

УДК 504.062+339.138

DOI: 10.18524/2413-9998.2022.1 (50).270396

О. В. Садченко,

доктор економічних наук, професор
завідувач кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування,
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова,
Французький бульвар, 24/26, м. Одеса, 65058, Україна.
професор, prof. dr hab.,
Вища економіко-гуманітарна школа
вул. В. Сікорського, 4, м. Бельсько-Бяла, 43-300, Польща.
e-mail: esadchenko@gmail.com

К. О. Литвиненко,

кандидат економічних наук,
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова,
Французький бульвар, 24/26, м. Одеса, 65058, Україна.
e-mail: katernalytyvnyenko@gmail.com

І. В. Гайворонська,

кандидат економічних наук,
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова,
Французький бульвар, 24/26, м. Одеса, 65058, Україна.
e-mail: innagajvoronskaa@gmail.com

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКОНОМІКИ ДЕРЖАВИ З УРАХУВАННЯМ ЕТНОНАЦІОНАЛЬНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ

У статті розглядаються питання підвищення ефективності економіки держави з урахуванням етнонаціональних особливостей. Метою є досягнення сталого розвитку суспільства, використовуючи традиційне природокористування. Зміст, форми та методи управління традиційним природокористуванням визначаються історичними умовами економічного, соціо-екологічного та культурно-національного розвитку суспільства, особливостями правової культури народу, формою державного устрою. Виділено шість різних концепцій маркетингу, кожна з яких стосується проблеми впровадження традиційних форм природокористування в Україні. Традиційні форми господарювання є в основному екстенсивними та трудомісткими, що потребує використання спеціальних маркетингових механізмів для їх впровадження та підтримки.

Ключові слова: ретнонаціональні особливості, ефективність, економіка держави, інноваційний маркетинг, збереження біорізноманіття.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Виходячи як з інте-

ресів суспільства в цілому, так і кожного члена територіальної громади, що культивує традиційні види економічної діяльності, потрібне застосування нових форм організації та нових технологій управління виробництвом, бізнесу, вдосконалення структури виробничо-господарської діяльності з урахуванням етнонаціональних особливостей традиційного природокористування.

Ці проблеми неможливо вирішити без розгляду соціально-економічних та еколого-економічних механізмів раціонального природокористування. Реалізація положень про території традиційного природокористування сприятиме прийняттю своєчасних науково-обґрунтованих рішень щодо використання природних ресурсів та охорони навколишнього середовища, сприятиме підвищенню ефективності економіки держави.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемі підвищення ефективності економіки держави з урахуванням етнонаціональних особливостей присвячено не так багато робіт і носять вони більше політико-економічний характер. Нині діяльність держави з урахуванням етнонаціональних особливостей потребує нових економіко-екологічних маркетингових підходів та пошуку нових інноваційних інструментів.

Постановка завдання. Ефективне управління держави з урахуванням етнонаціональних особливостей сприятиме розвитку діяльності традиційних видів економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. У розвинених країнах сектор традиційного природокористування – це сектор економіки, що стосується як сфери охорони навколишнього середовища, так і бізнесу. Поява цього сектора свідчить про перехід цих країн до нової, етно-соціально-економічної парадигми у сфері охорони навколишнього середовища, коли до уваги береться не лише територіальний природний комплекс (ландшафт, екосистема), а весь «етносоціоландшафт», який крім природної складової включає місцеву громаду – населення, яке проживає на відповідній території та є носієм традиційних економіко-екологічних знань. Саме такий підхід дозволяє комплексно вирішувати проблему охорони навколишнього середовища з урахуванням можливих соціальних ефектів на таких територіях. Наприклад, такий підхід використовують у США: штат Айдахо, штат Аляска. Подібні програми здійснюються у Канаді, Данії (Гренландія), Австралії, Скандинавських країнах.

Існує економічний стимул поширення досвіду збереження біорізноманіття шляхом підтримки традиційних видів економіки, а саме – інтерес великих транснаціональних компаній, які володіють сучасними біотехнологіями, біологічними (генетичними) ресурсами країн, де носієм знань про екологічні властивості відповідних видів флори та фауни є корінне населення. Очевидно, що такі компанії намагатимуться за рахунок своїх надприбутків зберегти доступ до біологічних та генетичних ресурсів, зосереджених значною мірою у таких регіонах.

