

УДК 911.3.519.711.3:35

Грец О.П.

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ РЕГИОНА: МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ

ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИ-УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

Современное решение проблемы обеспечения экологически-устойчивого развития регионов невозможно без учета конкретной ситуации, управления качеством окружающей среды и технологий выбора оптимальных природоохранных мероприятий. В условиях рыночной экономики системообразующей основой регионального воспроизводства в рамках концепции устойчивого развития является разработка и реализация региональной эколого-социально-экономической политики, построенной на долгосрочной и текущей маркетинговой стратегии.

Направления развития регионов ранее определялись на отраслевом уровне, что обусловило выделение отраслевыми ведомствами соответствующих ресурсов, распределение их между производственной и социальной сферами. Такой подход не позволял обеспечить сбалансированность между разными элементами региональной экономики. Комплексные планы социально-экономического развития регионов, программы по охране окружающей среды и рациональному использованию природных ресурсов, которые были призваны согласовать отраслевые и территориальные интересы, на самом деле представляли собой механический свод отраслевых разработок, не отображали необходимых внутренних пропорций региональной системы. И вдобавок эти комплексные планы не имели механизма реализации, так как все необходимые для этого ресурсы находились в руках отраслевых министерств и ведомств, а региональные органы власти играли пассивную роль в выполнении планов.

АНАЛИЗ ПУБЛИКАЦИЙ О НОВЫХ ПОДХОДАХ К СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОМУ РАЗВИТИЮ РЕГИОНОВ

Активное развитие региональной науки в последние годы обусловлено влиянием факторов экономического, экологического и научно-исследовательского характера. В последнее время появляются работы, в которых предлагаются новые подходы к социально-экономическому развитию регионов. Целиком справедливо выдвигается тезис о том, что решение современных экономико-экологических проблем возможно только на основе возрастающей роли региона в становлении рыночных структур [1-4].

Отсутствие комплексности, диспропорция между различными элементами хозяйственной, социальной и природной систем в развитии многих регионов Украины приводит к необходимости внедрения новых методов управления, и в частности, управления региональным экологическим маркетингом,

предполагающим возможность ориентации экономики регионов на получение максимальной прибыли.

Среди основных целей, выдвигаемых теориями регионального развития – разработка комплексного механизма решения проблем региональной экономики, которая включает, в частности, выравнивание уровней развития отдельных регионов, создание эффективных производственно-хозяйственных комплексов,

эффективное использование внутренних ресурсов каждого региона и их рациональное использование, разработка общих региональных программ по охране окружающей среды. Продолжение практики развития и размещения производительных сил без надлежащей обработки и учета экологических факторов может в дальнейшем изменить экологическое, экономическое и социально-политическое положение в регионах [5].

Среди основных механизмов совершенствования эколого-социально-экономического развития регионов совершенно оправдано выдвигается экологический маркетинг, представляющий собой систему мероприятий, направленных на оптимизацию экологической составляющей регионального развития. Следует отметить, что в свете анализируемых публикаций практически не уделено внимание методологическому обоснованию системы экологического маркетинга, что на наш взгляд, выступает одна из причин его недостаточной эффективности. Ввиду этого, *целью исследования* следует считать анализ основных системологических аспектов экологического маркетинга региона в свете концепции устойчивого развития.

Следует учитывать, что продукт „регион” невозможно создать за один день, это должен быть долгосрочный процесс реализации стратегической концепции экологического возрождения региона с учетом последовательного проведения экономико-экологических мероприятий.

С одной стороны, территория из простого места проведения экономических мер становится продавцом товаров и услуг, то есть равноправным участником рынка. С другой стороны, регион (часть территории) может продаваться как экологический товар, который имеет свою стоимость и экологическую полезность. Регион рассматривается как целостная система, и в качестве его рекламы используются экологические преимущества данной территории, например, экологически чистые источники питьевой воды, отсутствие загрязнения воздуха, соответствие экологическим стандартам и т.д. Такая ситуация возникает при необходимости привлечения инвестиций на разработку и реализацию экологически обоснованных программ, проектов, региональных схем предотвращения последствий вероятных экологически опасных ситуаций.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИМ МАРКЕТИНГОМ РЕГИОНОВ

Как научное направление экологический маркетинг регионов возникает на уровне соприкосновения экономики региона, природопользования и маркетинга.

