (рис. 3).

До основних напрямів вирішення проблем природокористування в аграрному виробництві належать: урахування територіальної неоднорідності й регіональних особливостей природних умов і ресурсів під час вирішення економіко-екологічних проблем; проведення комплексу заходів в АПК, спрямованих на покращання стану оточуючого природного середовища, його оздоровлення; упровадження альтернативних систем землеробства; проведення заходів для розширеного відтворення природних ресурсів; здійснення екологічної експертизи проектів, які спря-

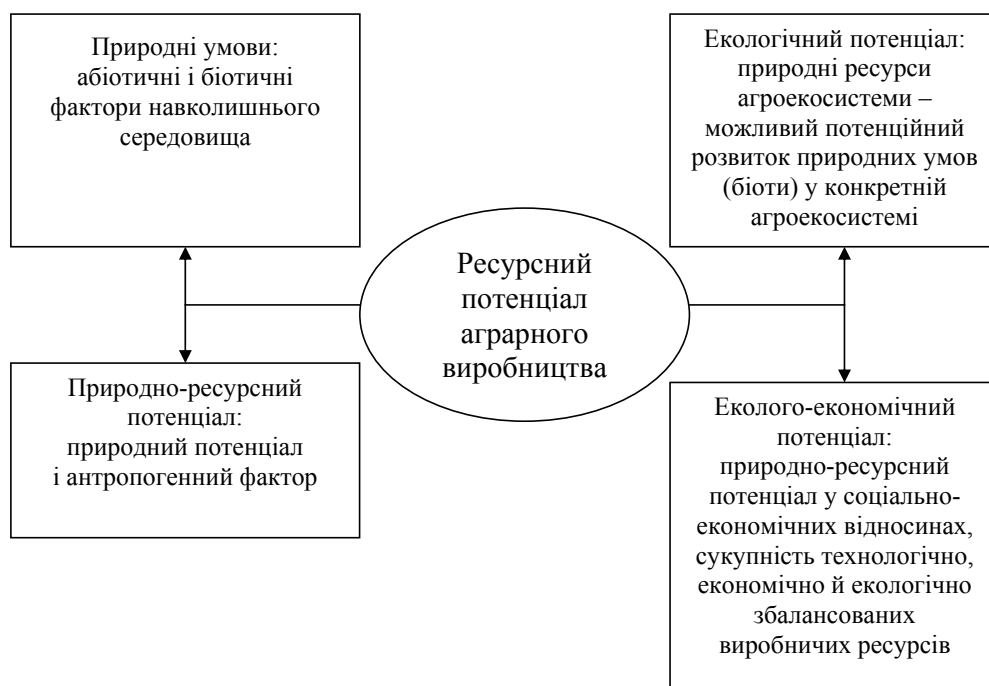


Рис. 2. Основні види ресурсного потенціалу аграрного виробництва

Джерело: власна розробка

мовані передусім на перетворення природи; вдосконалення економічного механізму раціонального природокористування; екологізація агропромислового виробництва; створення системи спостережень (моніторингу) за впливом агропромислового виробництва на довкілля [6, с. 33–38].

Екологічні фактори та сільськогосподарські ризики є одними з вагомих чинників для інвесторів щодо прийняття ними рішення про вкладання коштів в українське землеробство. Тому вкрай необхідно, щоб інформація про реальний екологічний стан українських територій була прозора та доступна максимальній кількості користувачів: органам державного управління, науковцям, громадськості, зокрема міжнародним організаціям і потенційним інвесторам [11, с. 160–164].

Основою реформування аграрного виробництва має стати подолання екологічної та економічної криз. Без ефективного й якнайшвидшого оздоровлення природного середовища в АПК не можна зупинити економічного падіння і поглиблення демографічної катастрофи сільських регіонів. Для подолання негативних тенденцій потрібно формувати сільське господарство нового типу, здатне ефективно зберігати та використовувати генетичний потенціал, підтримувати родючість ґрунту, поліпшувати якість малопродуктивних земель, зберігати екологічну рівновагу з довкіллям, забезпечувати нормальний кругообіг речовин, удосконалювати традиційні системи ведення сільськогосподарського виробництва, збільшувати його обсяг.

