

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ

Розглядаються актуальні питання теорії і практики екологічного маркетингу землекористування як умови раціонального використання та охорони земель у конкурентній економіці. Висвітлюються сутність та основні завдання еко-маркетингу землекористування як фактора реалізації конкурентоспроможності суб'єктів господарювання на землі.

Exceptional important problem theory and practice of ecological marketing in landuse in course of rational use and land conservation in competitive economy is view. Main point and main assignments of eco-marketing landusage as factors of achievement competitive capacity of management objects on the land are investigate.

Вступ. Підвищення конкурентоспроможності вітчизняного землекористування нині можливе за умови запровадження принципово нових способів використання землі, відродження національного виробництва та стимулювання інновацій. У контексті заходів підвищення конкурентоспроможності землекористувань важливе місце належить екологічному маркетингу, який, за словами Садченко О., Харічкова С. [1], представляє "... не тільки забезпечення максимального зростання споживання, розширення споживчого вибору, задоволення споживача і максимального зростання якості життя, а також – підтримку стійкого, збалансованого розвитку територій, збереження високої якості навколишнього природного середовища". Але хоч теоретико-концепційні основи маркетингу достатньо висвітлені у вітчизняній і зарубіжній літературі Ф. Котлера [2], Дж. Р. Еванса і Б. Бермана [3], А. Вічевича, Т. Вайданича, І. Дідовича, А. Дідовича [4], О. Веклич [5], С. Сіліної [6] і багатьох інших, така увага до проблем розвитку маркетингу є зрозумілою, оскільки "значна частина колишніх методів регіональної політики вже втратила практичну цінність у зв'язку з принциповими відмінностями командно-адміністративної та ліберальної екологічних макросистем" [7], а розвиток маркетингу, який би передбачав комплексний підхід до вирішення проблем розвитку регіону із забезпеченням узгодженості загальнодержавних і

місцевих інтересів, з урахуванням особливостей стану і можливостей розвитку того чи іншого регіону поки що не знайшов свого відображення. Водночас особливо гостро стоїть проблема становлення розвитку маркетингу в землекористуванні, але враховуючи, що екологічна ситуація в землекористуванні з кожним роком стає все більш напруженою, переважає економіко-техногенний вектор використання землі, виникла об'єктивна необхідність відстоювати екологічний підхід господарської діяльності на землі, яка б гармонійно узгоджувалася із законами природи. У цьому зв'язку виникає необхідність формування екологічного маркетингу землекористування, завданням якого б стало визначення раціонального співвідношення між рівнями використання землі, розвитком виробництва та еколого-економічними факторами землекористування. Це тим більш важливо, оскільки в Україні немає ні однієї фундаментальної праці, присвяченої екологічному маркетингу землекористування. Власне, формування наукового світогляду щодо розвитку екологічного маркетингу землекористування і представляє актуальність даного дослідження.

Метою роботи є обґрунтування теоретико-методологічних засад і розробка практичних рекомендацій щодо розвитку екологічного маркетингу землекористування, що забезпечить умови раціонального використання і охорони земель як основного національного багатства України.

Обговорення проблеми. Деструктивні процеси в землекористуванні загострюються, головним чином, внаслідок екстенсивного способу сільськогосподарського виробництва, якісними змінами господарської діяльності під впливом науково-технічного прогресу, стаціонарних та пересувних джерел забруднення і ін.

Тому важко не погодитися з тим, що забезпечення гармонійного розвитку природних і суспільних відносин у значній мірі визначається досягнутим рівнем екологізації суспільного виробництва [8, с. 11].

Теоретико-методологічне забезпечення цієї проблеми спирається на екологічний маркетинг землекористування, як одну з основних функцій управління земельними ресурсами. Але на сьогодні у спеціальній літературі загальноприйнятого визначення цьому питанню не наводиться. Зосереджуючись на питанні розвитку екологічного маркетингу землекористування, нами зроблено висновок, що він представляє напрям діяльності, спрямований на отримання максимальної кількості еколого-безпечної споживчої користі від використання землі, забезпечуючи умову збереження та відтворення її якісних параметрів.

