

Лопатюк С.П.

ОСОБЛИВОСТІ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ НА ВНУТРІШНЬОМУ ВОДНОМУ ТРАНСПОРТІ

З набуттям чинності Закону «Про внутрішній водний транспорт» особливе значення має розбудова сучасної інфраструктури внутрішніх водних шляхів з екологічним флотом. Хоча внутрішній водний транспорт вважається одним з найчистіших видів транспорту, погіршення стану довкілля обумовлює посилення вимог до викидів шкідливих речовин атмосфери і водне середовище з суден, до розбудови внутрішніх водних шляхів, до підготовки екологічно свідомого плавкладу. Значну роль в цьому процесі має відігравати екологічний маркетинг на внутрішньому водному транспорті.

В статті розглядаються види екологічного маркетингу для різних об'єктів внутрішнього водного транспорту. Приділяється увага екологічній компетентності фахівців галузі.

***Ключові слова:** внутрішній водний транспорт, екологічний маркетинг, маркетингове середовище, ринок екологічних товарів (послуг).*

Постановка проблеми. Становленню екологічного маркетингу на внутрішньому водному транспорті сприяють прийнятий в грудні 2020 року Закон України «Про внутрішній водний транспорт» і розроблена на його підставі Міністерством інфраструктури України Стратегія розвитку внутрішнього водного транспорту на 2021–2031 роки. Стратегія пропонує впровадження інноваційних енергоефективних та екологічних технологій на внутрішніх водних шляхах, забезпечення відповідності річкового флоту екологічним стандартам Європейського Союзу. Необхідним є осмислення видів і можливостей екологічного маркетингу для втілення цілей і задач розробленої Стратегії.

Вступ. Водний транспортний комплекс - це багатофункціональна структура, яка включає морський та річковий флот, морські та річкові порти, гідротехнічні споруди внутрішніх водних шляхів, рейди, затони, місця стоянки суден, засоби навігаційного обладнання та гідрографічного забезпечення судноплавства, об'єкти річкової інформаційної служби, мережі та споруди зв'язку, сигналізації, інформування та управління рухом суден та інші об'єкти, що забезпечують судноплавство морськими та внутрішніми водними шляхами [1,2]. Відповідності вітчизняного водного транспортного комплексу сучасним міжнародним екологічним вимогам залежить стан природних ресурсів України та конкурентоспроможність українського водного транспорту на світовому ринку.

Мета дослідження полягає в виявленні особливостей екологічного маркетингу при побудові модернізованого внутрішнього флоту, осучасненні гідротехнічних споруд, організації перевезень судновласниками, технологічних процесів завантаження-розвантаження в портах, при підготовці кваліфікованих спеціалістів для внутрішнього водного транспорту.

Основні матеріали дослідження. Концепція екологічного маркетингу з'явилась у 1970-ті роки практично одночасно з концепцією сталого розвитку людства. Екологічний маркетинг передбачає орієнтацію усієї діяльності організації (установи, підприємства) на формування та задоволення екологічно орієнтованого попиту з метою отримання прибутку та збереження довкілля і здоров'я людей [3].

Розрізняють такі типи екологічного маркетингу:

- маркетинг звичайних товарів (послуг), які виробляються (здійснюються) з врахуванням екологічних стандартів та вимог природоохоронного законодавства;
- маркетинг екологічних товарів та послуг, який спрямований на задоволення екологічних потреб населення, які зумовлені підвищенням екологічної свідомості;
- маркетинг природоохоронної діяльності з метою збереження середовища й генофонду біосфери, проведення відповідних заходів щодо відновлення порушених екосистем.
- маркетинг екологічних знань та екологічно безпечних технологій, суб'єктами якого є наукові організації, навчальні заклади, провідні підприємства та установи, які впроваджують або пропагують новітні «зелені» технології [4].