Стратегическими составляющими экологического маркетинга региона являются: маркетинг природных ресурсов; маркетинг мер по максимальному

снижению степени риска возникновения экологически опасных ситуаций; маркетинг программ по сбалансированности производства, потребления и захоронения (исключения или максимально возможное сокращение перевозок) вредных веществ; маркетинг имиджа; маркетинг выдающихся памятков; маркетинг инфраструктуры; реклама.

Маркетинговый механизм управления должен базироваться на теории регионального воспроизводства (воспроизводства трудовых ресурсов, финансово-кредитных и денежных ресурсов, инвестиционно-строительного процесса, производственных и продовольственных ресурсов, социально-бытовых услуг, услуг рыночной инфраструктуры, природно-ресурсного потенциала, информации). Воспроизводственные циклы можно рассматривать как относительно самостоятельную подсистему регионального воспроизводства, которые постоянно восстанавливаются и обеспечивают непрерывность функционирования сложных элементов региональной системы и их воспроизводственных взаимосвязей. Каждый из них включает несколько стадий, которые постоянно изменяются во времени, и обеспечивают непрерывность воспроизводственного процесса.

Воспроизводственные циклы составляют единую систему и находятся в постоянном взаимодействии. Они представляют собой основу социально-экономико-экологического развития региона, обеспечивая условия для функционирования всех субъектов региональной экономики.

Экологический маркетинг региона формируется, прежде всего, под влиянием интересов субъектов регионального воспроизводственного процесса. Поэтому и суть управления общественным воспроизводством состоит в определении и объединении экономических и экологических интересов разных субъектов, выявлении взаимосвязей между ними и нахождении методов влияния на согласованность отдельных субъектов с целью решения социально-экономико-экологических задач развития региона.

Региональный воспроизводственный процесс природопользования представляет собой возобновление на качественно новом уровне кругооборота материально-вещественных, трудовых, природных и финансовых ресурсов региона, одни из которых направляются на создание условий воспроизводства, а другие на – обеспечение функционирования самого процесса воспроизводства. Региональный воспроизводственный процесс, с одной стороны, представляет собой подсистему общественного воспроизводства природопользования (с учетом воспроизводства природно-ресурсного потенциала), с другой стороны интегрирует единичные воспроизводственные процессы на уровне предприятия и хозяйства (на микроуровне), обогащая их и формируя условия для комплексного развития экономики региона. Воспроизводственные циклы имеют определенные пространственные границы, разные для разных видов ресурсов, товаров, услуг и территорий.

Вследствие расхождений природно-географических, экономико-экологических и других условий в регионах Украины, региональные воспроизводственные процессы природопользования имеют свою специфику. Их эффективность зависит от структурной, инвестиционной, инновационной, природоохранной, социальной,

финансовой, внешнеэкономической региональных политик. Сбалансированность этих политик является необходимым условием комплексного пропорционального развития регионов. С повышением экономической самостоятельности регионов становятся актуальными меры, направленные на объединение ресурсных возможностей сопредельных и близлежащих территорий для решения общих для всех проблем. Решение территориальных проблем невозможно без межотраслевой и межрегиональной координации действий, концентрации ресурсов соответственно логике достижения поставленных целей. Это определяет необходимость использования программно-целевого подхода. Целевое программирование воспроизводства и охраны природных ресурсов относительно хозяйственно-производственной деятельности регионов объединяет народнохозяйственные и отраслевые, территориальные, экономические, экологические и социальные задачи целевой ориентации.

Территориальное разделение труда, как объективный процесс производственной специализации, формирования экономических районов, развития межрайонной кооперации, обмена продукцией и услугами, представляет собой пространственное проявление общественного разделения труда, обусловленное природными, экономическими, социальными и национально-историческими особенностями регионов. В результате, отрасли и производства, выделяющиеся в процессе общественного разделения труда, располагаются в районах с наиболее благоприятными предпосылками для их развития. Таким образом, территориальное разделение труда открывает дополнительные возможности повышения эффективности регионального воспроизводства природопользования, как за счет преимуществ отраслевой специализации, так и благодаря природно-ресурсным и социально-экономическим возможностям регионов. Четкое перераспределение функций и полномочий между уровнями территориальной системы возможно только с позиций теории регионального воспроизводства, так как территориальным образованием разных рангов присуща своя совокупность воспроизводственных циклов. Воспроизводственный подход предполагает, прежде всего, необходимость выделения воспроизводственных циклов, которые балансируются на уровне региона данного ранга (при объединении общественного воспроизводства природно-ресурсного потенциала региона). Совокупность этих циклов составляет предмет управления в системе экологического маркетинга региона и определяет его функции.

