

вестиційну політику за міжнародними стандартами.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Інформаційний бюлетень Державної служби статистики України // офіційний сайт [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Аналітичні матеріали Національного інституту стратегічних досліджень [Електронний ресурс] // Офіційний сайт НІСД. — Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua>.
3. Доповідь «Соціально-економічний розвиток України до 2020 року» Національної академії наук України [Електронний ресурс] // Офіційний сайт НАН України. — Режим доступу: <http://www.nas.gov.ua>.
4. Інформаційні матеріали Міністерства аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс] // Офіційний сайт. — Режим доступу: <http://www.minagro.gov.ua>.
5. Законодавча база Європейського парламенту // офіційний сайт [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.europarl.europa.eu>.
6. Нормативно-правові акти Європейської комісії [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Європейської комісії. — Режим доступу: <http://ec.europa.eu>.
7. Огляд стану гармонізації законодавства України з вимогами права ЄС та Базовий план гармонізації законодавства України з правом ЄС [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [www.menr.gov.ua](http://www.menr.gov.ua).

УДК 330.101.2

## ІНСТИТУЦІОНАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ

*В.І. Лазаренко*  
аспірант

*Інститут агроекології і природокористування НААН*

*Висвітлено інституційний інструментарій забезпечення реалізації концепції екологічного маркетингу в аграрному секторі економіки. Охарактеризовано взаємозв'язок між формальними та неформальними інститутами в екологічному маркетингу. Розкрито та проаналізовано поняття «економічна ментальність»*

**Ключові слова:** *інституціоналізм, інституції, екологічний маркетинг, ментальність.*

І класичний, і екологічний маркетинг за своєю суттю являють собою соціально-економічний процес задоволення потреб споживачів шляхом пропозиції товарів та послуг на ринку, з одного боку (виробників), і здатністю та бажанням придбати цей товар або послугу — з іншого (споживачів). Саме тому маркетингова діяльність підприємства не обмежується окремими управлінськими рішеннями на мікроекономічному рівні, а прямо чи опосередковано взаємопов'язана з усіма суспільними інститутами: економічними, політичними, соціальними, організаційними, правовими, етичними, ментальними.

На сучасному етапі розвитку ринкової економіки неможливо досягти позитивного ефекту від маркетингової діяльності без урахування впливу всіх вищезазначених інститутів. У зв'язку з цим вивчення взаємозв'язку між формальними та неформальними інститутами в контексті розвитку екологічного маркетингу з року в рік стає більш актуальнішим.

Сутність теорії інституціональної економіки полягає у вивченні сутності суспільних інститутів, причин та умов їх становлення, розвитку, функціонування, впливу на розподіл обмежених (рідкісних) економічних ресурсів і доходів, розкриття поведінки людини в умовах певного інституціонального середовища у взаємозв'язку з технологією та її змінами.

Вона виникла на межі XIX і XX ст. у США. Її засновниками були Т. Веблен, Д. Коммонс, У. Мітчел та інші дослідники. Інституціоналізм із самого початку являв собою загальносвітову течію. Його ідеї опрацьовували в Європі представники соціологічної школи М. Вебер, В. Зомбарт. У післявоєнні роки інституціоналістські концепції розвивали Дж. Гелбрейт, Д. Белл у США, Ф. Перру у Франції, Г. Мюрдаль у Швеції та ін. Окремо варто сказати про Д. Норта — основоположника неінституційної економічної теорії.

Серед представників українського інституціоналізму слід назвати таких відо-

мих вчених, як С.І. Архієреєв, Т.В. Гайдай, В.В. Дементьев, Г.В. Задорожний, В.В. Липов, П.П. Мазурок, О.В. Носова, Б.М. Одягайло, О.О. Прутська, Р.Ф. Пустовійт, А.А. Ткач, О.М. Чаусовський, О.В. Шепеленко, А.А. Чухно, В.Д. Якубенко, О.Л. Яременко, Т.В. Гайдай та ін.

Задоволення екологічних потреб суспільства через призму екологічного маркетингу відбувається з урахуванням різних інституцій. Набір варіантів соціально-економічного розвитку суспільства в цілому визначається й обмежується його інституційною структурою. Як відомо сучасна інституційна економічна теорія розуміє під інституціями, по-перше, сукупність неформальних (неофіційних) правил; по-друге, сукупність формальних (офіційних) правил; по-третє, механізми їхнього відстеження або спостереження за їхнім дотриманням; по-четверте — механізми примусу до цього. Таке загальне концептуальне бачення в цілому поділяє більшість представників основних течій та аналітиків інституціоналізму, зокрема Д. Норт, Є. Фурботн, Р. Ріхер, Дж. Кемпбелл.

