

## РОЗВИТОК ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ У ЛІСОВОМУ КОМПЛЕКСІ

Функціонування механізму екологічного та екосистемного менеджменту сталого багаточільового лісокористування значною мірою пов'язано з розвитком лісогосподарських та лісопромислових підприємницьких ініціатив екологоорієнтованого спрямування. Це логічно обумовлює необхідність формування та розвитку системи екологічного маркетингу в лісогосподарських підприємствах.

Екологічний маркетинг є достатньо розробленою складовою організаційно-економічного механізму природокористування в різних галузях економіки. Становлення та розвиток системи екологічного маркетингу комплексних лісогосподарських підприємств має свої галузеві особливості. Організаційна структура управління лісогосподарськими підприємствами охоплює лісогосподарську та лісопромислову діяльність, яка повинна підлягати гармонізації на еколого-економічних засадах. І в цій справі належне місце повинен займати екологічно орієнтований маркетинг у системі екологічного та екосистемного менеджменту в умовах необхідності розвитку підприємницьких ініціатив у лісогосподаруванні.

Функціонування системи екологічно орієнтованого маркетингу на лісогосподарському підприємстві – це реальний процес інтеграції всіх його управлінських функцій, які одночасно сприяють екологізації лісогосподарування, виявленню, плануванню та прогнозуванню розвитку лісогосподарських підприємницьких ініціатив на інноваційно-інвестиційній основі, які пов'язані з виробництвом, формуванням та стимулюванням попиту на екологічно сертифіковану лісову продукцію.

Екологічно орієнтований маркетинг також пов'язаний з реалізацією інтегративної функції механізму лісоекологічного управління та менеджменту, яка ставить за мету прямо чи опосередковано (непрямо) перетворити процеси екологізації виробництва, лісоекосистемні потреби різних галузей у доходи лісогосподарського виробництва.

Так, можна сказати, що екологічно спрямований маркетинг – це комплексна управлінська діяльність певної сукупності організаційних структур лісогосподарського та лісопромислового виробництва, яка спрямована на визначення, прогнозування та формування споживчих потреб на екологічно орієнтовану лісову продукцію, екосистемні послуги лісового господарства, а також просування їх до споживача в межах сталого інтегрованого багаточільового лісокористування.

Розвиток екологічно спрямованого маркетингу доцільно, на наш погляд, пов'язувати з наступними напрямками лісогосподарування:

1. Інтегрованим багаточільовим використанням та відтворенням лісових ресурсів на еколого-економічних засадах, яке повинно забезпечувати самоокупність та прибутковість лісового господарства. Це передбачає розвиток підприємницьких ініціатив у лісогосподаруванні на інноваційній основі.

2. Формуванням, визначенням, прогнозуванням попиту на екологічно сертифіковану лісопромислову продукцію, лісоекосистемну продукцію та лісогосподарські послуги міжгалузевого призначення.

3. Розширенням підприємницької системи платежів за платне лісокористування, встановлення цін на лісоекосистемні товари та послуги.

4. Запобіганням екодеструктивним процесам використання та відтворення лісових ресурсів, які визначають зниження ресурсного та екологічного потенціалу лісів і, таким чином, впливають на обсяги сталого екологічно збалансованого інтегрованого багаточільового лісокористування. Це вимагає здійснення маркетингового екологічного аудиту.

5. Обґрунтуванням та розвитком всебічних організаційних форм використання лісоресурсного потенціалу на підприємницьких засадах, реалізації сертифікованої лісопромислової продукції та екосистемних послуг (зокрема, системи договірних відносин з різними суб'єктами лісогосподарування на міжгалузевій основі).

6. Формуванням, визначенням, поділом ринків реалізації (збуту) лісогосподарської продукції, екосистемної продукції відповідно до природно-географічних зон та галузевих потреб, зокрема, сільського, водного та рибного господарств.

7. Залученням до екологізації лісового господарства, розвитку лісогосподарського екологоорієнтованого підприємництва інвесторів, у тому числі зарубіжних (зокрема, це стосується створення плантацій швидкорослих насаджень).

8. Визначенням та обґрунтуванням напрямів комплексного використання лісоресурсного потенціалу, які передбачають, зокрема, поєднання на окремому підприємстві виробництв з переробки різних продуктів лісу за функціональними та якісними характеристиками, комплексну переробку відходів та вторинних ресурсів.

Таким чином, екологічно спрямований маркетинг повинен задавати параметри діяльності та управління іншим підрозділам лісогосподарського підприємства. У цьому полягає прояв інтегруючої функції екологоспрямованого маркетингу, який у свою чергу, виступає однією із функцій екологічного менеджменту.