Суб'єктами екологічного маркетингу на внутрішньому водному транспорті є: судна, гідротехнічні споруди внутрішніх водних шляхів, рейди, затони, місця стоянки суден, засоби навігаційного обладнання та гідрографічного забезпечення судноплавства, об'єкти річкової інформаційної служби, мережі та споруди зв'язку, сигналізації, інформування та управління рухом суден, а також плавуче обладнання, призначене для виконання шляхових робіт, та інші об'єкти, що забезпечують судноплавство внутрішніми водними шляхами [2], суднобудівні підприємства, судноплавні компанії, профільні навчальні заклади. В залежності від призначення суб'єкта екологічний маркетинг має бути спрямований на впровадження безпечних технологій, створення модернізованого «зеленого» флоту, захист навколишнього середовища, задоволення екологічних потреб населення, на підготовку кваліфікованого персоналу в галузі екології, пропаганду екологічних переваг водного транспорту перед іншими видами транспорту.

Внутрішній водний транспорт вважається найчистішим видом транспорту [5]. Але в Україні більшість суден річкового флоту є застарілими і такими, що користуються дизельним паливом, що має найвищий рівень викидів парникових газів та інших забруднюючих речовин, порівняно з альтернативними видами палива. Тому екологічний маркетинг на суднобудівних підприємствах необхідно спрямовувати на модернізацію суднового енергетичного обладнання. Рівень викидів для нових суден з новими двигунами має відповідати стандартам ЄС. Згідно Закону України «Про внутрішній водний транспорт» пріоритетними напрямками інвестування у сфері внутрішнього водного транспорту визначається запровадження інноваційних енергоефективних та екологічно безпечних технологій. Але відносно низька вартість дизельного палива впливає на економічну доцільність використання операторами суден чистих технологій. Уряд має створити систему стимулювання розвитку екологічного судноплавства та зменшення рівня викидів у портах та на водних шляхах.

Концепція екологічного маркетингу на внутрішньому водному транспорті має орієнтувати виробників не тільки на сприйняття цього виду транспорту як відносно безпечного для довкілля, але й такого, що відповідає вимогам збалансованого розвитку, який враховує взаємозв'язки між економічною, соціальною та екологічною системами, зосереджує увагу на глобальних суспільних проблемах [6]. За рахунок переорієнтації вантажопотоку на модернізований ВВТ очікується зменшення викидів в атмосферу забруднюючих речовин та парникових газів від автомобільного транспорту. Зменшиться знос автодорожньої мережі, шумове навантаження, кількість небезпек, пов'язаних з аваріями на автомобільному транспорті [7]. Включення ВВТ в систему мультимодальних перевезень дозволить транспортувати вантажі суднами типу «ріка-море» між великими промисловими центрами країни та чорноморськими портами без додаткового перевантаження, звільнивши автомобільний і залізничний транспорт від нерентабельних перевезень [1]. Метою екологічного маркетингу на ВВТ повинне бути дотримання вимог щодо використання та охорони водних об'єктів.

Маркетингове середовище суб'єктів внутрішнього водного транспорту формується під впливом системи державного управління. Стратегією розвитку внутрішнього водного транспорту передбачена реорганізація адміністративних функцій центральних органів виконавчої влади з забезпеченням ефективного менеджменту і механізмів швидкого реагування на екологічні проблеми всіх суб'єктів ВВТ.

Складові середовища екологічного маркетингу суб'єкта господарювання умовно поділяють на елементи та їх взаємозв'язки, що формують мікросередовище, та елементи та їх взаємозв'язки, що формують макросередовище [3].

Складові мікросередовища частково контролюються підприємством (установою, організацією, закладом). Для створення мікросередовища необхідно визначити тенденції розвитку галузі стосовно захисту довкілля, окреслити головні напрямки діяльності підприємства, пов'язані з впливом на навколишнє середовище, знайти і запровадити відповідні інноваційні екологічні технології, оцінивши попередньо конкурентоспроможність та економічний ефект.