Вихідною складовою інституційної економіки є неформальні інституції, що являють собою неофіційні, неправові обмеження, норми й правила. До неформальних інституцій відносять установлені звичаї, існуючі традиції, неписані кодекси та норми поведінки, господарську етику, культурні стандарти, ментальні зразки й стереотипи.

В умовах переважно еволюційного розвитку суспільства сукупність неформальних інституцій історично й логічно становить вихідний базис для утворення й розвитку на їхній основі формальних інституцій. Зокрема, Д. Норт зазначає, що неофіційні правила (обмеження) мають більший ступінь поширення, ніж офіційні. Останні навіть у найбільш розвинутих країнах становлять лише невелику частину сукупності таких обмежень. При цьому неформальні інституції відрізняє порівняно більша історична довговічність, стабільність, тотальність або загальність поширення. Усі наступні варіанти інституційних змін та інституційних модернізацій в якості своєї основної умови й обмежувача допускають необхідність узгодження формальних і неформальних елементів інституційного середовища суспільства економіки. Таким чином, неформальні інституції в остаточному підсумку визначають можливі варіанти інституційного вибору країни, народу або окремого суспільного сегмента як у процесі тривалої й безперервної історичної еволюції, так і на етапах інтенсивної інституційної модернізації.

Виходячи з вищезазначеного, можна стверджувати що в процесі задоволення екологічних потреб суспільства основна увага спирається на оцінку неформальних інституцій, які в результаті соціально-економічного розвитку були прийняті самим суспільством. Проте є ще один важливий елемент, на який слід звертати увагу задовольняючи екологічні потреби суспільства, — ментальність. На думку Т.В. Гайдай, вихідною теоретико-методологічною передумовою сучасного інституційного економічного аналізу має стати розуміння того, що національна економічна ментальність належить до базових системоутворюючих і системодетермінуючих елементів інституційного економічного ладу суспільства будь-якого типу й майже на будь-якій стадії історичного розвитку. Ця обставина підсилює науково-практичний інтерес як до з'ясування сутності цього поняття, так і до визначення діапазону його видового різноманіття.

Поняття «ментальність» ввели в наукову термінологію в ХХ ст. французькі вчені як Л. Леві-Брюль, Л. Февр, М. Блок, Ф. Бродель, Л.Ж. Люб'є, Р. Мандру та інші, які розробляли соціально-антропогенний та історико-психологічний напрями. Когнітивне призначення цього поняття — досліджувати свідомість людей як чинника історичної еволюції в його соціальному політичному й етнічному значеннях. Активна інтердисциплінарна взаємодія економічної теорії з іншими суспільними науками, посилення антропоцентризму її окремих течій, зокрема традиційного та нового інституціоналізму, сприяє все активнішому включенню цієї категорії і в сучасні економіко-теоретичні дослідження.

З погляду поширених стереотипів сприйняття економічної ортодоксії складається враження, що ментальність як така (зокрема й економічна) не укладається в традиційне розуміння предмета економічної теорії, а тому не може претендувати на теоретичне розроблення в рамках цієї наукової дисципліни. Тут слід нагадати, що в своєму генезисі класична політекономія безпосередньо зводиться до моральної філософії, сама назва якої свідчить про споріднення з проблемами ментальності. Подальша історія економічної теорії свідчить, що практично на всьому її протязі окремі складові змістовного наповнення ментальності включали представники багатьох напрямів і шкіл (переважно гетеродоксії) в предмет економічного дослідження.

У ХХ ст. поняття «ментальність» активно ввійшло в науковий обіг багатьох соціальних наук — соціальної філософії, соціальної психології, психо- і соціоісторії, етнології, історичної

антропології, соціолінгвістики. Що стосується економічної теорії, то також може йтися про доцільність оперування ним. Проте в широкому науковому контексті воно ще має увійти в категоріальну сітку даної наукової дисципліни.