Территориальное разделение труда обуславливает не только специализацию регионов на производстве определенных видов продукции, услуг и природных особенностей, но и служит объективной и надежной основой экономико-экологической интеграции и взаимодействия регионов.

Региональный аспект воспроизводства природопользования охватывает проблемы комплексного развития региона, обеспечения качественного уровня жизни населения. Организация регионального воспроизводственного процесса природопользования должна отвечать интересам населения региона и быть направлена на достижение благоприятных условий жизнедеятельности, сохранение и воспроизводство природных систем. Таким образом, экономические цели

регионального воспроизводства природопользования связаны с заинтересованностью в росте экономического и природно-ресурсного потенциала, в охране окружающей среды как основы роста благосостояния. В формировании ресурсов, которые обеспечивают процесс воспроизводства в регионе, значительную роль играют межрайонные экономико-экологические и социальные связи. Обмен продуктами труда, в частности, экологически чистыми продуктами и технологиями, территориальное перераспределение материальных, природных и финансовых ресурсов, информационные потоки, создание единой программы по охране окружающей природной среды и рационального использования природных ресурсов – все это обуславливает формирование и внедрение экологического маркетинга региона.

Воспроизводственный подход к управлению общественным развитием предполагает необходимость установления непосредственных и косвенных связей между всеми элементами общественной системы, исследование пропорций, при которых создаются условия для осуществления непрерывного воспроизводственного процесса, ориентированного на достижение поставленных эколого-экономических целей.

Одной из особенностей регионального воспроизводства природопользования следует считать наличие двух его аспектов: межрегионального и внутререгионального. Для межрегионального аспекта воспроизводства природопользования центральными являются вопросы территориального разделения труда, распределения инвестиций, межрайонной интеграции, регионального экологического маркетинга. Социально-экономико-экологические функции всех уровней территориальной системы, в конечном счете, состоят в создании условий, обеспечивающих воспроизводство и рациональное использование региональных ресурсов, поддержке равновесия социальной, экономической и природной систем.

В условиях рынка большое значение имеют преобразование, модернизация и экологизация производства, которые позволяют сократить выпуск нерентабельной, не отвечающей экологическим требованиям продукции и создать благоприятные условия для развития в регионе производств, которые могут при сокращении затрат производства обеспечить высокое качество товаров и услуг, способных конкурировать как на внутреннем, так и на внешнем рынке. Большая роль в развитии экономики региона отводится организации маркетинговой деятельности, и, в частности, экологическому маркетингу регионального воспроизводства. В условиях современного рынка система экологического маркетинга должна быть наделена следующими функциями:

- разработкой конъюнктурных прогнозов по номенклатуре товаров, технологий, изучением и формированием спроса;

- разработкой, изготовлением и внедрением прогрессивной, экологически чистой техники и технологии;

- проведением научно-исследовательских и экспериментальных конструкторских работ для создания новых экологически чистых товаров, технологий, патентно-лицензионного обеспечения;

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ РЕГИОНА: МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ

предоставлением информационных, коммерческих услуг по кооперации в выпуске экологически чистых товаров, технологий и услуг, привлечением резервов производственных, материальных ресурсов и сохранение природно-ресурсного потенциала территории;

участием вместе с фирмами и ассоциациями оптовой торговли в формировании структуры регионального рынка по ассортименту и номенклатуре с учетом экологических ограничений;

созданием общих экономико-экологических программ по возрождению регионов;

проведением экологических тендеров.

Функции рыночной инфраструктуры призваны обеспечивать условия для организации движения товаров и природных ресурсов в регионе и между регионами. В задачи посреднических фирм, коммерческих центров, товарных бирж, которые действуют на территории, входит организация регионального рынка, содействие в нахождении продавцов и покупателей продукции (экологически чистой продукции), ресурсо-товаров, организация аукционов, систем коммерческой информации. Пока что в регионах страны материальная база рыночной инфраструктуры развита недостаточно, не хватает современного оборудования, автоматизированных систем и вычислительной техники, из-за чего невозможно оперативно реагировать на требования потребителей.

