

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет навчально-консультаційний  
центр заочної освіти  
Кафедра публічного управління та  
менеджменту природоохоронної діяльності

**Бакалаврська кваліфікаційна робота**

на тему: Екологічний маркетинг у сільському господарстві України

Виконав студент 5 року навчання  
групи У- 51  
напряму 6.030601 «Менеджмент»  
Ісмаїлов Ехтірам Акіф оглу

Керівник асистент  
Юзва Ірина Михайлівна

Консультант к.е.н., доц.  
Розмарина Альбіна Леонідівна

Рецензент к.ф.-м.н., доцент ОДЕКУ  
Серга Інга Миколаївна

Одеса 2020

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет навчально-консультаційний центр заочної освіти  
Кафедра публічного управління та менеджменту природоохоронної діяльності  
Рівень вищої освіти бакалавр  
Напрямок 6.030601 «Менеджмент»  
(шифр і назва)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

**Завідувач кафедри**  
Павленко О.П.

“06” квітня 2020 року

**З А В Д А Н Н Я**  
**НА БАКАЛАВРСЬКУ КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ**

Ісмаїлову Ехтіраму Акіф оглу  
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Екологічний маркетинг у сільському господарстві України  
керівник роботи Юзва Ірина Михайлівна, асистент  
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затвержені наказом закладу вищої освіти від “ 03” квітня 2020 року № 36-С

2. Строк подання студентом роботи 2 червня 2020 року

3. Вихідні дані до роботи: матеріали наукових та періодичних видань, статті фахових збірників наукових робіт, матеріали сайтів Інтернет-мережі, розробки вітчизняних та зарубіжних науковців з питань екологічного маркетингу у сільському господарстві України

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):

Розділ 1. Ринкові механізми управління в сфері природокористування

Розділ 2. Екологічний маркетинг у сільськогосподарській діяльності

Розділ 3. Екологічний маркетинг у сільськогосподарській діяльності в Україні

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень):

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
<b>3</b>	Розмарина А. Л., к.е.н., доцент		

7. Дата видачі завдання 06 квітня 2020 року

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Термін виконання етапів роботи	Оцінка виконання етапу	
			у %	за 4-х бальною шкалою
1.	Робота з літературними джерелами	06.04-14.04.20		
2.	Робота над розділом 1 «Ринкові механізми управління в сфері природокористування»	15.04-25.04.20		
3.	Робота над розділом 2 «Екологічний маркетинг у сільськогосподарській діяльності»	25.04-12.05.20		
4.	Рубіжна атестація	11.05-16.05.20		
5.	Робота над розділом 3 «Екологічний маркетинг у сільськогосподарській діяльності в Україні»	13.05-24.05.20		
6.	Оформлення роботи	25.05-31.05.20		
7.	Здача роботи на кафедрі	02.06.20		
8.	Перевірка на плагіат	07.06.20		
	<b>Інтегральна оцінка виконання етапів календарного плану (як середня по етапам)</b>			

Студент \_\_\_\_\_  
( підпис )

Ісмаїлов Е. А.  
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи \_\_\_\_\_  
( підпис )

Юзва І. М.  
(прізвище та ініціали)

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП .....</b>	<b>6</b>
<b>РОЗДІЛ 1 РИНКОВІ МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ В СФЕРІ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ.....</b>	<b>8</b>
<i>1.1. Передумови формування ринкової інфраструктури в сфері     природокористування .....</i>	<i>8</i>
<i>1.2. Формування екологічного менеджменту підприємства в ринкових     умовах господарювання .....</i>	<i>24</i>
<b>РОЗДІЛ 2 ЕКОЛОГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....</b>	<b>30</b>
<i>2.1. Управління якістю, як найважливіша функція екологічного     менеджменту .....</i>	<i>30</i>
<i>2.2 Екологічний маркетинг у сільському господарстві.....</i>	<i>39</i>
<b>РОЗДІЛ 3 ЕКОЛОГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ .....</b>	<b>54</b>
<i>3.1. Проблеми і перспективи розвитку екологоорієнтованого     сільськогосподарської діяльності в Україні.....</i>	<i>54</i>
<i>3.2. Формування політики розвитку екологічного маркетингу на     сільськогосподарських підприємствах .....</i>	<i>65</i>
<b>ВИСНОВКИ .....</b>	<b>74</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>78</b>