У цьому зв'язку закономірний науковий інтерес становлять підходи, які сформувалися до визначення сутності економічної ментальності як об'єкта дослідження. Зокрема, Р. Нуреев визначає економічну ментальність як характеристику специфіки свідомості населення, яка складається історично й проявляється в єдності свідомих і несвідомих цінностей, норм і установок, що відображається в поведінці населення. Вона включає стереотипи споживання, норми й зразки взаємодії, організаційні форми, ціннісно-мотиваційне ставлення до праці й багатства, а також ступінь сприйняття (або несприйняття) закордонного досвіду. Досить близькі за змістом визначення економічної ментальності пропонують Ю. Латов, Н. Латова, Т. Вуколова. Вони вважають, що економічна ментальність — це характеристика економічних цінностей і норм поведінки, характерних для представників тієї чи іншої групи. Найважливішими складовими економічної ментальності є ціннісно-мотиваційне ставлення до праці й багатства, норми й зразки соціальної взаємодії, стереотипи споживання, організаційні форми господарської життєдіяльності, ступінь сприятливості до закордонного досвіду.

Таким чином, зміст економічної ментальності включає такі структурні елементи:

- цінності, мотиви, норми, зразки, табу економічної поведінки й соціальної взаємодії в господарській діяльності;
- ціннісно-мотиваційне ставлення до праці й багатства;
- уявлення про прийнятність і перевагу організаційних форм господарської життєдіяльності;
- стереотипи споживання;
- ступінь сприйняття закордонного досвіду

В основі економічної ментальності лежать глибинні психологічні установки й цінності індивідів і соціальних спільнот, їхньої стійкої психологічної переваги й реакції, способи сприйняття, манера почувати й думати. Саме тому ментальність визначає мотиви й моделі поведінки, які виникають у процесі господарської діяльності і детермінують її. Як будь-який соціальний феномен, ментальність, у тому числі й економічна, піддається історичним змінам, але вони відбуваються надзвичайно повільно.

Що стосується національної української ментальності, то історичний чинник формування соціально-економічної складової є впливо-

вим, складним і неоднозначним з-поміж усіх, що сформували її сучасну природу та специфіку. Саме історичний вплив на економічну ментальність української нації набуває неоднорідного забарвлення, оскільки окремі частини сучасної її території в різні історичні епохи належали до складу різних державних утворень — Київської Русі, Галицько-Волинського князівства, Великого Литовського князівства, Польського королівства, Московського царства, Козацької держави, Речі Посполитої, Російської імперії, Австро-Угорської імперії, УНР, ЗУНР, СРСР тощо. Усе це не могло не залишити історичний слід в економічній ментальності та поведінкових мотивах українського народу.

Тривале домінування соціально привабливої, проте абсолютно неефективної комуністичної ідеології «рівності, справедливості та братерства», боротьби з «експлуататорами» сформували систему ментально-поведінкового заперечення інституту приватної власності, без якого капіталістична економіка неможлива.

На відміну від ідеологічних установок і суспільних поглядів, що швидко змінюються, ментальність стійкіша, оскільки відображає звичаї, характер та форми поведінки. Сучасна українська нація сформувалася внаслідок складних і тривалих історико-демографічних процесів з різних складових прото української нації, кожна з яких мала свої особливості. Історичні події, які відбувалися в українській історії, безпосередньо, вплинули на ментальну пам'ять та культуру народу. Є чимало історичних подій, які мали діаметрально протилежні вектори впливу на процеси формування про- або ж контрkapіталістичних ознак ментальності. Прикладом можуть бути періоди Козаччини та кріпосного права в Україні. Перший випадок — приклад того, як історичні обставини сприяли формуванню саме проkapіталістичної ментальності. Козацька епоха створила унікальний синтез колективного та індивідуального; свободи волі, вибору з відчуттям дисципліни та відповідальності; духу конкурентності та співпраці; общинних інтересів та інституту приватної власності на землю. Кріпосне право натомість пригнічувало все, що могло сформувати дух капіталізму та підприємництва в майбутньому, культивуючи покірність, терпіння та здатність бути підконтрольним.