Ефективність заходів щодо збереження та підтримки біорізноманіття, інновацій та традицій місцевих громад може бути забезпечена лише за умови загальнодержавного підходу до цієї проблеми.

Макроекономічне значення сектора традиційного природокористування для України не можна ні недооцінювати, ні переоцінювати. Як індустріальна держава, наша країна в стратегічному плані не повинна розраховувати на отримання будь-якого значного макроекономічного ефекту від розвитку сектора традиційного природокористування. Разом з тим, у сучасних умовах, програми збереження біорізноманіття можуть розглядатися як ефективний засіб збереження природних ресурсів та стабілізації соціальної обстановки в неурбанізованих та неіндустріальних регіонах країни.

Таким чином, можливий макроекономічний ефект традиційних видів економічної діяльності в Україні має розглядатися насамперед з метою забезпечення регіонального сталого (економіко-екологічно збалансованого) розвитку та формування відповідної державної регіональної політики.

На базі основних положень та удосконалення державного регулювання розвитку регіонів, а також підвищення ролі та відповідальності місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування у соціально-економічному розвитку регіонів було розглянуто етапи та запропоновано основні заходи щодо реалізації Концепції традиційних видів економічної діяльності.

Державне стимулювання розвитку регіонів здійснюється відповідно до основ державної регіональної політики, державних програм економічного та соціального розвитку України, законів про Державний бюджет України, загальнодержавних програм, інших законів та актів законодавства України, місцевих бюджетів.

З метою забезпечення реалізації державної політики щодо стиму-

лювання розвитку регіонів Кабінетом Міністрів України затверджується державна стратегія регіонального розвитку.

У Постанові Кабінету Міністрів України «Державна Стратегія регіонального розвитку на 2021-2027 роки» (2020) розглянуто державну стратегію регіонального розвитку на період до 2027 року. Ця стратегія дозволить визначити найефективніші напрями соціально-економічного розвитку регіонів у нових умовах ринкової економіки.

Нова політика регіонального розвитку ґрунтується на врахуванні під час стратегічного та просторового планування ключових викликів, які впливають на людину, інфраструктуру, економіку та навколишнє природне середовище, а також включатиме побудову культури партнерства та співробітництва, орієнтованої на взаємодію громадян та публічних інституцій щодо розвитку. В табл. 1 представлена порівняльна характеристика підходів державної регіональної політики в рамках реалізації Державної стратегії регіонального розвитку [1].

Реалізація державної регіональної політики на період до 2027 року здійснюватиметься на основі комплексного територіального підходу,

Таблиця 1

Порівняльна характеристика підходів до формування та реалізації окремих елементів державної регіональної політики в рамках реалізації Державної стратегії регіонального розвитку

Елементи політики	Підходи до формування та реалізації державної регіональної політики	
	2014-2020 роки	2021-2027 роки
Об'єкти політики	надання допомоги слаборозвиненим регіонам через фінансову підтримку декларування депресивних територій як об'єктів політики, які факто не отримували допомоги	визначення типу територій, що потребують застосування особливих механізмів та інструментів державної підтримки розбудова конкурентоспроможного регіону та функціональної території шляхом залучення усіх суб'єктів розвитку та використання потенціалу ключових активів регіону/території як умови надання фінансової підтримки з державного бюджету

Підхід до планування	домінування галузевого підходу, який не враховує специфіку різних типів територій держави	визначення територій, що потребують державної підтримки, планування їх розвитку на засадах інтегрованого підходу (поєднання галузевого та територіального підходу)
Типи проектів	спрямування субсидій і державної допомоги переважно на створення об'єктів капітального будівництва (державне інвестування виключно в об'єкти державної або комунальної власності)	спрямування державних інвестицій у матеріальні та нематеріальні активи у вигляді так званих "твердих" та "м'яких" розвиткових проектів на основі якісної діагностики потенціалу та проблем територій, що потребують державної підтримки
Суб'єкти формування та реалізації політики	розроблення та реалізація політики, що здійснюється виключно через центральні органи виконавчої влади, Раду міністрів Автономної Республіки Крим, обласні, Київську та Севастопольську міські держадміністрації	розроблення та реалізація політики здійснюється на усіх рівнях врядування (центральний, регіональний, місцевий) із залученням неурядових організацій
Фінансування	відсутність цільового фінансування Стратегії та програм регіонального розвитку, програми секторальної бюджетної підтримки у рамках виконання планів заходів з реалізації Стратегії	цільове спрямування коштів державного фонду регіонального розвитку на виконання програм регіонального розвитку, що забезпечують виконання окремих завдань Стратегії
Просторове планування	недотримання вимог містобудівної документації (Генеральної схеми планування території України, схем планування території на регіональному рівні, генеральних планів населених пунктів) під час здійснення державних інвестиційних програм/заходів	обов'язкове врахування вимог містобудівної документації (Генеральної схеми планування території України, схем планування території на регіональному рівні, генеральних планів населених пунктів) під час здійснення державних інвестиційних програм/заходів
Міжвідомча координація	міжвідомча координація відсутня внаслідок неефективної роботи Міжвідомчої координаційної комісії з питань регіонального розвитку	забезпечення Кабінетом Міністрів України належного рівня координації, зокрема через Міжвідомчу координаційну комісію з питань регіонального розвитку
Інституційна спроможність	інституційна спроможність базового рівня врядування перебуває на початковому етапі	забезпечення спроможності територіальних громад стратегічно планувати розвиток та ефективно управляти ресурсами для розвитку

