

Наталія КРИВОКУЛЬСЬКА

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу ЗУНУ

МОДЕРНІЗАЦІЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ ПОЛІТИКИ: ІНСТРУМЕНТИ ДОСЯГНЕННЯ

Маркетинг виступає стратегічним інструментом взаємодії всіх учасників екологічної політики, підвищення результативності цієї політики і сприяє формуванню екологічно відповідальної моделі економічного розвитку.

Значення маркетингу у модернізації екологічної політики полягає в активному сприянні формуванню екологічно орієнтованої економіки, стимулюванні відповідальної поведінки всіх суб'єктів господарювання та населення, а також підвищенні ефективності реалізації державних екологічних стратегій.

Концептуально важливі для модернізації екологічної політики аспекти маркетингу розкриваються у:

- формуванні суспільної підтримки екологічних реформ;
- просуванні екологічних інновацій та нових технологічних рішень;
- залученні інвестицій у «зелені» проекти;
- розвитку ринку екологічних товарів і послуг;
- посиленні відповідальності бізнесу за екологічні наслідки діяльності.

Маркетингові інструменти відіграють важливу роль у модернізації екологічної політики, оскільки дозволяють ефективно просувати ідеї сталого розвитку, формувати екологічно свідому поведінку різних груп стейкхолдерів і підвищувати ефективність реалізації екологічних ініціатив. Їх роль можна конкретизувати так:

- маркетингові комунікації (соціальна реклама, кампанії у ЗМІ) допомагають формувати позитивне сприйняття екологічних реформ, популяризувати принципи «зеленого» способу життя, раціонального природокористування та відповідального споживання;

- застосування інструментів маркетингу (брендинг, позиціонування, просування продуктів) сприяє розвитку ринку «зелених» товарів і послуг, що, у свою чергу, підвищує економічну мотивацію бізнесу до екологізації виробництва;
- завдяки маркетинговим дослідженням визначаються цільові групи населення й бізнесу, найбільш сприйнятливі до екологічних ініціатив. Це дозволяє адаптувати політичні інструменти під специфіку окремих груп – наприклад, молоді, підприємців, сільського населення тощо;
- використання маркетингових стратегій у підготовці та презентації екологічних проєктів полегшує залучення інвестицій, грантів і донорської допомоги через формування позитивного іміджу екологічних ініціатив;
- PR-кампанії та бренд-менеджмент у сфері екологічної політики зміцнюють довіру громадськості до державних інституцій і відповідального бізнесу, стимулюючи партнерство у сфері екологічної модернізації;
- застосування інструментів маркетингових досліджень (опитування, фокус-групи, аналіз великих даних) дозволяє виявляти актуальні екологічні проблеми та коригувати політику відповідно до запитів суспільства.

Маркетингові інструменти застосовуються в рамках маркетингового екологічного регулювання.

Маркетингове екологічне регулювання повинно спрямовуватись, передусім, на:

- стимулювання виробництва екологічно чистої продукції і екологічних послуг, а також розвиток інфраструктурного супроводу таких виробництв;
- чітке дотримання процедури оцінки впливу на довкілля;
- екологізацію сільського господарства Тернопільського регіону.

Це дозволить забезпечити вищі рівні економічної, соціальної і екологічної безпеки регіону.

Щодо існуючого стану маркетингового екологічного регулювання з використанням такого інструменту як оцінка впливу на довкілля, зазначимо, що на протязі 2022 року у Тернопільському

регіоні «за участі уповноваженого територіального органу з оцінки впливу на довкілля пройшли процедуру з оцінки впливу на довкілля та отримали висновки з оцінки впливу на довкілля 21 суб'єкт господарювання» [1, С. 217].

Напрямом вдосконалення маркетингового екологічного регулювання має стати зміна моделі поведінки звичайного громадянина, який використовує певні екологічні практики (щодо сортування твердих побутових відходів, споживання води тощо). Мають проводитися опитування мешканців щодо використання ними відповідних екологічних практик й інформування жителів про ці практики з тим, щоб розвинути нову модель економіки – циркулярну.

Також слід здійснювати маркетингове екологічне регулювання окремих галузей, наприклад, сільського господарства Тернопільського регіону. Вивчення можливостей для підвищення врожайності сільського господарства регіону, зниження втрат сировини в процесі її збирання, транспортування, зберігання та переробки дозволить визначити стратегічні дії щодо застосування інноваційних технологій для підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва. Однак, застосуванню таких технологій повинна передувати стратегічна екологічна оцінка їх впливу на компоненти довкілля. Адже екологічна складова сталого розвитку може зазнати покращення за умов послаблення екологічного тиску на довкілля, здійснення заходів щодо ресурсозбереження й ресурсовідновлення.

Список використаних джерел

1. Регіональна доповідь про стан навколишнього природного середовища в Тернопільській області у 2022 році. URL: <https://ecology.te.gov.ua/stan-dovkillya/regionalna-dopovid-pro-stan-onps-v-ternopilskij-ob/>