Чинники макросередовища не залежать від суб'єкта господарювання, але визначають його виробничу та маркетингову діяльність. Необхідно відслідковувати і систематизувати особливості маркетингового макросередовища з метою пошуку нових можливостей розвитку та реагування на небезпеки [3]. Саме Стратегія розвитку внутрішнього водного транспорту України націлена на створення модернізованої та ефективною інфраструктури на внутрішніх водних шляхах, екологічного та енергоефективного флоту і кваліфікованого персоналу для роботи на ньому. Реалізації Стратегії посилять торгово-економічні міжнародні зв'язки, активізує вітчизняне суднобудування, дасть соціальний ефект у вигляді створення нових робочих місць та справить позитивний екологічний ефект, оскільки ВВТ є одним з найменш шкідливих видів транспорту для навколишнього середовища.

Мікросередовища екологічного маркетингу різних суб'єктів ВВТ суттєво відрізняються.

Так для суднобудівних підприємств, особливо таких, де є різноманітне устаткування для металообробки, зварки вузлів та секцій судна, електромонтажне устаткування і т.ін., головними є технологічні чинники, які визначають використання новітніх технологічних розробок, обізнаність і зацікавленість керівництва в запровадженні сучасних технологій з мінімальним впливом на довкілля та відповідну кваліфікацію і екологічну свідомість працівників.

На гідротехнічних спорудах внутрішніх водних шляхів особливими є чинники техногенного навантаження на надра. Створення водосховищ, будівництво гребель, транспортних каналів і водоводів, систем регіональних і локальних ставків, виробничих відстійників та інших споруд може порушити геологічне середовище, змінити режим ґрунтових вод, призвести до заболочення, забруднення підземних вод. Тому головну увагу потрібно приділяти природним та екологічним чинникам, застосовувати еко-технології та дбати про екологічну безпеку виробничої діяльності.

Річковий порт – це ділянка берега річки, суднохідного каналу, озера, водосховища з акваторією, захищена від негоди захисними гідротехнічними спорудами, на якій розміщується комплекс будівель та пристроїв для завантаження і розвантаження суден та їх обслуговування, споруд для зберігання вантажів. В загальному вигляді порт ділиться на сектори для різних вантажів – причали і прилеглі до них території (термінали). Причали мають під'їзні автомобільні і залізничні шляхи для перевантаження вантажів в автомобільний або залізничний транспорт. Спеціальні нафтові термінали обладнуються береговими сховищами для тимчасового зберігання нафтопродуктів та системою трубопроводів для транспортування нафтопродуктів. Існують спеціальні термінали для сипучих вантажів. Спеціалізація за видами вантажів дозволяє спрямовувати екологічний маркетинг на підбір оптимальних, з точки зору захисту навколишнього середовища, технічних елементів: технологічних процесів, перевантажувальних машин і механізмів, пристроїв. Необхідно вживати заходів щодо зменшення викидів пилу при перевантаженні сипучих вантажів. Окрему увагу потрібно приділяти портовим зонам з тиловими залізничними колями, парками, стоянками автотранспорту, сховищами, майстернями і складами. Портові транспортні засоби (вантажопідійомники, обладнання для обробки вантажів, залізничні локомотиви) є основними джерелами забруднення повітря викидами оксиду азоту і діоксиду вуглецю [8]. Бажаною є

підтримка перевезень електричним транспортом та інтегрована екологічна політика (контроль забруднення повітря і шуму на транспорті). При експлуатації порту утворюються різні види відходів (осад з паливних резервуарів, утворені на борту суден відходи, стічні води). У відповідності до існуючої практики збору відходів [9] необхідно відстежувати наявність споруд для приймання судових відходів, запроваджувати технології роздільного збору сміття на всіх технологічних ланках ВВТ.

Судноплавні компанії (судновласник) здійснюють завантаження та розвантаження різноманітних вантажів, буксирування суден і перевезення внутрішніми водними шляхами різного роду вантажів, а також пасажирів. Судновласник приймає на себе відповідальність за експлуатацію судна, обов'язки, що покладаються на нього Міжнародним кодексом по управлінню безпечною експлуатацією суден і запобіганням забруднення. Екологічний маркетинг з боку судновласника судна внутрішнього плавання має бути спрямований на забезпечення відповідності технічного стану суден встановленим законодавством вимогам для плавання на внутрішніх водних шляхах (за допомогою обраного судновласником класифікаційного товариства). Судновласники пасажирських суден, які не виконують міжнародних рейсів, повинні розробити, впровадити і підтримувати (в компанії і на судах) систему управління безпечною експлуатацією суден та запобігання забрудненню.

