

ОБГРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ РЕГІОНУ

асистент Мельник Ю.М.
(наук. керівник доц. Божкова В.В.)

Забезпечення сталого розвитку на регіональному рівні неможливе без використання відповідних соціально та екологічно орієнтованих інструментів економічних наук, серед яких слід відмітити екологічний менеджмент, економіку природокористування, регіональну економіку та екологічний маркетинг.

Необхідність реалізації маркетингових підходів на регіональному рівні обумовлена наступними явищами:

- відсутність регіональних ринків екологічної продукції (екологічно орієнтованих товарів та послуг);
- недостатньо розвинена галузь некомерційної реклами взагалі, та екологічної реклами, як підвиду, зокрема;
- відсутність попиту на екологічну продукцію;
- несформована культура екологічно орієнтованого споживання;
- відсутність належної інформації про екологічність продукції;
- недостатня мотивація суб'єктів господарювання щодо екологічно спрямованої діяльності;
- невідповідність продукції екологічним потребам споживачів;
- неефективне використання природно-ресурсного потенціалу регіонів;
- відсутність теоретико методичних основ формування екологічно орієнтованих брендів регіональних підприємств та самих регіонів;
- неефективна комунікаційна політика просування регіональних об'єктів зеленого туризму та рекреаційного комплексу;
- відсутність еколого-економічно-соціально орієнтованих стратегій розвитку тощо.

Використання маркетингових підходів до вирішення вищезазначених проблем дасть змогу збалансувати рівновагу між попитом та пропозицією на регіональному ринку з максимально ефективним використання природно-ресурсного потенціалу регіону та отриманням соціально економічного ефекту.