

ДЕГТЯР Н.В., асп.

ДВНЗ "Сумський національний аграрний університет",

м. Суми

ЕКОСИСТЕМНІ ПОСЛУГИ В УПРАВЛІННІ ЕКОНОМІЧНИМИ МЕХАНІЗМАМИ

Обґрунтовано роль та місце екосистемних послуг в механізмі прийняття управлінських рішень на різних ієрархічних рівнях господарювання.

Актуальність. Природний капітал є одним із факторів економічного розвитку. Дослідження різних екосистемних послуг дозволяє переконатися в прямій та непрямій залежності соціально-економічного розвитку від обсягу природного капіталу, а також своєчасно отримати інформацію про проблеми, що дозволить попередити соціальні, економічні та екологічні кризові ситуації. Поряд з цим, послуги екосистем є найбільш надійним та дешевим джерелом задоволення людських потреб, а врахування екосистемних послуг при плануванні та прийнятті управлінських рішень дозволяє заощадити кошти, які довелося б витратити в майбутньому, дати поштовх для зростання місцевої економіки, підвищити якість життя та захистити здоров'я людей. Окрім цього постійна наявність екосистемних послуг невірно тлумачиться, як їх невичерпність. Саме тому багато економічних рішень приймаються без урахування їхніх наслідків для навколишнього природного середовища.

Мета дослідження. Обґрунтування потенційних напрямків включення екосистемних послуг в управління економічними механізмами.

Основна частина. Економічний підхід до управління екосистемними послугами покликаний прояснити взаємозалежність між основними макроекономічними показниками (ВВП, НД, індекс розвитку людського потенціалу тощо) та станом екосистемних послуг [2]. Відтак, для успішної природоохоронної діяльності потрібен надійний економічний фундамент, в тому числі, явне визнання витрат і вигід від збереження та сталого довгострокового використання екосистемних послуг, їх ефективний і справедливий розподіл.

На сьогоднішній день існує значна кількість теоретичних підходів до визначення сутності та змісту екосистемних послуг. Разом з тим жодне з них поки не стало універсальним та широко використовуваним. Це пов'язано з багатовимірністю досліджуваного поняття, відсутністю єдиного підходу до розуміння його сутності, що обумовлює наявність відмінних теоретико-методичних підходів до економічної оцінки екосистемних послуг. На наш погляд, екосистемні послуги – це економічні вигоди, які отримують економічні суб'єкти від використання існуючих функцій екосистем, а також таких, що утворюються в результаті генерування, відновлення, підтримки, регулювання екосистемних процесів, які формуються в результаті цілеспрямованої діяльності тих або інших суб'єктів господарювання різних форм власності та рівнів ієрархічного управління.

Економічний аналіз екосистемних послуг дозволить позначити переваги й недоліки різних варіантів управлінських рішень та сформулювати найкращі стратегії

розвитку на національному, регіональному та локальних рівнях управління, спрямовані на неухильний розвиток економіки та підвищення добробуту населення [3].

З огляду на вищезазначене, певні кроки, зроблені у сфері управління екосистемними послугами на шляху до сталого розвитку дозволять отримати значні вигоди (табл. 1).

Найважливішим моментом у прийнятті довгострокових рішень стає включення в процес оцінки управлінських альтернатив більш чіткого уявлення та чисельної оцінки вартості екосистемних послуг. Це, у свою чергу, вимагає удосконалення та систематичного використання науково-обґрунтованих показників виміру ступеня впливу та рівня досягнутого прогресу, а також попередження про наближення можливих «переломних точок» - раптових глибоких криз екосистемних послуг [4]. Врахування вартості екосистемних послуг на національному рівні через розширення системи національних рахунків та системи бухгалтерського обліку дозволяє відстежити динаміку знецінювання або збільшення вартості природного капіталу при здійсненні відповідних інвестицій. Нові підходи до виміру макроекономічних показників повинні включати в себе облік вартості екосистемних послуг, особливо тих, які надаються найбільш залежним від них верствам населення, - «ВВП бідноти» [2].

Таблиця 1

Ініціативи та потенційні вигоди від раціонального управління екосистемними послугами (ЕП) на різних ієрархічних рівнях господарювання

Рівні ієрархії	Ініціативи у сфері управління ЕП	Потенційні вигоди від раціонального управління ЕП
Держава	<p>Створення нової системи національних рахунків з урахуванням вартості зміни в запасах природного капіталу та ЕП;</p> <p>Постійний моніторинг зміни фізичного, людського, природного та соціального капіталів на основі розроблених індикаторів;</p> <p>Формування узгодженої системи рахунків для врахування лісових запасів і ЕП, які необхідні для розробки нових стимулів і механізмів з поглинання лісами вуглецю;</p> <p>Розробка методології, системи показників та стандартів довгострокового сталого управління та комплексного врахування ЕП;</p> <p>Реформування та переспрямування загрозливих для НС субсидій у таких сферах як сільське господарство, рибальство, транспорт, водозабезпечення;</p> <p>Система сертифікації, ліцензування та маркування товарів за ступенем впливу на ЕП;</p> <p>Збалансувати приватні, державні та суспільні права власності на природні блага та послуги, забезпечити їх справедливий розподіл;</p> <p>Врахування ЕП при здійсненні «державних закупівель»;</p>	<p>Покращення макроекономічних показників України;</p> <p>Покращення іміджу країни, як екологічно відповідальної;</p> <p>Зростання рівня та якості життя населення;</p> <p>Зменшення деградації та відновлення ЕП країни;</p> <p>Вигоди для державного бюджету;</p> <p>Забезпечення продовольчої безпеки країни.</p>