## ВСТУП

Актуальність теми. Аналіз становлення та розвитку досліджень охорони навколишнього середовища як економічної проблеми показав, що поряд з розробленими питаннями економічної теорії, методології дослідження і аналізу проблем навколишнього середовища необхідно розвивати нові напрямки: економіко-екологічна оцінка тенденцій і закономірностей розвитку господарства і природоохоронної діяльності; питання економіко-екологічного регулювання на основі врахування соціальних факторів; розробка і впровадження нових засобів і механізмів природоохоронного регулювання з метою економічної ефективності і зацікавленості в природоохоронній діяльності; економіко-екологічну експертизу господарських проектів; розробка механізму зниження витрат на природоохоронні заходи шляхом запровадження принципів вільного ринку (платежі за забруднення, екологічне страхування та акціонування і т. д.); економіко-екологічна оцінка розробки і впровадження стандартів на екологічно чисту продукцію, виробу технології; формування законодавчих і виконавчих органів в системі управління природокористуванням.

Як інструменти, які допоможуть реалізувати поставлені завдання: екологічний менеджмент, екологічний аудит, система екологічного страхування, а також екологічний маркетинг. Екологічний маркетинг слід розглядати як комплексну діяльність в сфері природокористування та забезпечення екологічної безпеки, спрямовану на виявлення, прогнозування та формування споживчих запитів, на просування природних ресурсів, товарів і послуг екологічного призначення від виробника до споживача

Без екологічного маркетингу сьогодні не обійдеться жодна фірма бажає розширити свій сегмент ринку і збільшити прибуток. Слід зазначити, що зростання споживання і нестримний випуск товарів негативно позначається на екології не тільки промислово розвинених регіонів, але і територій де вони споживаються.

Мета і завдання дослідження. Метою дипломного проекту є вивчення концептуальних основ екологічного маркетингу в сільському господарстві

Основні завдання дослідження обумовлені поставленою метою і включають:

- 1) вивчення теоретичних основ екологічного маркетингу і його ролі в розвитку сектора природокористування;
- 2) дослідження стану сільського господарства з позиції еколого-безпечного використання;
- 3) розробка рекомендації щодо розвитку екологічного маркетингу в сільському господарстві.

Об'єктом дослідження є процес впровадження екологічного маркетингу на сільськогосподарських підприємствах України.

Предметом дослідження обрані теоретичні, методичні та практичні аспекти екологічного маркетингу в сільському господарстві.

Методи дослідження. Теоретичною і методологічною основою досліджень стали теоретичні положення про управління природоохоронною діяльністю, функціонуванні ринкових механізмів і інструментів в природоохоронній діяльності.

Інформаційною базою дипломного проекту є теоретичні та методичні розробки вчених і практиків у галузі екологічного менеджменту; законодавчі акти. А також дані спеціальної періодичної літератури.

Наукова новизна результатів дослідження складається в розробці рекомендації щодо вдосконалення екологічного маркетингу в галузі сільського господарства, метою підвищення «якості життя», підвищення екологічної безпеки.