З наукового погляду, як свідчить наш багаторічний досвід роботи у цій сфері, екологічний маркетинг землекористування доцільно підрозділяти за такими основними напрямками:

- маркетинг використання земельних ресурсів;
- маркетинг охорони та розширеного відтворення земельно-ресурсного потенціалу землі;
- маркетинг економічного регулювання раціонального використання землі (стимулювання, справляння земельного податку або орендної плати, відшкодування збитків, завданих землекористуванню);
- маркетинг екологічно орієнтованого інноваційно-інвестиційного забезпечення;
- маркетинг розробки землевпорядної та вишукувальної науково-технічної документації;
- маркетинг стратегічного планування землекористування;
- маркетинг заходів, спрямованих на зменшення ризиків виникнення загрозливих ситуацій у землекористуванні;
- маркетинг виробництва екологічно чистої продукції;
- реклама і ін.

Спинимось на суспільно-економічних цінностях напрямків екологічного маркетингу землекористування, спрямованого на задоволення економічних потреб нації і світової спільноти в цілому.

Маркетинг використання земельних ресурсів слід розділити на три етапи. На першому етапі розглядається загальнодержавна і регіональні програми використання та охорони земель, які передбачають [9]:

- розподіл земельного фонду між галузями економіки;
- оптимізацію структури земельних угідь;
- консервацію деградованих і малопродуктивних земель;
- розширення площі земель з природними ландшафтами до рівня, достатнього для збереження ландшафтного і біологічного різноманіття;
- створення єдиної завершеної системи лісомеліоративних насаджень у долинах річок і на водоймах;
- створення водоохоронних зон і прибережних захисних смуг водних об'єктів і ін.

Причому очікуваний економічний ефект на кінець 2015 року від реалізації такої Програми складатиме біля 90 млрд. грн., з яких понад 50 млрд. припадає на землі сільськогосподарського призначення [9].

На другому етапі розробляються схеми землеустрою, використання та охорони земель, відповідних адміністративно-територіальних утворень (райони, сільські і селищні ради), у яких деталізуються наукові розробки, сформульовані в регіональних програмах.

Третій етап передбачає розробку організаційно-господарських, еколого-економічних і правових заходів щодо використання і охорони землі в рамках конкурентного землекористування.

При цьому стратегія аграрного землекористування повинна передбачати:

- формування високопродуктивних екологічно стійких ландшафтів, скорочення орних земель, які використовуються в системі екстенсивного землеробства, завдяки трансформації – консервації та трансформації-реабілітації дозволить на площі понад 10 млн. га підвищити коефіцієнт екологічної стабільності території з 0,14 до 0,62-0,68. При цьому коефіцієнт позитивного екологічного впливу на навколишні землі зросте з 0,83 до 1,71 [8, с. 73];
- гармонійне поєднання механізму дії економічних законів та законів природи. Іншими словами, економічні інтереси суб'єктів господарювання повинні впливати з можливостей природно-ресурсного потенціалу території. Наприклад, розміщення культур просапної групи (цукрові буряки, картопля, кукурудза, соняшник і ін.) з метою збільшення прибутків на схилах, які вирізняються високим рівнем ризику водної ерозії, є переконливим свідченням “насилля” над землею, оскільки змив ґрунту в такому випадку складатиме від 15 до 30 т/га, про що свідчить досвід господарювання на ерозійно-небезпечних територіях. У цьому зв'язку використання орних земель повинно носити диференційований характер, виходячи з умов

крутості схилів та їх продуктивних можливостей.

Маркетинг охорони та розширеного відтворення земельно-ресурсного потенціалу передбачає формування комплексу заходів, орієнтованих на вибір оптимального варіанта еколого-економічних процесів у землекористуванні. Це означає, що в кінці кожного маркетингового року якісні параметри сільськогосподарських угідь повинні носити кумулятивний характер, забезпечуючи умову отримання земельної ренти та виробництво екологічно чистої продукції.

Маркетинг економічного регулювання раціонального землекористування передбачає визначення науково-обґрунтованого податку за використання землі та орендної плати за землекористування, які б були адаптовані до умов ринкової економіки. Власне, ринкова економіка актуалізує проблему підвищення розміру плати за землю, виходячи з наших розрахунків, з 0,1 % грошової оцінки сільськогосподарських угідь до 1,2-1,3 %, що дозволить збільшити надходження до державних бюджетів різних рівнів грошових коштів у сумі 25-26 млрд. грн. Це ті кошти, які згідно із законом України "Про плату за землю" [10] будуть використані для підвищення родючості ґрунтів, виконання робіт із землеустрою, ведення державного земельного кадастру, стимулювання власників землі і землекористувачів за підвищення якості земель і ін.