Центры по исследованию спроса и емкости рынка природно-ресурсного потенциала региона служат связующим звеном между предприятиями и торговлей, и выполняют координирующую роль, как в самом регионе, так и за его пределами. Эти центры вместе с предприятиями, фирмами, компаниями должны изучать спрос на конкретные экологически чистые ресурсы, изделия, товары, услуги, проводить опрос населения и торговых предприятий, как в регионе, так и за его пределами; изучать возможности производства товаров с использованием экологически чистых технологий на предприятиях региона и т.д. Создание развитого рынка связано с формированием систем информации о рынках экологически чистых товаров, о производителях с разбивкой по группам товаров по географическим признакам, о качественных характеристиках потребляемого сырья. Эта информация должна обобщаться специально создаваемых региональных центрах экологического маркетинга.

Достижение основных целей формирования системы экологического маркетинга невозможно без решения следующих задач в региональном разрезе: экологических, экономических, социальных, научно-технических задач.

Так блок экологических задач, по нашему мнению, должен включать:

регулирование отношений в области охраны, использовании и воспроизводства природных ресурсов;

обеспечение экологической безопасности;

предупреждение и ликвидацию отрицательного влияния хозяйственно-производственной деятельности на окружающую природную среду;

сохранение природных ресурсов генетического фонда живой природы, ландшафтов и других природных комплексов, уникальных территорий и природных объектов, связанных с историко-культурным наследием;

осуществление мер по постепенному сокращению и последующей полной ликвидации попадания в природную среду опасных для здоровья человека веществ;

приоритетность экологически безопасных технологий в регионе;

разработку плана ликвидации последствий производственных аварий;

создание системы контроля над деятельностью всех предприятий, организаций и учреждений, которые эксплуатируют ядерные установки и источники ионизирующего излучения;

проведение инвентаризации производств, технологий, процессов, при которых в природную среду попадают канцерогенные, токсичные и радиохимические вещества;

организацию проверки импортируемой продукции (сырья) на содержание опасных химических и радиоактивных веществ;

разработку экономико-экологического кадастра территорий;

разработку научно-обоснованных критериев предельно допустимых антропогенных нагрузок на природную среду каждого региона;

соблюдение целесообразной, экономически обоснованной очередности хозяйственного использования природных ресурсов;

создание условий для расширенного воспроизводства природных ресурсов, повышение продуктивности природной среды;

Среди экономических задач, следует выделить:

обеспечение доступа к различным формам внешнеэкономической деятельности всем предприятиям и организациям региона;

сбалансированность экономики регионов с учетом экологических факторов;

использование преимуществ международного обращения капитала для расширения экспорта готовых изделий, рационального импорта и создание импортно-замещающего механизма производства каждого региона соответственно экологическим ограничениям;

ориентация на экологические потребности того или иного региона, подкрепленная использованием инструментов маркетинга, нацеленных на достижение потребительской удовлетворенности как основ для регионального развития целей региона;

рассмотрение экономики региона как системы взаимодействующих субъектов – предприятий и организаций разных форм собственности, между которыми существуют материальные, финансовые, природные и информационные связи;

создание специальных льготных экономических механизмов, стабильной законодательной базы для привлечения иностранного и национального капитала на базе маркетинговых исследований;

сохранение научных и эстетических ценностей.

Блок социальных задач включает:

формирование потенциала высококвалифицированной рабочей силы за счет изучения и внедрения на практике мирового опыта в сфере управления на основе регионального экономического маркетинга;

воспитание культуры менеджмента, маркетинга, ориентированной на мировые требования с учетом экологизации технологий управления;

удовлетворение потребностей населения в высококачественных экологически чистых товарах, услугах (техники и технологии), насыщение внутреннего рынка каждого региона.

Решение научно-технических задач предполагает:

привлечение иностранных и отечественных технологий;

ускорение инновационных процессов;

привлечение ученых и специалистов в области регионального экологического маркетинга;

повышение эффективности использования мощностей и инфраструктуры производственно-хозяйственных комплексов региона.

ВЫВОДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ДАЛЬНЕЙШИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Реализация комплекса вышеуказанных задач социально-эколого-экономического характера и природных процессов, обуславливает создание эффективной системы управления региональным экологическим маркетингом. Приближение к стойкому равновесию в развитии экономической, социальной и природной систем на территории становится возможным, если достигается сбалансированность между платежеспособным спросом населения и предложением на региональном рынке товаров и услуг, между параметрами социально-экономико-экологического развития и емкостью потенциала, между масштабами развития жилищного хозяйства и коммунально-бытовой сферы.