Ефективний маркетинг передбачає постійний моніторинг ринкового простору і конкурентів, забезпечує формування асортименту товарів та послуг з урахуванням попиту споживачів і оптимізацію збутової діяльності, сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємств. Але більшість власників сільськогосподарських формувань не усвідомлюють

значущості маркетингу, не розуміють його важливості або не мають навичок практичного використання маркетингового інструментарію [8, с. 226–228].

Ми дотримуємося думки, що екологічний маркетинг повинен бути максимально інтегрований у діяльність підприємств аграрного виробництва, оскільки часткова інтеграція не передбачає системного підходу з точки зору впливу на всі сфери діяльності господарюючого суб'єкта для орієнтації на ринкові умови господарювання і чинники зовнішнього середовища.

Основне завдання ефективного ведення маркетингової діяльності в сільськогосподарських підприємствах полягає у прискоренні формування необхідної інфраструктури ринку агропродукції, яка повинна створювати рівні умови для всіх її учасників та орієнтуватись на потреби кінцевих споживачів продукції, враховуючи при цьому концепцію агромаркетингу.

Упровадження екологічного маркетингу в практичну діяльність дасть змогу виявити нові ринкові ніші, розширити можливості диверсифікації аграрних підприємств. При цьому виробництво екологічно чистої і безпечної продукції зможе приносити додаткові прибутки, оскільки дані вироби є більш якісними. Екологічний маркетинг може виступати дієвим інструментом механізму економічного розвитку та слугувати базою для забезпечення екологічної безпеки національної економіки.

Висновки. Проблеми економічного зростання, підвищення конкурентоспроможності аграрної галузі можуть бути вирішені за допомогою ефективних стратегій і механізмів інноваційного розвитку. Саме такою інноваційною стратегією має стати маркетингова стратегія екологізації аграрного виробництва, яка забезпечить високу якість життя, національну безпеку, охорону довкілля та високий технічний рівень

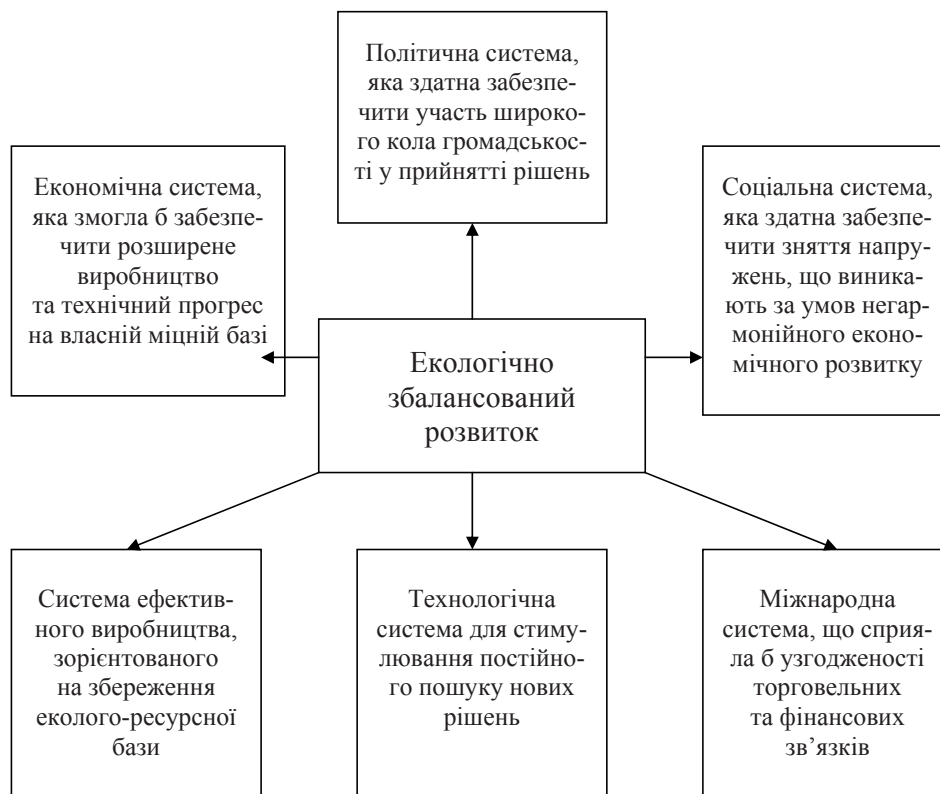


Рис. 3. Системи формування екологічно збалансованого розвитку

Джерело: власна розробка

аграрного виробництва в Україні. Поступовий перехід аграрного виробництва на екологічнобезпечний розвиток здатен забезпечити конкурентоздатність галузі.