Крім того, маркетинг економічного регулювання раціонального використання і охорони земель передбачає відшкодування збитків, зумовлених обмеженням режимом землекористування. До таких земель відносяться землі, розміщені в охоронних та санітарно-захисних зонах, зонах санітарної охорони, прибережних захисних смуг.

Визначення втрат, зумовлених обмеженням прав власників землі та землекористувачів, або погіршення якості земель, визначається за формулою:

$$P_e = (1-k) \cdot H_e \cdot P_o, \quad (1)$$

де P_e – розмір витрат, тис. грн.;

k – коефіцієнт зниження продуктивності угіддя;

H_e – середній розмір витрат у розрахунку на 1 га;

При цьому H_e визначається за формулою:

$$H_e = \sum_{i=1}^n (B_i \cdot \Pi_i) \frac{H_o}{B_o}, \quad (2)$$

де B_i – бал оцінки i -ї агропродуцційної групи ґрунтів ділянки угіддя, що вилучається або погіршується стан, га;

Π_i – площа i -ї агропродуцційної групи ґрунтів ділянки угіддя, що вилучається або погіршується стан, га;

H_o – норматив витрат по області, тис. грн., що визначається постановою Кабінету Міністрів України від 03.10.1991 р.

B_o – середній бал оцінки угіддя по області, тис. грн.

P_o – площа ділянки, га.

Відшкодування збитків проводяться у випадках забруднення або руйнування земель фізичними чи юридичними особами.

Для розрахунку відшкодування збитків від забруднення земель сільськогосподарського призначення використовують формулу [11]:

$$P_{B.3} = A \cdot \Gamma_D \cdot K_3 \cdot K_H \cdot \Pi_{e.2.3}, \quad (3)$$

де A – питомі витрати на ліквідацію наслідків забруднення земельної ділянки, які визначаються як 0,5 Γ_D ; Γ_D – грошова оцінка земельної ділянки до забруднення (засмічення), грн. K_3 – коефіцієнт, що характеризує вміст забруднюючої речовини (m^3) в об'ємі забрудненої землі (m^3) залежно від глибини просочування; K_H – коефіцієнт небезпечності забруднюючої речовини; $\Pi_{e.2.3}$ – показник шкали еколого-господарського значення земель.

Грошова оцінка земельної ділянки до забруднення (Γ_D) визначається за формулою:

$$\Gamma_D = \sum (\Pi_{agr} \cdot \Gamma_{agr}), \quad (4)$$

де Π_{agr} – площа агропродуцційної групи ґрунтів, m^2 ; Γ_{agr} – грошова оцінка 1 m^2 агропродуцційної групи ґрунтів, грн./ m^2 , яка визначається за формулою:

$$\Gamma_{agr} = \Gamma_y \cdot \frac{B_{agr}}{B_y}, \quad (5)$$

де Γ_y – грошова оцінка 1 m^2 відповідних угідь сільськогосподарського підприємства, грн./ m^2 ; B_{agr} – бал бонітету агропродуцційної групи ґрунтів земельної ділянки; B_y – бал бонітету 1га відповідних угідь сільськогосподарського підприємства.

Коефіцієнт забруднення землі (K_3) визначається за формулою (при $K_3 < 1$ він не враховується):

$$K_3 = \frac{O_{3.P.}}{T_3} \cdot \Pi_D \cdot I_{\Pi}, \quad (6)$$

де $O_{3.P.}$ – об'єм забруднюючої речовини, m^3 ; T_3 – товща земельного шару, що є розмірною одиницею для розрахунку витрат на ліквідацію забруднення, залежного від глибини просочування забруднюючої речовини.

Об'єм забруднюючої речовини визначається за формулою:

$$O_{3.P.} = \frac{B_{3.P.}}{\Pi_{3.P.}}, \quad (7)$$

де $B_{3.P.}$ – вага забруднюючої речовини, т; $\Pi_{3.P.}$ – відносна щільність забруднюючої речовини (t/m^2).

Відшкодуванню підлягають втрати сільськогосподарського та лісогосподарського виробництва, розрахунок яких проводиться за формулою (2).

