

ЕКОЛОГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК СКЛАДОВА МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ РИНКОМ ТЕХНОГЕННОЇ НЕБЕЗПЕКИ

За обставин високого рівня техногенної та природної небезпеки в Україні діючий механізм захисту населення і територій, спрямований на запобігання, попередження, ліквідацію наслідків надзвичайних ситуацій, а також на скорочення, поглинання, переробку, утилізацію, знешкодження або розміщення антропогенних викидів та скидів, є недосконалим і не забезпечує виконання органами державної влади та суб'єктами господарювання своїх функцій. Сьогодні постала проблема формування такого механізму управління, який би сприяв стабільному розвитку суспільства і давав би змогу більш ефективно управляти існуючою і прогнозованою техногенною небезпекою.

Проблемам економічної оцінки навколишнього природного середовища присвячують свої праці провідні вчені як в Україні, так і закордоном, зокрема Балацький О.Ф., Бистряков І.К., Бобильов С.М., Вахович І.М., Гринів Л.С., Голян В.А., Гошовський С.В., Дейнека Л.В., Долішній М.І., Євдокимов Ю.В., Ілляшенко С.М., Козьменко С.М., Медведєва О.Е., Мельник Л.Г., Мішенін Є.В., Недін І.В., Прокоп М.К., Потравний І.М., Рудько І.І. Тарасевич В.М., Трегобчук В.М., Царенко О.М., Хлобистов Є.В. тощо, проблемам екологічної безпеки регіону – Герасимчук З.В., Дорогунцов С.І., Качинський А., Олексюк А.О., Федорищева А.М., проблемам формування екологічної політики – Дьомкін В.І., Кравців В.С. Багато науковців, зокрема Аркінд М.В., Лебедєвич С.І., Навроцький В.М., Одинець В.А., Стадницький Ю.І., Шевчук В.Я., досліджують проблему екологічної безпеки та екологічного аудиту, а проблеми розвитку екологічного маркетингу та екологічного ринку вирішували Г.В. Вайданич, А.М. Вічевич, А.П. Дідович, І.І. Дідович, Р.М. Марутовський, О.В. Садченко, О.Г. Стегній, Ю.Ю. Туниця.

Проте, у перелічених дослідженнях не приділено достатньої уваги формуванню механізмів управління техногенною небезпекою, методології визначення її кількісних показників та формування ринку для продажу цієї небезпеки у формі екологічної одиниці, яка введена в обіг КМУ як одиниця установленної кількості антропогенних викидів та скидів. Тобто виникає імператив формування екологічного ринку із розвинутою системою товарно-грошових відносин під час реалізації заходів із скорочення викидів та скидів, а також зберігання, торгівлі та використання цих же одиниць за умов ринкової економіки. Однак проект Закону України “Про екологічний ринок України” залишився не розглянутим, правове поле не сформоване, нормативно-правовий механізм управління техногенною небезпекою не впорядкований.

Щодо теоретико-методологічних основ нової форми економічних відносин у природокористуванні та науково-методичної бази стратегії сталого розвитку і ефективного використання ресурсного потенціалу країни сучасні досягнення наукової думки мають значні успіхи. Значна частина роботи виконана в Інституті проблем ринку та економіко-екологічних досліджень Національної академії наук України, де провідні фахівці сформували теорію екологічного маркетингу як систему його концепцій: “екологічний” маркетинг; маркетинг екологічних товарів і послуг; маркетинг природних ресурсів і умов; маркетинг природоохоронної діяльності та відтворення довкілля; маркетинг екологічних знань і технологій та мережний екомаркетинг.

Таким чином, ми маємо справу із екологічним маркетингом як функцією управління, пов'язаною з перетворенням потреб споживачів в попит на товари і послуги, що сприяють сталому розвитку суспільства в цілому.

Виходячи з розроблених концепцій, пропонуємо з метою максимального зростання якості життя, формування сталого розвитку територій як для теперішніх, так і майбутніх поколінь існуючі 6 концепцій доповнити концепцією ринку техногенної небезпеки. Обґрунтування даної концепції базуються на теоремі Коуза, яка дозволяє сформувати економічну, соціальну та екологічну вартість (цінність) понять, які до цього не були товаром і не могли мати свого ринку та маркетингу.

Метою ринку техногенної небезпеки в рамках зазначеної концепції є не тільки збереження довкілля з проведенням відповідних заходів щодо відновлення порушених компонентів екосистем, а й формування такого економічного середовища, де небезпека стає товаром і її вигідніше продати, ніж платити за її виробництво (створення). Суб'єктом у цьому випадку можуть виступати місцеві та регіональні органи влади, національні уряди, міжнародні громадські організації, політичні партії та рухи, “товаром” - техногенна небезпека (антропогенні викиди та скиди тощо). “Ринок” формують потенційні спонсори і донори, що фінансують програми і проекти, пов'язані зі зменшенням техногенної шкоди. Цей вид ринку в організаційно-інфраструктурному аспекті повинен формуватися на локальних, регіональних, національних і глобальних рівнях.

В рамках даної концепції традиційне виробництво набуватиме рис сталого розвитку, де господарська діяльність безпосередньо пов'язана із впровадженням новітніх технологій та інноваційною діяльністю.