Особливу увагу слід приділяти дотриманню правил перевезення внутрішнім водним транспортом небезпечних вантажів. Для міжнародних рейсів вони встановлюються міжнародними договорами України, а на внутрішніх водних шляхах такі правила розробляються і затверджуються центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері внутрішнього водного транспорту [9].

Вимоги та порядок підтвердження професійної компетентності перевізника внутрішнім водним транспортом та перелік навчальних дисциплін затверджуються центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері внутрішнього водного транспорту [2]. Професійна екологічна компетентність фахівців галузі має формуватися в профільних закладах вищої освіти. Наприклад, система компетентностей бакалавра спеціальності «101 Екологія» (Водний транспорт) визначається на основі стандарту вищої освіти, який затверджений наказом МОН України від 04.10.2018, №1076. Серед них слід звернути увагу на такі загальні і фахові компетентності:

- знання та розуміння теоретичних основ екології, охорони довкілля, зокрема, охорони водного довкілля та збалансованого природокористування;
- здатність до оцінки впливу процесів техногенезу на стан навколишнього середовища та виявлення екологічних ризиків, пов'язаних з виробничою діяльністю, зокрема, з експлуатацією водного транспорту;
- здатність до використання основних методів та складових екологічного управління;
- здатність до участі в розробці системи управління та поведіння з відходами виробництва та споживання, зокрема, шкідливими відходами у процесі експлуатації водного транспорту;
- здатність до участі в управлінні природоохоронними діями та/або екологічними проектами.

Результатами навчання мають бути:

- уміння прогнозувати вплив технологічних процесів та виробництв, зокрема результатів експлуатації водного транспорту на навколишнє середовище;
- застосування базових управлінських принципів системи екологічної безпеки;
- розуміння ризиків непередбачуваних екологічних проблем і шляхів їх вирішення.

Ринок екологічних товарів і послуг на ВВТ можна поділити на такі складові:

- судна, побудовані згідно вимог технічних регламентів для модернізованого екологічного ВВТ, обладнання для боротьби з забрудненням повітря, утилізації відходів, енергозбереження, ліквідації нафтових розливів;

– технології, використання яких порівняно з традиційними аналогами є більш безпечним для природного навколишнього середовища (наприклад, перевезення на річкових суднах у порівнянні з перевезеннями автомобільним транспортом; вантажні операції в портах з використанням сучасного екологічного обладнання);

– підготовка фахівців, обізнаних в особливих вимогах захисту навколишнього середовища від забруднень при експлуатації ВВТ.

Ринок можна розглядати як простір, в якому суб'єкт ВВТ пропонує свій товар (послугу), який може конкурувати з іншими товарами (послугами) [3]. Наприклад, судновласник пропонує послуги перевезення вантажів економічними і екологічними суднами ВВТ у порівнянні з перевезеннями автомобільним або залізничним транспортом. І тут важливо звертати увагу не тільки на поточні показники продажу, а й на стратегічні перспективи становлення компанії в контексті сталого розвитку галузі і держави. Для просування екологічних товарів (послуг) необхідно вивчати досвід як прямих конкурентів, так і діяльність традиційних виконавців.

Основними рисами ринку екологічних товарів (послуг) на ВВТ є:

– механізм саморегулювання (взаємозалежність пропозиції, попиту і ціни на товар (послугу));

– функціонування інфраструктури ВВТ (виробників модернізованих екологічних типів суден; гідротехнічних споруд з мінімальним навантаженням на навколишнє середовище; портів з сучасними екологічними технологіями навантаження-розвантаження, захисту довкілля; судновласників «зеленого» флоту, навчальних закладів для підготовки кваліфікованих спеціалістів);

– необмежений доступ споживачів до типів суден і видів перевезень з можливістю вільного вибору між екологічними і традиційними товарами(послугами);

– конкурентна боротьба за споживачів між учасниками ринку (прийнятий Закон про ВВТ надає широкі перспективи).