З позиції державного управління земельними ресурсами еко-маркетингова діяльність має своїм завданням формування інвестиційної стратегії сільськогосподарського товаровиробника. Традиційно склалося так, що при обґрунтуванні ефективності інвестування аграрного виробництва використовують таку економічну категорію, як ефективність інвестицій, яка виражається термінами окупності, продуктивності, праці і ін.

Серед аргументів, які визначають доцільність інвестування, часто використовують таке поняття, як ефект. Відмінність терміна “ефект” від “ефективність” полягає в тому, що інвестора може цікавити не термін окупності, що може складати декілька років, а маса прибутку, який він може отримати від вкладення інвестицій за певний період часу. Звернемо увагу, що категорії “ефект” і “ефективність” інвестицій лягають в основу майже в однаковій мірі при виборі об’єкта інвестування. Дуже часто в землекористуванні доводиться вибирати альтернативу між декількома екологічними інвестиційними проектами. У цьому випадку використовують загальну формулу наведених витрат, яка має вигляд:

$$3 = C + E_H \cdot K, \quad (8)$$

де C – поточні витрати виробництва; K – сума капітальних вкладень; E_H – нормативний коефіцієнт ефективності капіталовкладень. Економічно доцільним є варіант з меншими наведеними витратами. Проте не завжди є можливість і доцільність одноразових інвестицій екологічного спрямування в розвиток землекористування. Тому при розрахунку економічного ефекту доцільно вводити поправку на фактор часу з допомогою дисконтування, за умови рівномірного річного припливу готівки ΔC у вигляді [12]:

$$E = T + \Delta C - K_t(1+r)^t, \quad (9)$$

та за довільного за роками припливу грошей ΔC , у вигляді:

$$E = \sum_{t=1}^T \Delta C_t - K_t(1+r)^t, \quad (10)$$

де r – ставка дисконту; T – тривалість життєвого циклу об’єкта інвестування.

У таблиці нами проведено розрахунок економічного ефекту підвищення родючості ґрунту за періодами життєвого циклу об’єкта інвестування. У розрахунках прийнято: загальна вартість інвестиційних витрат – 200 тис. грн.; ставка дисконтування – 0,10, і отже, часовий горизонт розрахунків економічного ефекту – 10 років; життєвий цикл об’єкта інвестування – 12 років.

Рік	Річна сума грошових надходжень, тис. грн.	Кумулятивні надходження грошей, тис. грн.	Кумулятивні виплати, тис. грн.	Економічний ефект, тис. грн.
1	60	60	210	-150,0
2	70	130	231,0	-101,0
3	85	215	254,0	-39,0
4	90	305	279,5	25,5
5	90	395	307,5	87,5
6	90	485	338,3	146,7
7	90	575	372,1	202,9
8	90	665	409,3	255,7
9	85	750	450,2	299,8
10	80	830	495,0	335,0
11	75	905	544,5	360,5
12	75	980	598,9	381,1

З наведених у таблиці розрахунків видно, що економічний ефект починається після третього року інвестування проекту зі збереження родючості ґрунту. На десятий рік цей ефект уже складатиме 335 тис. грн.

Слід зазначити, що в системі екологічного маркетингу важливе місце належить землеустрою, який проводиться з метою створення організаційно-територіальних і виробничих умов, що сприяють раціональній організації виробництва. Науково і практично доведено, що суб’єкти господарювання не зможуть раціонально використовувати землю, сільськогосподарську техніку, успішно впроваджувати досягнення науки і попереднього досвіду, якщо не буде належним чином вивчена і впорядкована їх

теорія. Позитивно оцінюючи землеустрій у цілому, треба зазначити, що він справляє винятковий вплив на формування еколого безпечного земле-користування, стабілізацію екосистем ландшафту. Хоч роль і значення землеустрою, його зміст і завдання досить обширно представлені в Земельному кодексі України (2002 р.) та Законі України “Про землеустрій” (2003 р.), все ж відзначимо, що тільки землеустрій як складова бізнес-плану агроформування та інших господарських структур є єдиною наукою, яка регламентує порядок використання і охорони земель. Якщо землеустрій соціалістичного періоду був спрямований на досягнення показ-ників економічного зростання будь-якою ціною, в

результаті чого були розорані крутосхили, сіножатні і пасовища, які виступали в ролі стабілізуючих чинників екосистем, то землеустрій ринкового періоду має інші пріоритети – екологізацію землекористування. Це відбулося завдяки переходу від командно-адміністративної системи, коли проект землеустрою буде лише “ширмою” (прикриттям), виправданням волі чиновників, які одноосібно нав’язували колгоспам і радгоспам плани виробництва сільськогосподарської продукції, її асортименту, площу орних земель і ін. до економіки з ринковим змістом. У зв’язку з цим змінилася ідеологія проведення землеустрою агроформувань.