- акумуляцію і мобілізацію на цілі природокористування тимчасово вільних (при їх наявності) грошових коштів суб'єктів природокористування;
- залучення на ці цілі тимчасово вільних коштів інших суб'єктів господарювання, зацікавлених вкласти кошти в екологічний банк;

## ВИСНОВКИ

Аналіз становлення та розвитку досліджень охорони навколишнього середовища як економічної проблеми показав, що поряд з розробленими питаннями економічної теорії, методології дослідження і аналізу проблем навколишнього середовища назріла необхідність подальшого розвитку досліджень переважно за такими основними напрямками:

- 1) економіко-екологічна оцінка тенденцій і закономірностей розвитку господарства і природоохоронної діяльності;
- 2) економіко-екологічні принципи формування та оцінки ефективності функціонування природоохоронного комплексу;
- 3) розширення сфери економіко-екологічного регулювання на основі врахування соціальних факторів;
- 4) розробка і впровадження нових засобів і механізмів природоохоронного регулювання - економічної ефективності і зацікавленості в природоохоронній діяльності, економіко-екологічну експертизу господарських проектів;
- 5) розробка механізму зниження витрат на природоохоронні заходи шляхом запровадження принципів вільного ринку (платежі за забруднення, екологічне страхування та акціонування і т. Д.);
- 6) економіко-екологічна оцінка розробки і впровадження стандартів на екологічно чисту продукцію, виробу технології;
- 7) формування законодавчих і виконавчих органів в системі управління природокористуванням.

Допомогти в цьому може система інституційних елементів, таких як: екологічний менеджмент, екологічний аудит, система цільових екологічних бюджетів, система екологічного страхування, а також екологічний маркетинг, як комплексна діяльність певної сукупності організаційних і спеціалізованих структур сфері природокористування та забезпечення екологічної безпеки, направлення на виявлення, прогнозування і формування

споживчих запитів, на просування природних ресурсів, товарів і послуг економічного призначення від виробника до споживача

Радикальна економічна реформа, яка відбувається в нашій країні, формування ринкової економіки зумовили істотне зміна ролі маркетингу. Від виникнення і до сьогоднішнього розуміння маркетинг значно розширив область свого застосування. На сьогоднішній день він притаманний практично всім областям людської життєдіяльності. Але хоч би якою була сфера застосування маркетингу, будь-то споживчий маркетинг, або міжнародний маркетинг і т.д., в ньому завжди буде присутній екологічний маркетинг.

Без екологічного маркетингу сьогодні не обійдеться жодна фірма бажає розширити свій сегмент ринку і збільшити прибуток. Слід зазначити, що зростання споживання і нестримний випуск товарів негативно позначається на екології не тільки промислово розвинених регіонів, але і територій де вони споживаються.

Потенційний споживач став дуже перебірливий при купівлі товару (послуги). Якщо раніше його цікавила ціна, то сьогодні він в першу чергу поцікавиться якістю продукції, з якої сировини проведений товар, тобто екологічною безпекою товару, як для себе, так і для навколишнього середовища.

В принципі існує повна аналогія між концепцією екології природи і концепцією маркетингу - це екологія маркетингу. В основі обох аналогій лежить один і той же принцип стійкої рівноваги елементів природи або маркетингу з існуючим оточенням. Необгрунтоване втручання людини в природні цикли викликає негативні наслідки, призводить до економічних збиткам, що наноситься споживачем природних благ. У маркетингу недооблік екологічних факторів загрожує великими втратами при реалізації товару.

Тому підприємства, незалежно від виду діяльності повинна використовувати такий інструмент як екологічний маркетинг.



Екологічний маркетинг повинен бути спрямований в майбутнє. Природоохоронний рух має виступати за уточнення цілей маркетингу. Повинен бути не просто максимальний нестримне зростання споживання, що веде до деградації природного середовища, а розширення вибору і підвищення якості життя, яке характеризується не тільки достатком високоякісних товарів, а й збереженням навколишнього природного середовища. Підприємство має виробляти стратегію вирішення екологічних проблем. Маркетинг може стимулювати створення нових більш екологічних технологій, використання нових матеріалів і нетрадиційних ресурсів, обмеженість збуту продукції, пошук нових ідей та впровадження нововведень для вирішення не тільки економічних, але й екологічних проблем.

