

ЕКОНОМІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОЛОГІЧНИХ ФУНКЦІЙ ЛІСІВ

Ярова І.Є.

Сумський національний аграрний університет

Ринкова організація лісгосподарського виробництва, що стимулює залучення інвестицій до сфери лісгосподарювання, має базуватися на визнанні всіх лісгосподарських робіт підприємницькою діяльністю з відповідною оплатою результатів цієї діяльності. Актуальною є проблема формування економічні механізми залучення до господарського обігу екосистемних послуг лісів соціального та природоохоронного призначення. Узагальнення світового досвіду щодо розроблення різних схем оплати екосистемних послуг свідчить, що розвиток лісгосподарського підприємництва на еколого-економічних засадах доцільно спрямовувати за такими напрямками: захист водних басейнів, вододілів; агролісомеліорація; рекреація; збереження біорізноманіття та зв'язування вуглецю в рамках вирішення проблеми регулювання клімату.

Екологічний маркетинг лісгосподарювання як система регулювання підприємницького виробництва та реалізації лісової продукції (послуг) на еколого-економічних засадах може бути представлена, на наш погляд, у формі еколого-економічного механізму маркетингового управління лісовим господарством. *Еколого-економічний механізм маркетингового управління* як організаційна система підприємницького лісгосподарювання включає: екологічно орієнтовану організаційно – економічну систему з визначенням складу та змісту основних функцій (планування та прогнозування, стимулювання, регулювання, контроль тощо) та безпосередньо маркетинг – менеджмент; організаційно – управлінську його структуризацію; окремі еколого-економічні інструменти маркетингової діяльності (ціноутворення на лісгосподарську продукцію з урахуванням екосистемних факторів, інструменти стимулювання виробництва екосистемної лісової продукції; платежі за платне лісокористування тощо); забезпечувальні інформаційно-комунікаційні системи.

Слід відмітити, що проблема погодження еколого-економічних інтересів суб'єктів лісокористування (стейкхолдерів) вирішується в межах господарського організаційно-економічного механізму управління лісовим господарством із застосуванням його основних складових: планування, стимулювання (мотивації), організації управління, контролю тощо. Екологічно орієнтований маркетинг і господарський механізм управління лісовим господарством на еколого-економічних засадах, безумовно, мають і спільну організаційно-економічну платформу, однак суттєво і відрізняються. Так, наприклад, ціни на лісгосподарську продукцію, екологічні податки, фінансові нормативи на відтворення лісових ресурсів можуть одночасно бути і інструментами формування екологічно орієнтованого маркетингу. Чим тісніше змикається механізм екологічно та соціально орієнтованого маркетингу з еколого-економічними важелями управління лісгосподарюванням, тим швидше будуть практично реалізовані принципи сталого та екосистемного використання та відтворення лісових ресурсів.

Екологічний маркетинг у сфері лісгосподарювання, а також розвиток екологічно орієнтованого соціального маркетингу відповідають умовам

соціальної відповідальності лісгосподарського та ліспромислового виробництв, розвитку господарського механізму лісоуправління на еколого-економічних засадах, а також є невід'ємною частиною екологічного та екосистемного менеджменту у лісовому господарстві.

Аналіз екосистемного підходу до управління природокористуванням та лісгосподарюванням свідчить про те, що досить складною еколого-економічною проблемою в механізмі застосування екосистемного маркетингу є принципи встановлення цін, зокрема, на лісгосподарську продукцію, яка має характер екосистемної продукції.

Для встановлення лісгосподарським підприємством цін на екосистемну продукцію може бути запозичений методичний підхід, який визначає гранично допустимий (верхній) рівень ціни (Цл) за такою формулою:

$$C_l = C_{zn} + E_g \cdot k_e \quad (1)$$

де C_g – ціна створених захисних насаджень;

E_g – еколого-економічний ефект від використання захисних насаджень у лісокористувача;

k_e – коефіцієнт урахування еколого-економічного ефекту у лісокористувача.

Запропонований науково-методичний підхід до визначення верхнього рівня цін на створення захисних лісових насаджень, які мають характер екосистемної продукції, дає підстави обґрунтувати можливість створення фонду відтворення лісових ресурсів соціально-екологічного призначення на рівні підприємства за рахунок відрахувань від обсягу реалізації екосистемної продукції в межах оцінки його еколого-економічної складової.

Економіка та менеджмент: перспективи розвитку : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, м. Суми, 22–24 червня 2012 року / за заг. ред. -О. В. Прокопенко. – Суми : СумДУ, 2012. – С. 154-155.