Зокрема, структура проекту землеустрою агроформувань, яка перейшла нам у спадок із соціалістичного періоду господарювання, вимагає свого вдосконалення шляхом формування принципово відмінних складових частин проекту. Поступом у цьому є формування такої складової частини проекту землеустрою, як встановлення обмежень права на використання землі, що у свою чергу, поділяються на такі елементи:

- обмеження режиму використання земель в охоронних і санітарнозахисних зонах та зонах санітарної охорони;
- обмеження режиму використання еродованих земель;
- обмеження режиму використання техногенно забруднених земель;
- обмеження режиму використання малопродуктивних земель;
- обмеження режиму використання меліорованих земель;
- обмеження режиму використання особливо цінних земель.

Заслуговує на особливу увагу така складова, як ефективність проекту, де розглядаються, зокрема, такі питання, як економічна, соціальна та екологічна ефективності. Ці складові є ознакою становлення гуманістичного відношення до землі, що відповідає принципам її раціонального використання і охорони.

Осмилюючи роль екологічного маркетингу землекористування, відзначимо, що він є однією з підвалин стратегічного планування використання і охорони земель, базовою основою підвищення конкурентоспроможності суб’єктів господарювання на землі, що є особливо важливим при утвердженні України як високотехнологічної держави.

Вміння стратегічного планування землекористування є запорукою його екологічної безпеки, оскільки всі дії суб’єктів господарювання на землі носять не спонтанний, а виважений, науково обґрунтований характер.

На основі аналізу сильних і слабких сторін, загроз і можливостей формується вибір альтернативи, яка задовольняє вимоги стандартів екобезпеки землекористування. Наприклад, пла-

нуючи систему сівозмін, структуру посівних площ, потрібно не тільки володіти інформацією про ринок тієї чи іншої культури, обсяги продажу продукції, а й мати інформацію про прогноз якісних змін у ґрунті: як зміниться родючість ґрунту, як забезпечуватиметься баланс гумусу в ґрунті, чи не посиляться процеси водної і вітрової ерозії і ін. Досліджуючи питання планування структури посівів на перспективу, нами виявлено, що невід’ємним елементом, спрямованим на екологізацію землекористування, є врахування таких чинників, як рельєф місцевості (крутість схилів), наявність малопродуктивних та деградованих земель, величина виносу гумусу урожаєм сільськогосподарських культур, розміщення господарств від пунктів здачі продукції і ін. Це дало можливість зробити висновок, що теоретично усталене поняття сівозміни, методика їх побудови не витримують ніякої критики. Майже всі запроєктовані посівні сівозміни Миколаївським інститутом землеустрою в попередні роки супроводжуються втратами гумусу на рівні 0,4-0,6 т/га, що суперечить концепції екологічного землекористування. Тільки бездефіцитний баланс гумусу в ґрунті, досягнення умови зниження обсягів змиву ґрунту до рівня самовідтворення (2-3 т/га), забезпечення окупності вирощування культур на рівні не менше 1,35 і інше можуть бути підставою для прийняття плану посівних площ в агроформуванні, які гарантуватимуть екологічну безпеку землекористування. У цьому зв’язку відзначимо, що відповідальність за таку екологічну безпеку повинні нести служби екологічного маркетингу землекористування. Це завдання нині є надзвичайно актуальним, воно набуває особливої виразності в ході формування і становлення екологічного соціально орієнтованого землекористування.