	Врахування ЕП у стратегії сільськогосподарської політики країни.	
Регіон	Створення природоохоронних територій з екосистемним управлінням; Створення регіональних компенсаційних механізмів платежів за ЕП.	Вигоди від надання ЕП у користування; Вигоди від користування ЕП високої якості.
Підприємство	Включення ЕП у ланцюги формування вартості продукту; Включення даних про всі основні зовнішні впливи на ЕП у щорічні звіти та систему рахунків підприємства (показники «відсутність сумарних втрат» та «позитивний загальний вплив»); Здійснення інвестицій у ЕП; Включення механізмів компенсації за користування та надання ЕП у користування у економічну політику підприємства.	Забезпечення суттєвої економії витрат на відшкодування збитків, задіяних ЕП; Забезпечення нових надходжень від участі у компенсаційних механізмах платежів за ЕП; Вигоди від спрощеної системи ліцензування діяльності; Вигоди від покращення ділової репутації підприємства як екологічно відповідального.

Джерело: Сформовано автором

Недооцінка екосистемних послуг в економічних прогнозах і моделях і може призвести до рішень у сфері державного управління та інвестиційної діяльності, які посилять деградацію ґрунту, повітря, води і біологічних ресурсів і, таким чином, негативно вплинуть на досягнення ряду економічних і соціальних цілей. Навпаки, інвестування в екосистемні послуги може зберегти та створити робочі місця, підтримати економічний розвиток, а також дозволить отримати нові невикористані економічні можливості від екосистемних процесів і генетичних ресурсів. Наявність інформації про вартість екосистемних послуг дозволяє відповідальним особам приймати більш ефективні, економічні і справедливі рішення, а також обґрунтовувати вибір тих чи інших дій або варіантів. Отже, застосування екосистемного підходу, який в обов'язковому порядку передбачає оцінку вартості екосистемних послуг, є кроком до більшої прозорості процесу пошуку оптимального управлінського рішення. Якісне та кількісне визначення вартості екосистемних послуг повинне стати частиною процесу державного управління та враховуватися в цінових сигналах.

Висновки. Отже, збереження екосистемних послуг та довгострокове стійке управління екосистемами повинні стати ключовими елементами стратегії покращення соціально-економічного стану України й внеском у вирішенні узгоджених на міжнародному рівні завдань, таких як Цілі розвитку тисячоліття, а також метою політики скорочення бідності на державному та регіональному рівнях.

Бібліографічний список

1. Оценка экосистем на пороге тысячелетия. Экосистемы и благосостояние людей. Рамки оценки. Доклад концептуальной рабочей группы по «Оценке экосистем на пороге тысячелетия» Island Press Вашингтон, Ковело, Лондон, - 2005, - [електронний ресурс]. – Режим доступу: www.millenniumassessment.org/documents/document.786.aspx.pdf.

2. Перелет Р.А. Экосистемные услуги в принятии управленческих решений. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: - www.aef.kz/upload/iblock/c06/lmnoeyxpekavtm%20tijbmmwcv.ppt.

3. Costanza R. The value of the world's ecosystem services and natural capital. //Nature, - 1997, - Vol. 387, P. 253-260, - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.esd.ornl.gov/benefits_conference/nature_paper.pdf.

The Economics of Ecosystems and Biodiversity (TEEB) Interim report, -2008, - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ec.europa.eu/environment/nature/biodiversity/economics/index_en.htm

ШТИЛЕЦЬ Т.С., гр. 42 МА

Наук. керів.: Рюміна Є.Л., асист.

ДВНЗ "Бердянський університет менеджменту і бізнесу",

м. Бердянськ

РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГУ

Проанализированы функции рекламы в маркетинге, рассмотрен механизм взаимодействия маркетинговой системы управления деятельностью фирмы и ее рекламной деятельностью, как составная часть обозначенной системы.

Актуальність. Реклама — невіддільне явище сучасності, що зародилося ще на світанку цивілізації, пережило різні етапи становлення разом з еволюцією людини, її потреб і культурного розвитку. В умовах ринку цивілізована реклама є необхідною складовою системи комунікацій суб'єктів підприємницької діяльності. Вона не тільки інформує потенційних покупців і споживачів про можливості купівлі того чи іншого товару, а й дає змогу оптимального вибору, позаяк об'єктивно інформує про якість, ціну, способи використання й сервісне забезпечення — все, що покупцям необхідно знати для правильного вибору.

Характерною рисою сучасної реклами є придбання нею нової ролі в результаті залучення в процес управління виробничо-збутовою діяльністю промислових і сервісних фірм. Суть нової ролі реклами в тому, що вона стала невід'ємною і активною частиною комплексної системи маркетингу, рівень розвитку якої визначає якість і ефективність рекламно-інформаційної діяльності виробника і її відповідність новим вимогам світового ринку.

Мета дослідження. Проаналізувати функції реклами в маркетингу та розглянути механізм взаємодії маркетингової системи та рекламної діяльності.

Основна частина. Різке ускладнення збуту і загострення конкуренції відбулися в 70-х роках, призвели до того, що маркетинг став чинником конкурентної боротьби, не менш важливим, ніж досягнення переваги на ринку шляхом впровадження технічних нововведень або зниження собівартості продукції. Реклама виявилася практично єдиним інструментом впливу на ринок.