У дипломному проекті розглянуті питання впровадження і розвитку екологічного маркетингу в сільському господарстві.

Очевидна перспективність проведення екологічного маркетингу в галузі сільського господарства. Розвиток біотехнологій дозволить значно підвищує врожайність фруктів і овочів не на шкоду смаковим і корисним якостям, але зі значним зниженням витратної частини у вигляді добрив і палива, а також зниження втрат врожаю через хвороби і шкідників.

Друге перспективний напрямок це органічне землеробство, для реалізації якого Україна має в своєму розпорядженні необмеженими можливостями. Уже є позитивний досвід Кримських господарств, підприємств Західної України по веденню органічного землеробства, вирощування екологічної продукції, фруктів і овочів. При цьому спостерігається величезна зацікавленість зарубіжних інвесторів. Так як на Заході цей напрямок дуже популярно, але вони не мають у своєму розпорядженні таким потенціалом земельних ресурсів, як Україна.

У розвитку екологічного маркетингу в сільському господарстві, екологічного сільського господарства, є багато ентузіастів, але на жаль, цього недостатньо для його розвитку. Необхідні інвестиції в сільське господарство,

державна підтримка у вигляді пільг і дотацій. А також розроблена нормативна законодавча база з ліцензування, патентування, сертифікації та стандартизації цього виду діяльності.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Баранніков В.Д. Екологічна безпека сільськогосподарської продукції / В.Д. Баранніков, Н.К.Кіріллов. М.: Колос 2006. - 352 с.
2. Батяхіна Н.А. Агроекологічна оцінка дії і післядії сидератів // Н.А.Батяхіна «Землеробство» № 5. - 2002 - с.25
3. Буркинський Б. В., Степанов В. Н., Харичков С. К. Природопольованіє: основи економіко-екологічної теорії.-Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2004.-350 с.
4. Праників В.Ф. Грунтознавство / В.Ф. Праників, К.Ш.Казеев, С.І.Колесніков. Ростов-н / Д: Видавничий центр березня 2006 року - 496 с.
5. Вернадський В.І. Роздуми натураліста. Наукова думка як планетарне явленіє.-М.: Наука, 1997.\_192с.
6. Ворошилов Ю.І. Тваринницькі комплекси і охорона навколишнього середовища / Ю.І.Ворошилов, С.Д.Дурдибав, Л.Н.Ербанова. М.: Агропромиздат 1991. - 107 с.
7. Гусак - Катрич Ю.А. Охорона праці в сільському господарстві / Ю.А.Гусак - Катрич. М.: Альфа-Пресс 2007. -176 с.
8. Ковальов Н.Г. Боротьба із засміченістю в адаптивно-ландшафтному землеробстві // Н.Г.Ковалев, А.Е.Родіонова, Д.А.Іванов «Землеробство» № 5. - 2004 - с.34-36.
9. Ковальова Н.Г. Економічні проблеми екологічної безпеки.-Одеса.-1991.-с.61.
10. Коломейченко А.С. Оптимізація структури сільськогосподарських угідь в умовах пересеченого рельєфу // А.С.Коломейченко, В.В.Коломейченко «Землеробство» № 7. - 2008 - із. 6-7.
11. Концепція сталого розвитку України.-К.: НАН України, 2007.-30с.
12. Котлер Ф. Основи маркетинга.-М.: Фінанси і статистика, 1991.-189 с.
13. Котлярова О.Г. Розширення біологічної ємності агроландшафтів при освоєнні адаптивно-ландшафтних систем землеробства // О.Г.Котлярова, Е.Г.Котлярова, С.А.Лінков «Землеробство» № 6. - Рік випуску 2008 - с.11-