Соціалістична система суспільного устрою впливала на ціннісні орієнтації особистості через забезпечення основних життєвих гарантій та задоволення потреб. Праця розглядалася як обов'язок людини в обмін на соціальні гарантії. Важливим було виховання в людині почуття обов'язку перед суспільством за надані гарантії. Капіталістична система сприяла бажан-

ню збільшити споживання через спонукання. Життя людини сприймалося розподіленням на дві частини: роботу та дозвілля. Останнє було безперечно першочерговим. Робота — тільки як плата за дозвілля. Індивіду пропонувалося все більше різноманітних задовольень, які він отримував в обмін на свою працю. Розміри оплати де-факто були в прямій залежності від суми пропозицій за дозвілля. Якість останнього не могла бути пов'язаною з якістю праці. Цей зв'язок абстрактний і не сприймався людьми як реальність: я більше виробляю і працюю для того, щоб мати можливість одержати більше різних благ — головна моральна цінність, що є основою для самомотивації в капіталістичній системі. Тут якість праці визначається сукупністю вимог, які роботодавець висуває наймаємим робітникам, їх виконання стимулюється різними видами санкцій (звільненням з роботи, зменшенням оплати праці тощо) і досить дієвими системами заохочення. Самомотивація підприємця спрямована в основному на збільшення прибутків.

Капіталістична економіка виявилася більш оптимальною, хоча й не ідеальною формою розв'язання мегаекономічної проблеми невідповідності між сукупними суспільними потребами та виробничою можливістю їх задоволення. З-поміж усіх апробованих людством моделей ведення господарської діяльності саме ринковий її різновид забезпечував найефективніший спосіб розвитку економіки. З 90-х років ХХ ст. Україна впроваджує ринкову модель господарювання. Проте цей шлях складний і неоднозначний. Загальний вектор перших економічних реформ в Україні містив, швидше, геополітичну, ніж економічну складову. Рух до ринку мотивувався незадовільним економічним становищем, яке стало наслідком неефективності статичної моделі устрою суспільства та природним бажанням жити краще й мати вищий рівень добробуту. Концепція продуманих економічних реформ фактично була підмінена вмотивованим бажанням «наздогнати» західну економічну цивілізацію. Домінувала психологія погано осмисленого наслідування західної моделі демократичного управління та ринкового господарства.

На сьогоднішній день в економічній поведінці українців варто виокремити надмірність грошових стосунків між людьми. Проблема неоднозначна за своєю суттю. Розвиток капіталістичної ментальності потребує зростання ролі та вагомості грошей в економічному житті людини. Гроші «проникають» у раніше морально та історично заборонені сфери людських стосунків, вступають у конфлікт з морально-етичними, правовими та релігійними поведін-

ковими нормами українського суспільства і стають предметом всезагального суспільного поклоніння.

Нині в економічній поведінці українців помітніше проявляються капіталістично зорієнтовані риси ментальності: раціоналізм у поведінці, індивідуалізм, самостійність, готовність до ризику, прагнення заробляти й робити інвестиції, бажання жити краще, здоровий кар'єризм тощо. Здатність до ведення підприємницької діяльності в українському народі поступово відроджується. Тільки такі зміни дають змогу вибудувати та впорядкувати систему цінностей новітньої, ефективної української економіки. Проте вони відбуваються недостатньо динамічно, але в цьому, очевидно, й полягає інерційна специфіка ментальності українського народу.

## ВИСНОВКИ

Можна констатувати, що в структурі національної економічної ментальності, з точки зору задоволення власних екологічних потреб у свідомості і в діях українських споживачів, прослідковується зацікавленість та бажання вживати екологічно безпечні товари, незважаючи на негативні чинники, які сповільнюють зростання попиту на екологічно чисту продукцію та, відповідно, екологічних потреб. І саме підвищення зацікавленості споживачів, а також стимулювання попиту на відповідну продукцію є одним із ключових завдань екологічного маркетингу як нової парадигми розвитку аграрного сектора економіки і, в той же час, підвищення взаємозв'язку між суб'єктами господарювання, докільям та суспільством у цілому.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Норт Дуглас. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Д. Норт. — М., 1997. — 341 с.
2. Фуруботн Э.Г., Рихтер Р. Институты и экономическая теория. Достижения новой институциональной экономической теории / Э.Г. Фуруботн, Р. Рихтер. — СПб.: Издат. дом С.-Петербур. гос. ун та, 2005. — 702 с.
3. Хамінич С.Ю. Екологічний маркетинг: навч. посібник / С.Ю. Хамінич, О.Б. Півоварова, О.О. Кононова, І.О. Марковська. — Дніпропетровськ: Герда, 2015. — С. 9–10.
4. Гайдай Т.В. Парадигма інституціоналізму: методологічний контекст: монографія / Т.В. Гайдай. — К.: Вид.-полігр. центр «Київський університет». — 2008. — 296 с.
5. Бондаренко О.В. Українська національна економічна ментальність і «дух капіталізму» / О.В. Бондаренко. — Запоріжжя: — 2009. — С. 167–179.