Що стосується еко-маркетингових заходів, спрямованих на зниження ризиків виникнення загрозливих ситуацій у землекористуванні, то насамперед вважаємо за доцільне зупинитися на феномені поняття ризик. Так, Цай Т.Н. [13] у зміст ризику вкладає невизначену ситуацію, коли можливий як позитивний, так і негативний результат. Інші дослідники [14, с. 54] розглядають ризик як можливість або загрозу відхилення результатів конкретних рішень або дій від запланованих. З точки зору екології інші вчені [15, с. 80] відзначають, що екологічні ризики – це вірогідність негативних для життєдіяльності суспільства, в тому числі й для здоров’я населення, результатів будь-яких антропогенних чи техногенних змін природних об’єктів і факторів. Певна річ, ці визначення є не зовсім повними, оскільки не дають відповідь на питання: що таке екологічний ризик у землекористуванні. Даючи відповідь на поставлене питання, відзначимо, що екологічний ризик у землекористуванні – це ймовірність погіршення екологічного стану

земельних ділянок у результаті господарської діяльності людини або негативного впливу природних факторів. Так, насичення сівозміни культурами просапної групи загрожує надмірними втратами гумусу в ґрунті, в результаті чого знизиться його природна родючість. Наприклад, озима пшениця при урожайності 50 ц/га призводить до втрат 0,96 т/га гумусу, тоді як кукурудза на зерно при такій же урожайності – 1,64 т/га, а цукрові буряки і коренеплоди при середній урожайності 250 ц/га – ще більше – відповідно 2,14 і 1,70 т/га. Але розміщення у структурі посівів багаторічних та однорічних трав забезпечить нагромадження гумусу. Так, розміщення у сівозміні конюшини на зелену масу при її урожайності 300 ц/га забезпечить баланс гумусу на рівні 1,37 т/га, а однорічні трави при урожайності 200 ц/га – 0,48 т/га.

Таким чином, розміщення у структурі посівних площ таких культур, як багаторічні і однорічні трави, культур зернової групи, можна уникнути ризику втрати гумусу у ґрунті.

Ступінь екологічного ризику у землекористуванні визначається і способом використання земельних ділянок, розміщених на схилах. Так, при розміщенні просапних культур на схилах 3-7 і більше градусів змив може складати до 30 т/га ґрунту. Але розмістивши на цих схилах культури суцільного посіву, багаторічні трави або провівши суцільне залуження, величина змиву ґрунту може складати 2-3 т/га, тобто ризик екологічної безпеки знижується приблизно у 10 разів.

Даючи оцінку ризикам у землекористуванні, відзначимо, що вони у значній мірі визначаються комплексом протиерозійних агротехнічних заходів. Так, у степовій зоні України кожен з окремо взятих агротехнічних заходів: безвідвальний обробіток ґрунту, смугове розміщення культур, посів куліс, залуження сильно еродованих земель стовідсотково запобігають втратам гумусу від водної ерозії і 23-80 % від дефляції ґрунтів [16, с. 23]. На жаль, недооцінка організаційно-господарських, екологічних і інших заходів супроводжується не тільки втратою 800 млн. т. ґрунту, в тому числі 26 млн. т. гумусу, а й економічними збитками, сума яких в Україні складає 2511 млн. дол. США [17, с. 46].

Ступінь екологічного ризику ідентифікується структурою земельних угідь. Із збільшенням у структурі таких земельних угідь, як пасовищ, сіножатей, лісонасаджень, під водою, знижуються ризик втрати непривабливості ландшафтів, порушення екосистеми та інші негативні наслідки.

Слід зазначити, що екологічний ризик може виникати від забруднення земель радіаційно небезпечними елементами, важкими металами та іншими хімічними елементами, що призводять до деградації земель.

При цьому оцінку ризику за кожним із факторів ($P_{факт.}$) зручно проводити за таким виразом:

$$P_{факт.} = A \cdot B, \quad (10)$$

де A – ймовірність виникнення фактора ризику;
 B – ймовірність втрати від настання ризикової ситуації.

Наприклад, ймовірність, що дощові зливи, які зумовлюють розвиток процесів водної ерозії, проявляються в регіоні через кожні 5 років, у результаті чого змив ґрунту складає 30 т/га. У цьому випадку екологічний ризик складатиме 6 т/га ґрунту = (30 т/га : 1/5). Якщо ж зливи дощі повторюються кожного року, то екологічний ризик оцінюється у 30 т/га ґрунту = (30 т/га:1), тобто у 5 разів вищий, ніж у першому випадку.

На підставі нормативів, які засвідчують зниження врожайності культур від втрати однієї тонни ґрунту, оцінку ризику легко відобразити у грошовій формі. У відносних показниках ризик у другому випадку у п'ять разів вищий, ніж у першому.