Одним із завдань маркетингу є спонукання споживача до купівлі певного виду товару (послуги). На ринку екологічної продукції відчуття незадоволення споживачів станом довкілля, спричиненим антропогенною діяльністю людини, можна сприймати як мотивацію до покупки екологічних товарів (послуг). Так судновласник, зацікавлений у привабливості транспортних послуг, мотивовано буде формувати флот своєї компанії із сучасних суден з мінімальними показниками викидів в навколишнє середовище. Маркетинг виробника суден має бути спрямований на надання відповідної інформації щодо екологічності своєї продукції. Судноплавній компанії, в свою чергу, необхідно дбати про поінформованість споживачів послуг перевезень щодо своєї екологічної політики.

Висновки. В цілому, для суб'єктів ВВТ екологічний маркетинг є маркетингом природоохоронної діяльності з метою збереження навколишнього середовища і здоров'я населення, маркетингом екологічних знань та екологічно безпечних технологій, маркетингом екологічних послуг, обумовлених підвищеною екологічною свідомістю перевізників і пасажирів. Підготовка фахівців внутрішнього водного транспорту вимагає зосередження уваги на дотриманні правил захисту навколишнього середовища при експлуатації суден, гідротехнічних споруд, виконанні вантажних операцій в портах, поведженні з небезпечними вантажами і відходами.

ЛІТЕРАТУРА

1. Водний транспорт URL: <https://mtu.gov.ua/content/informaciya-pro-vodniy-transport-ukraini.html>, дата звернення 18.10.2023

2. Закон України Про внутрішній водний транспорт {Із змінами, внесеними згідно із Законами № 2247-IX від 12.05.2022, № 2438-IX від 19.07.2022, № 2849-IX від 13.12.2022} URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2438-20#n210>

3. Зіновчук Н. В., Ращенко А. В. Екологічний маркетинг : Навчальний посібник. – Житомир: ЖДУ ім. І. Франка, 2015. 190 с.
4. Садченко Е.В., Харичков С.К. Экологический маркетинг: понятия, теория, практика и перспективы развития / Е. В. Садченко, С.К. Харичков. – Одесса : ИПРЭЭИ НАН Украины, 2001. 146 с.
5. Сприяння транспортному розвитку річки Дніпро. Проект звіту «Аналіз річкових інформаційних служб на р. Дніпро, 5 травня 2020 <https://ukrris.com.ua/upload/iblock/023/023b1ed18e982077e6c459174080ccdd.pdf>
6. Стратегія розвитку внутрішнього водного транспорту України на період до 2031 року. Міністерство інфраструктури України URL: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwi6-vexosSCAxV3h_0HHf4NBpoQFnoECAoQAQ&url=https%3A%2F%2Fmtu.gov.ua%2Ffiles%2F%25D0%25A1%25D1%2582%25D1%2580%25D0%25B0%25D1%2582%25D0%25B5%25D0%25B3%25D1%2596%25D1%258F%2520%25D0%2592%25D0%2592%25D0%25A8.docx&usq=AOvVaw33CQBttHnuCiugGvkZrScU&opi=89978449
7. CEO Стратегії розвитку внутрішнього водного транспорту України: позиція НЕЦУ URL: <https://necu.org.ua/pozycziya-naczionalnogo-ekologichnogo-czentru-ukrayinyshhodo-seostrategiyi-rozvytku-vnutrishnogo-vodnogo-transportu-ukrayiny-na-period-do-2031-roku-ta-planu-zahodiv-yiyi-realizaciyi-shhodo-seo-strat/>
8. Аналітичні матеріали до проекту Стратегії розвитку внутрішнього водного транспорту України на період до 2031 року. EuropeAid/139464/DH/SER/UA , 15 вересня 2021. URL: <https://mtu.gov.ua/>
9. Правила запобігання забрудненню із суден внутрішніх водних шляхів України (Наказ Міністерства транспорту та зв'язку України 13.08.2007 N 694)
10. Стандарт вищої освіти за спеціальністю 101 «Екологія» галузі знань 10 «Природничі науки» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Наказ МОН України від 04.10.2018 р., №1076

