

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

**ЗБІРКА НАУКОВИХ ПРАЦЬ  
ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ  
СТУДЕНТСЬКОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**"ЗЕМЛЕУСТРІЙ І ТОПОГРАФІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ  
В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ПІСЛЯВОЄННОГО  
ВІДНОВЛЕННЯ"**

**8-10 березня 2023 р.**

**м. Київ, Україна**

УДК 332.3:528.93:355.01

ББК 65.32-5

*Друкується за рішенням Вченої ради факультету землепорядкування Національного університету біоресурсів і природокористування України, протокол № 8 від 16 березня 2023 року*

**Рецензенти:**

**Дорош О.С.** - доктор економічних наук, професор;

**Кошель А.О.** - доктор економічних наук, доцент;

**Новаковська І.О.** - доктор економічних наук, доцент.

**Землеустрій і топографічна діяльність в умовах війни та післявоєнного відновлення.** Збірка наукових праць Всеукраїнської науково-практичної студентської конференції (м. Київ., 8-10 березня 2023 р.) / За загальною науковою редакцією проф. Ковальчука І.П. К.: Вид. центр НУБІП, 2023. 134 с.

У збірці наукових праць висвітлені результати досліджень, присвячених питанням ролі землепорядкування і топографо-геодезичних вишукувань у вирішенні завдань відбудови уражених і зруйнованих російськими агресорами в період неоголошеної України війни поселень, об'єктів інфраструктури, сільськогосподарських і лісогосподарських угідь, гідротехнічних і промислових споруд, природозаповідних та інших об'єктів.

Для фахівців у сфері геодезії та землеустрою, екологів, географів, працівників аграрного сектору, природоохоронних установ, органів місцевого самоврядування.

За зміст публікацій, достовірність викладених наукових фактів відповідальність несуть автори.

ISBN 978-617-8351-07-6

Відповідальний за макетування і друк: **доц. Бутенко Є.В.**

©Колектив авторів

© Національний університет біоресурсів і природокористування України, 2023

УДК 332.3 658.8:504

**ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ У  
ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННІ**

*Щиголєва А.В., студентка, 3 курс бакалаврату, спеціальність 075 «Маркетинг», Відокремлений структурний підрозділ «Боярський фаховий коледж Національного університету біоресурсів і природокористування України»*

*Науковий керівник - Алексова Л.А., викладач, ВСП «Боярський фаховий коледж Національного університету біоресурсів і природокористування України»*

Деструктивні процеси у землекористуванні загострюються головним чином внаслідок екстенсивного способу сільськогосподарського виробництва, якісними змінами господарської діяльності під впливом науково-технічного прогресу, стаціонарних і пересувних джерел забруднення та ін.

Тому важко не погодитися з тим, що забезпечення гармонійного розвитку відносин природи і суспільства у значній мірі визначається досягнутим рівнем екологізації суспільного виробництва.

Теоретико-методологічне забезпечення цієї проблеми спирається на екологічний маркетинг землекористування як одну з основних функцій управління земельними ресурсами. Зосереджуючись на питаннях розвитку екологічного маркетингу землекористування, зроблено висновок, що він представляє напрям діяльності, спрямований на отримання максимальної кількості еколого-безпечної споживчої користі від використання землі, забезпечуючи умову збереження та відтворення її якісних параметрів.

З наукового погляду, екологічний маркетинг землекористування доцільно підрозділяти за такими основними напрямками: маркетинг використання земельних ресурсів; маркетинг охорони та розширеного відтворення земельно-ресурсного потенціалу землі; маркетинг економічного регулювання раціонального використання землі (стимулювання, справляння земельного податку або орендної плати, відшкодування збитків, завданих землекористуванню); маркетинг екологічно-орієнтованого інноваційно-інвестиційного забезпечення; маркетинг розробки землевпорядної та вишукувальної науково-технічної документації; маркетинг стратегічного планування землекористування; маркетинг заходів, спрямованих на зменшення ризиків виникнення загрозливих ситуацій у землекористуванні; маркетинг виробництва екологічно чистої продукції; реклама та ін.

Зупинимося на суспільно-економічних цінностях напрямків екологічного маркетингу землекористування, спрямованого на задоволення економічних потреб нації і світової спільноти в цілому.

Маркетинг використання земельних ресурсів варто розділити на три етапи. На першому етапі розглядається загальнодержавна і регіональні програми використання та охорони земель, які передбачають: розподіл земельного фонду між галузями економіки; оптимізацію структури земельних угідь; консервацію деградованих і малопродуктивних земель; розширення площі земель з природними ландшафтами до рівня, достатнього для збереження ландшафтного і біотичного різноманіття; створення завершеної системи лісомеліоративних насаджень у долинах річок і на водозборах; створення водоохоронних зон і прибережних захисних смуг водних об'єктів та ін.

На другому етапі розробляються схеми землеустрою, використання та охорони земель відповідних адміністративно територіальних утворень (райони, сільські і селищні ради), в яких деталізуються наукові розробки, сформульовані у регіональних програмах.

Третій етап передбачає розробку організаційно-господарських, еколого-економічних і правових заходів щодо використання та охорони земель у рамках конкурентного землекористування.

При цьому стратегія аграрного землекористування повинна передбачати:

- формування високопродуктивних екологічно стійких ландшафтів, скорочення площі орних земель, які використовуються в системі екстенсивного землеробства за рахунок трансформації-консервації і трансформації-реабілітації;

- гармонійне поєднання механізму дії економічних законів та законів природи. Іншими словами, економічні інтереси суб'єктів господарювання повинні впливати з можливостей природно-ресурсного потенціалу території.

Маркетинг охорони та розширеного відтворення земельно-ресурсного потенціалу земель передбачає формування комплексу заходів, орієнтованих на вибір оптимального варіанта еколого-економічних процесів у землекористуванні. Це означає, що в кінці кожного маркетингового року якісні параметри сільськогосподарських угідь повинні носити кумулятивний характер, забезпечуючи умову отримання земельної ренти та виробництво екологічно чистої продукції.

Маркетинг економічного регулювання раціонального землекористування передбачає визначення науково-обґрунтованого податку за використання землі та орендної плати за землекористування, які б були адаптовані до умов ринкової економіки. Крім того, маркетинг економічного регулювання раціонального використання і охорони земель передбачає відшкодування збитків, зумовлених обмеженим режимом землекористування. До таких земель відносяться землі, розміщені в охоронних та санітарно-захисних зонах, зонах санітарної охорони, прибережних захисних смуг.

### **Список використаних джерел**

1. Коренюк П.І. Менеджмент навколишнього середовища: підручник: Дніпропетровськ: НГАУ, 2001.
2. Садченко О. В. Принципи і концепції екологічного маркетингу: монографія / О. В. Садченко. Одеса: Астропринт, 2002. 400 с.
3. Еколого-збалансовані пріоритети розвитку території: концептуальні засади та організаційний механізм: монографія / Галушкіна Т.П., Грановська Л.М., та ін. О. : Ін-т пробл. ринку та екон.-екол. дослідж., 2009. 372 с.