Загальна оцінка ризику $P_{сум}$ визначається за сумою ризиків усіх факторів за формулою:

$$P_{сум} = \sum_{i=1}^n A_i \cdot B_i. \quad (11)$$

Окремої уваги заслуговує екологічний маркетинг, дії якого спрямовані на виробництво екологічно чистої продукції агровиробництва. Це зумовлено тим, що, з одного боку, суспільство все більше потребує екологічно чистої продукції, щоб зберегти своє здоров'я, а з іншого боку, виробництво екологічно чистої продукції супроводжується високими витратами на її виробництво, що вплине на ціну продукції. Але, як свідчить досвід, покупці згодні купувати продукцію за підвищеними цінами за умови їх екологічної чистоти. У цьому випадку важливо визначити ефективність виробництва (E) екологічно чистої продукції, для чого використаємо наведену нами формулу:

$$E = \frac{(U_n - U_0) \cdot K}{3}, \quad (12)$$

де U_n – ціна продукції, виробленої за екологічними технологіями, грн.;

U_0 – ціна продукції, виробленої за традиційними технологіями, грн.;

K – обсяг виробленої екологічно чистої продукції, т;

3 – витрати на виробництво екологічно чистої продукції, грн.

На наш погляд, значна увага нині повинна приділятися маркетингу конкурентоздатності продукції аграрного сектора. Хоч ця проблема є однією з маловивчених, проте теоретичний і методологічний прорив у цьому контексті треба шукати через зменшення собівартості виробленої продукції з одночасним забезпеченням умови її екологічної безпеки, споживчої цінності рослинницької продукції щодо вмісту в ній поживних речовин і мікроелементів. Шукаючи відповідь на питання зниження собівартості

вироблюваної продукції, потрібно виходити з того, що ця умова забезпечується шляхом створення великих за розміром агроформувань, оптимального поєднання галузей рослинництва і тваринництва. Причому культури у сівозміні повинні бути адаптовані до якісних параметрів ґрунту, які забезпечують окупність витрат при їх вирощуванні на рівні 1,35 і більше. Споживча цінність рослинницької продукції у прямій мірі визначається рівнем гумусності ґрунтів. Тільки в ґрунтах, що відрізняються високим вмістом гумусу (на рівні оптимального, який для ґрунтів у степовій зоні складає 6,20 %) рослина є багатою на всі поживні речовини та мікроелементи і повністю забезпечує потребу організму людини в них. На жаль, вміст гумусу в цих ґрунтах нині є на рівні 3,26 %, замість оптимальної норми – 6,20 %, не дозволяє виробляти продукти рослинництва із збалансованим вмістом поживних речовин і мікроелементів, у результаті чого існує пряма загроза здоров'ю нації. Тільки шляхом оптимізації структури посівних площ можна досягти умови динамічного зростання вмісту гумусу в ґрунті. З цього випливає, що служби екологічного маркетингу землекористування повинні зробити свій вибір на користь новітніх технологій формування бездефіцитного балансу гумусу в ґрунті. Розуміння реальності загрози, що зумовлюється зниженням гумусності ґрунтів, вимагає трансформації землекористування з хаотичного стану в упорядкований і повністю контрольований. За таких умов вироблювана продукція буде конкурентоспроможною на внутрішньому і зовнішньому ринках продуктів харчування. По суті, такі революційні зміни у концепції землекористування потрібні для вирішення завдань, пов'язаних з переходом до нових стандартів (BS 7750), прийнятих Європейською радою у 1993 році щодо поліпшення якості широкого асортименту продуктів сільськогосподарського виробництва та діяльності агропідприємств, що забезпечить конкурентоздатність їх продукції.

Власне, Україна також приєднується до загальноєвропейського процесу, взявши на себе зобов'язання формування високопродуктивних екологічно стійких ландшафтів, впровадження вимог екологічної безпеки в системі аграрного землекористування, розробку природоохоронних заходів на основі вимог міжнародного законодавства, формування механізму економічної, адміністративної та кримінальної відповідальності сільськогосподарських природокористувачів.

В системі екологічного маркетингу землекористування реклама займає одне з центральних місць. Завдяки їй проводиться агітаційно-роз'яснювальна робота, розповсюджуються буклети, які розкривають суть екологізації землекористування, об'єктивну необхідність виробництва екологічно чистої продукції. Реклама служить джерелом інформації сильних сторін і можливостей суб'єктів господарювання, демонструє конкурентні переваги агропідприємств, ініціює розв'язання низки інших питань комерційного характеру тощо.