Главное требование к механизму управления регионом в условиях экономической самостоятельности состоит в том, чтобы, с одной стороны, он оказывал содействие формированию рыночной системы, которая обеспечивает рост эффективности производства, сбалансированность спроса и предложения, повышение качества товаров и услуг, а с другой стороны – ограничивал развитие рыночных отношений при возникновении проблем, которые не в состоянии решить рынок, прежде всего социальных и экологических. Становлению нового механизма управления противодействуют особенности экономического развития, в частности дефицит на рынке товаров и услуг (экологически чистых товаров, технологий и т.д.), жилья, капитала, – который нарушает механизм саморегулирования, усиливает дисбаланс внутреннего рынка, инфляционные процессы и ведет к сокращению инвестиционной деятельности.

В условиях дефицита товаров, услуг и инвестиций в области окружающей природной среды и рационального природопользования, формирование рыночной системы невозможно без сильного государственного регулирования. Механизмы государственного регулирования должны быть направлены на формирование и укрепление рыночного пространства страны. Однако нормальный процесс

формирования рыночного пространства в регионах зависит не только от государственного регулирования, но и от регулирования на региональном и муниципальном уровне.

Механизмы управления социально-экономико-экологическим развитием региона на основе экологического маркетинга на государственном уровне следует дифференцировать по следующим группам:

Механизм, основанный на использовании рычагов саморегулирования, когда главная функция государства состоит в том, чтобы определить экономико-правовые условия деятельности для всех субъектов рыночных отношений.

Механизм государственного регулирования, который значительно расширяет государственные функции, предусматривает участие государства во всех фазах воспроизводственного процесса.

Механизм стихийного регулирования, который характеризуется пассивной ролью государства и отсутствием предпосылок для использования рычагов саморегулирования. Такой механизм может привести лишь к дальнейшему усилению разбалансированности рыночной системы.

Функции и рычаги управления экологическим маркетингом на региональном и муниципальном уровне предполагают:

непосредственное участие в развитии инфраструктуры региона;

решение вопросов экологической безопасности, социально-экономико-экологического развития региона, в том числе организации информационных центров, которые обеспечивают население информацией о наличии загрязнения;

составление прогноза возможных изменений в близлежащих районах под влиянием строительства и эксплуатации промышленного предприятия;

установление льготных налогов и платежей производителям, которые работают на производстве экологически чистых товаров и чистых технологий;

финансовая и правовая поддержка предпринимателей, которые принимают участие в развитии агропромышленного комплекса и обеспечивают наполнение рынка экологически чистыми потребительскими товарами (прежде всего продовольственными), а также осуществление комплекса эколого-технических решений по рациональному использованию природных ресурсов, мер по предотвращению отрицательного влияния на окружающую природную среду.

Новый механизм управления выходит из четкого размежевания властной функции и правовой компетенции между всеми уровнями территориальной системы. К компетенции территориальных систем всех уровней относятся функции по созданию благоприятной среды жизнедеятельности населения, сохранению природно-ресурсного потенциала регионов, а также созданию экономико-экологических условий для хозяйственно-производственной деятельности.

Одним из условий осуществления функций, полномочий и компетенции каждого уровня территориальной системы управления выступает наличие экономической базы, которая включает природные ресурсы, региональную и муниципальную собственность. Состав и структура собственности каждого уровня определяют целостность территориально-административных образований, совокупность его функций и полномочий. Разделение функций между органами

**ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ РЕГИОНА: МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ
ФОРМИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ**

управления территориально-административных образований разного уровня и переход к управлению, основанному на принципах экономической самостоятельности и самофинансирования территорий, означает, что все механизмы, которые функционируют на территории и составляют единую систему управления, должны быть адекватны целям и задачам развития региона.

Список литературы

1. Суховірський Б.І. Регіональна стратегія економічного розвитку України. – Київ: 2000. – С. 7-10.
2. Спіфанов А.О., Сало І.В. регіональна економіка. – Київ: Наукова думка. – 1999. – С. 332-340.
3. Региональная экономика / под ред. Н.Г. Кузнецова – Ростов-на-Дону. – 2001. – С. 280-303.
4. Паленов К.В. Экономика и природопользование. – М.: Из-во МГУ, 1997. – С. 146-154.
5. Стеченко Д.М. Управління регіональним розвитком. – Київ: Вища школа – 2000. – С. 128-143.

Поступило в редакцію 15.09.2003