REFERENCES

1. Water transport URL: <https://mtu.gov.ua/content/informaciya-pro-vodniy-transport-ukraini.html>, date of application 10/18/2023
2. Law of Ukraine On Inland Water Transport {Amended in accordance with Laws No. 2247-IX dated 12.05.2022, No. 2438-IX dated 19.07.2022, No. 2849-IX dated 13.12.2022} URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2438-20#n210>
3. Zinovchuk N.V., Rashchenko A.V. Ecological marketing: Study guide. - Zhytomyr: ZhDU named after I. Franka, 2015. 190 p.
4. Sadchenko E.V., Kharychkov S.K. Ecological marketing: concepts, theory, practice and development prospects / E.V. Sadchenko, S.K. Kharichkov – Odesa: IPREEI of the National Academy of Sciences of Ukraine, 2001. 146 p.
5. Promotion of transport development of the Dnipro River. Draft report "Analysis of river information services on the Dnipro River, May 5, 2020 <https://ukrris.com.ua/upload/iblock/023/023b1ed18e982077e6c459174080ccdd.pdf>
6. Strategy for the development of inland water transport of Ukraine for the period until 2031. Ministry of Infrastructure of Ukraine URL: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwi6-vexosSCAxV3h_0HHf4NBpoQFnoECAoQAQ&url=https%3A%2F%2Fmtu.gov.ua%2Ffiles%2F%25D0%25A1%25D1%2582%25D1%2580%25D0%25B0%25D1%2582%25D0%25B5%25D0%25B3

%25D1%2596%25D1%258F%2520%25D0%2592%25D0%2592%25D0%25A docx&usg=AOvVaw33CQBttHnuCiugGvkZrScU&opi=89978449 8.

7. SEO of the Strategy for the Development of Inland Water Transport of Ukraine: position of NETC URL:

<https://necu.org.ua/pozycziya-naczionalnogo-ekologichnogo-czentru-ukrayinyshhodo-seostrategiyi-rozvytku-vnutrishnogo-vodnogo-transportu-ukrayiny-na-period-do-2031-roku-ta-planu-zahodiv-yiyi-realizacziy-shhodo-seo-strat/>

8. Analytical materials for the draft Strategy for the Development of Inland Water Transport of Ukraine for the period until 2031. EuropeAid/139464/DH/SER/UA, September 15, 2021. URL: <https://mtu.gov.ua/>

9. Rules for the prevention of pollution from vessels of inland waterways of Ukraine (Order of the Ministry of Transport and Communications of Ukraine dated 13.08.2007 N 694)

10. Standard of higher education in specialty 101 "Ecology" field of knowledge 10 "Natural sciences" for the first (bachelor's) level of higher education. Order of the Ministry of Education and Culture of Ukraine dated October 4, 2018, No. 1076

Lopatuk S.P.

FEATURES OF ENVIRONMENTAL MARKETING IN INLAND WATER TRANSPORT

With the entry into force of the Law «On Inland Water Transport», the development of a modern infrastructure of inland waterways with an ecological fleet is of particular importance. Although inland water transport is considered one of the cleanest types of transport, the deterioration of the environment leads to increased requirements for emissions of harmful substances to the atmosphere and water environment from ships, to the development of inland waterways, to the training environmentally conscious crews. Environmental marketing on inland water transport should play a significant role in this process.

The article considers types of environmental marketing for various objects of inland water transport. Attention is paid to the environmental competence of industry specialists.

Keywords: inland water transport, ecological marketing, marketing environment, market of ecological goods (services).