6. Шкуратов О.І. Інституціональні засади організаційно-економічного забезпечення екологічної безпеки в аграрному секторі / О.І. Шку-

ратов, О.А. Слободенюк, О.І. Ступень // Збалансоване природокористування. — 2017. — № 1. — С. 117–123.

УДК 631.53.04 : 631.67 : 635.7 (477.7)

## ВПЛИВ СТРОКІВ, СПОСОБІВ СІВБИ ТА УМОВ ЗВОЛОЖЕННЯ НА ВРОЖАЙНІСТЬ ЧАБЕРУ САДОВОГО (*Satureja hortensis* L.) В ЗОНІ ПІВДНЯ УКРАЇНИ

О.А. Коваленко

кандидат сільськогосподарських наук

завідувач кафедри рослинництва та садово-паркового господарства

Миколаївський національний аграрний університет

О.І. Стебличенко

завідувач відділення

Технологічно-економічний коледж Миколаївського НАУ

Наведено дані про темпи росту та розвитку чаберу садового залежно від різних елементів технології вирощування. Досліджено вплив строків, способів сівби та умов зволоження на показники продуктивності культури. Установлено оптимальні варіанти досліджуваних чинників, які забезпечують найвищий умовний вихід ефірної олії *Satureja hortensis* L.

**Ключові слова:** чабер садовий, міжфазовий період, висота рослин, урожайність, ефірна олія, краплинне зрошення.

Чабер садовий (*Satureja hortensis* L.) належить до ефіроолійних, лікарських та пряно-ароматичних рослин. Основна кількість ефірної олії цієї рослини міститься в залозках на листках [1, с. 494]. Чим більше сформована надземна маса, тим більше можна отримати з рослини головної продукції.

Відомо, що на ріст і розвиток будь-якої рослини можна вплинути за допомогою елементів агротехніки вирощування. Так, за рахунок зміни способів сівби (регулювання ширини міжряддя та відстані між рослинами в рядку) можна забезпечити оптимальну площу живлення, завдяки чому сформуються повноцінно розвинені рослини. Якщо рослину висіяти в оптимальний строк, то вона вчасно та ґрунтовно пройде всі фенологічні періоди. А при забезпеченні умов зрошення, особливо в посушливих степових регіонах, розкриє потенціал.

Починаючи з 30-х років ХХ ст. вітчизняні вчені активно вивчали ефіроолійні культури, умови їх вирощування. Саме в цей період Український інститут рослинництва організував першу експедицію щодо вивчення флори ефіроолійних культур степової зони. В експедиції по регіону Донбасу працювали Є.Д. Карнаух, М.І. Котов, Ю.Г. Карпенко [3, с. 3–4].

На початку 2000-х років вивченням агротехнічних заходів вирощування чаберу садового в умовах Зауралля займалася А.М. Леонідова. Вона вивчала вплив строків, норм добрив, схем сівби на його продуктивність.

Аналогічні заходи, але на прикладі шавлії лікарської, вивчав доктор сільськогосподарських наук, професор М.І. Федорчук. У своїх дослідженнях вчений прослідковував закономірності впливу строків сівби, глибини оранки, норм добрив та умов зрошення на ріст і розвиток ефіроолійних рослин.

Що стосується культури чаберу садового, то дослідження елементів агротехніки, особливо для зони Степу України, та ще й в умовах краплинного зрошення, не проводилися взагалі. Тому саме ці складові технології вирощування цієї пряно-ароматичної культури ми й досліджували в умовах Південного Степу на території Миколаївської області застосовуючи краплинне зрошення та аналізуємо вплив строків та способів сівби.

Досліди закладали на прямокутних ділянках (1×2) з обліковою площею 5 м<sup>2</sup> у чотирикратній повторності. Для сівби використовували сорт Остер (оригінатор сорту — дослідна станція «Маяк» Інституту овочівництва і ба-