Розглянуті вище теоретико-методологічні цінності екологічного маркетингу землекористування свідчать, що останній є новим напрямом розвитку земельних відносин, який дозволяє переосмислити попередню практику діяльності у даній сфері, вирішити головні завдання управління земельними ресурсами – забезпечити функціонування екологічно безпечного землекористування, створити реальні умови його конкурентоспроможності.

Висновки. Отже, усвідомлення суспільством суперечностей у ланцюжку “виробництво-суспільство-екологія” зумовлює необхідність розвитку екологічного маркетингу землекористування за такими основними напрямками:

- маркетинг використання земельних ресурсів;
- маркетинг охорони та розширеного відтворення земельно-ресурсного потенціалу землі;
- маркетинг економічного регулювання раціонального використання землі (стимулювання, справляння земельного податку або орендної плати, відшкодування збитків, завданих землекористуванню);
- маркетинг екологічно-орієнтованого інноваційно-інвестиційного забезпечення;
- маркетинг розробки земельпорядної та вишукувальної науково-технічної документації;
- маркетинг стратегічного планування землекористування;
- маркетинг заходів, спрямованих на зменшення ризиків виникнення загрозливих ситуацій у землекористуванні;
- маркетинг виробництва екологічно чистої продукції;
- реклама і ін.

Основним завданням екологічного маркетингу є забезпечення умови раціонального використання і охорони земель як основного національного багатства України. Нині на часі є необхідність надання екологічним маркетинговим компаніям статусу офіційних інституцій, здатних створити дійовий механізм для вирішення еколо-

ЛІТЕРАТУРА

1. Садченко Е.В., Харичков С.К. Екологічний маркетинг: поняття, теорія, практика і перспективи розвитку.: Монографія. – Одеса, інститут проблем ринку і економіко-екологічних проблем НАН України, 2001. – 146 с.
2. Котлер Ф. Основи маркетингу: Пер.з англ. – М.: Рост-интер, 1995. – 704 с.
3. Эванс Дж. Р., Берман Б. Маркетинг / Пер. с англ. – М.: Экономика, 1990. – 279 с.

4. Екологічний маркетинг: Навчальний посібник / Вічевня А.М., Вайданич Т.В., Дідович І.І. і ін. – Львів: УпрДІТУ, 2002. – 248 с.
5. Веклич О.О. Економічний механізм екологічного регулювання в Україні. – К.: Український інститут досліджень навколишнього середовища і ресурсів, 2003. – 88 с.
6. Силина С. Маркетинговая концепция управления региональным развитием // Маркетинг. – 2004. – № 1 – С. 29-34.
7. Бутко М., Подоляк Л. Державне регулювання як інструмент підвищення конкурентоспроможності регіонів // Економіка України. – 2003. – № 6. – С. 36-44.
8. Коренюк П.І. Менеджмент навколишнього середовища. – Дніпропетровськ. – 2001. – 222 с.
9. Про загальнодержавну програму використання та охорони земель. Проект Закону України // Земельний кадастр. – 2004. – № 1-2. – С. 102.
10. Закон України “Про плату за землю”. – Ужгород: ІВА, 1997. – С. 89-100.
11. Методика визначення розмірів шкоди, зумовленої забрудненням і засміченням земельних ресурсів, через порушення природного законодавства. Наказ Міністерства охорони навколишнього природного середовища та ядерної безпеки України від 27.10.1997, № 171.
12. Хотомлянський О., Знахуренко П. Порівняння методів визначення економічної ефективності інвестицій // Економіка України. – 2007. – № 6. – С. 82-86.
13. Цай Т.Н. Конкуренция и управление рисками на предприятии в условиях рынка. – М.: Аланс, 1997. – 288 с.
14. Ляшенко С.М., Божкова В.В. Управління екологічними ризиками інновацій: Монографія / За ред. С.М. Ляшенка. – Суми: Університетська книга, 2004. – 214 с.
15. Барановский В. Территориальная модель исследования устойчивого экологического развития Украины // Экономика Украины. – 1998. – № 8. – С. 76-82.
16. Нормативы для эколого-экономической оценки противоэрозионных мероприятий (методологические рекомендации). Украинский научно-исследовательский институт защиты почв от эрозий, 1988. – 74 с.
17. Управління землекористуванням: Підручник // За ред. В.В. Горлачука. – Миколаїв: Вид-во “Іліон”, 2006. – 376 с.