Основні стратегічні напрями організації виробничих відносин в аграрній галузі мають базуватися на раціональному використанні природних ресурсів і формуванні системи управління відносинами у виробництві. Екологізація агропромислового виробництва є засобом подолання як екологічної, так і економічної кризи, тому екологічні проблеми агропромислового комплексу України повинні бути в числі державних пріоритетів.

Одним із засобів екологізації аграрного виробництва має стати екологічний маркетинг, який має завдання вивчити й врахувати в процесі виробництва потребу людини в екологічній безпеці. Крім того, завдання екологічного маркетингу полягає у забезпеченні еколого-економічної безпеки агропродовольчого ринку та аграрного сектора економіки у цілому.

Сьогодні необхідно пов'язати основні блоки аграрного виробництва, програми стабілізації економіки з економічно виваженим, екологічно грамотним вирішенням завдань. В основу антикризових і стабілізаційних програм слід покласти концепцію органічної єдності екологічних та економічних проблем, тобто до всіх ланок механізму державного управління треба включати екологічні нормативи.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Благодатний В.І. Структурні зрушення в АПК України в умовах реформування: закономірності, тенденції, напрями / В.І. Благодатний, Л.О. Мармуль // Основні напрями високоєфективного розвитку пореформеного агропромислового виробництва в Україні на інноваційній основі. – К. : ІАЕ УААН, 2009. – С. 292–297.
2. Борисова В.А. Природно-ресурсний потенціал АПК як фактор забезпечення продовольчої безпеки регіону / В.А. Борисова // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Фінанси та кредит». – 2002. – № 2. – С. 134–140.
3. Бочко О.Ю. Сприйняття і реалізація концепцій маркетингу в аграрній сфері економіки / О.Ю. Бочко // Вісник Львівського державного аграрного університету. Серія «Економіка АПК». – 2007. – № 14. – С. 279–287.
4. Воронецька В.С. Екологічний маркетинг в системі управління аграрним сектором економіки / В.С. Воронецька // Збірник наукових праць Вінницьк. нац. аграрн. університету. – 2011. – Т. 10. – С. 112–115.
5. Гавриш О.М. Фактори впливу на формування маркетингових стратегій підприємств / О.М. Гавриш // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія «Економіка, аграрний менеджмент, бізнес». – 2011. – Вип. 168. – Ч. 1. – С. 174–180.
6. Данилишин Б.М. Природно-ресурсний потенціал сталого розвитку України / Б.М. Данилишин, С.І. Дорогунцов, В.С. Міщенко – К. : Нічлава, 1999. – 86 с.
7. Куденко Н.В. Принципи стратегічного маркетингу / Н.В. Куденко // Вчені записки: зб. наук. праць ; М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана» ; відп. ред. А.Ф. Павленко. – 2012. – Вип. 14. – Ч. 1. – С. 125–133.
8. Ларіна Я.С. Формування та механізми реалізації маркетингових стратегій в агропродовольчому підкомплексі АПК : [монографія] / Я. С. Ларіна. – К. : Преса України, 2008. – 336 с.
9. Пашенцев О.І. Методологічні засади випереджального захисту довкілля від антропогенного впливу / О.І. Пашенцев. – Сімферополь : ДІАЙПІ, 2008. – 614 с.
10. Рідей Н.М. Природно-ресурсний потенціал агроєкосистем: аналіз понятійно-категоріального апарату, обґрунтування сучасних трактувань / Н.М. Рідей, О.М. Пашутіна // Вісник Полтавської державної аграрної академії. – 2013. – № 3. – С. 13–21.
11. Чухліб Ю.О. Розробка стратегії екологізації сільськогосподарського виробництва / Ю.О. Чухліб // Вісник Полтавської державної аграрної академії. – 2012. – № 4. – С. 160–164.