12

14. Кудієв Ю.І. Гігієна праці в сільськогосподарському виробництві / Ю.І.Кудієв, М.І.Медведь, М.Я.Болсунова, В.С.Голенко, Н.М.Деміденко і ін. М.: Медицина 1981. - 460 с.
15. Кузнєцов Е.А. Теорія управління в умовах трансформації економічних систем // Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління.- Одеса: АТ БАХВА, 2006, с.55-72
16. Лапін А.П. Охорона праці в сільськогосподарському виробництві. Навчальний посібник / А.П.Лапін. Орел: ВНДІ охорони праці Мінсільгоспу Росії 2001. - 352 с.
17. Лісятніков І.І. Уточнений розрахунок виходу гною від стада корів // І.І.Лісятніков, Г.Е.Шілов «Землеробство» № 2. - 2005 - с. 35-37
18. Лукінов І. Економіка трансформації (наконці ХХ століття) .- к .: Інститут економіки НАН України, 2007.-455с.
19. Мельник Л.Г. Економічні проблеми відтворення природного середовища.- Харків: Вища школа.-2005.-159 с.
20. Михайлов А.А. Довідник фельдшера / А.А.Міхайлов, Л.А.Ісаєва, М.Х.Турьянов і ін. М.: Медицина 1990. - т.І, т.ІІ - 496 с.
21. Новиков Р.А. Проблема навколишнього середовища в світовій економіці та міжнародних відносинах // Думка, 359 с.
22. Садченко О.В. Основи екологічного маркетингу // Економічні інновації.1999.-№6.-с.22-30.
23. Садченко О.В., Мартієнко А.І. Підприємництво в зонах екологічного бедствія.-Одеса, УМАОІ Консалтінг.-1998.-111 с.
24. Семенова О.В. Плата за забруднення навколишнього природного середовища // О.В.Семенова «Податковий вісник» № 12. - 2006 - с.12-14
- 25.

26. Степановских А.С. Екологія / А.С.Степановскіх. М .: ЮНИТИ-ДАНА 2001. - 703с.
27. Тарасевич В.М. Економічні парадигми і парадигмальні теорії.- дніпропетровськ: сич, 1995.-157с.
28. Трегобчук В., Веклич О.Необхідність економіко-екологічної моделі ринкових реформ в Україні // Економіка України, 1997, №4,12-24 с.
29. Уразаев Н.А. Сільськогосподарська екологія / Н.А.Уразаев, А.А.Вакулін, В.І.Маримов, А.В.Нікітін. М .: Колос 1996. - 255 с.
30. Харичков С.К., Рассаднікова С.І. Концепції різноманіття форм власності на об'єкти природно-ресурсного потенціалу в Україні.-Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2005.-28с.
31. Харичков С.К., Рассаднікова С.І., Андрєєва М.М. Ринкова інфраструктури в сфері природокористування та забезпечення ресурсно-екологічної безпеки.-Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2006.-16 с.
32. Христенко С. І. Організація економіко-екологічного управління виробництвом. Київ: Вища школа, 20066 м
33. Христенко С. І. Економічний механізм управління виробництвом і охороною навколишнього середовища. Київ: Вища школа, 2006 р
34. Христенко С. І., Стребко С. І., Організація планетарного управління охороною навколишнього середовища.-Одеса: ОКФА, 2008 р.-244 с.
35. Хруцький В.Є. Сучасний маркетинг.-М .: Фінанси і статистика, 1991.\_198с.
36. Черніков В.А. Агроекологія / В.А.Черніков, Р.М.Алексахін, А.В.Голубев і ін. М .: Колос 2000. - 536 с.
37. Шевчук В. Трансформація економіки і модифікація обліку: методологічні аспекти взаємодії // Економіка України, 20027, №4, с. 24-36.
38. Шелану М.І. Захист ґрунтів неможлива без високої культури землеробства // М.І. Шелану, Н.М. Даманов, В.Д.Соловіченко «Землеробство» № 3. - Рік випуску 2008 - с.5-6.
39. Евенс Дж.Р., Берман Б. Маркетинг.-М .: економіка, 2000.-270 с.