	становлення агенцій регіонального розвитку як суб'єктів регіональної політики	становлення агенцій регіонального розвитку як реальних суб'єктів регіональної політики
--	---	--

Джерело: сформовано авторами на основі [1].

який передбачає, що об'єктом у рамках регіональної політики є територія, яка характеризується специфічним набором соціальних, просторових, екологічних та економічних особливостей [1].

Реалізацію політики традиційних видів природокористування мають забезпечувати місцеві органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування відповідно до їх повноважень. Велике економічне значення має підтримка розвитку територій традиційного природокористування, але ці території не мають юридичного статусу, тому виникають проблеми економіко-екологічної незахищеності біологічної різноманітності флори і фауни. Так, у ранг територій, що охороняються, повинні відноситися і території традиційного природокористування. На цих територіях на відміну від заповідників не заборонено полювання, лов та знищення звірів та птахів тощо. Але як у заказниках тут під охороною знаходяться окремі елементи природи – рослинність, окремі види тварин та птахів тощо. Території надається статус традиційних видів природокористування з метою створення правових, економічних та організаційних засад для прийняття органами державної влади та органами місцевого самоврядування особливих заходів щодо управління стимулювання розвитку таких територій [2].

Незважаючи на значну розвиненість нормативно-правової бази у досліджуваній сфері, можна стверджувати, що у законодавстві України проблеми підтримки традиційних елементів природокористування для збереження біорізноманіття та збалансованого використання біоресурсів не знайшли ще адекватного рішення. Питання збереження та підтримки знань, пов'язаних із біорізноманіттям, інноваціями та традиціями місцевого населення сталого розвитку в Україні глибоко не вивчалися та не досліджувалися.

Ефективним механізмом впровадження та підтримки традиційного природокористування в умовах ринкової економіки в Україні може бути маркетинг. Нами виділено шість різних концепцій маркетингу, кожна з яких стосується проблеми впровадження традиційних форм природокористування в Україні (пов'язана з певною стороною цієї проблеми) [9].

Маркетинг чи «екологічний» маркетинг слід визначати як маркетинг товарів та послуг (класичний маркетинг) з урахуванням екологічних нормативів та обмежень як найважливішого фактору зовнішнього середовища. І тут метою маркетингу є задоволення звичайних потреб і потреб у вигляді такого обміну, у якому максимально дотримуються існуючі екологічні нормативи, а діяльність суб'єктів маркетингу відповідає вимогам природоохоронного законодавства.

Щодо проблеми традиційного природокористування маркетинг цієї концепції означає просування на внутрішній і зовнішній (той, що знаходиться за межами території традиційного природокористування) ринок екологічно чистої продукції (риба, гриби, ягоди, лікувальні трави тощо).

Пропозиції щодо впровадження «екологічного» маркетингу традиційних видів природокористування:

- налагодити рекламу екологічно чистої продукції, тобто продукції, що виробляється суб'єктами традиційного природокористування з дотриманням відповідних екологічних нормативів та стандартів;
- дозволити суб'єктам традиційного природокористування використовувати спеціальне екологічне маркування для своєї продукції.

Маркетинг другої концепції – маркетинг екологічних товарів та послуг – специфічний вид маркетингу, викликаний появою екологічних потреб населення у зв'язку з погіршенням якості довкілля та підвищенням екологічної свідомості громадськості. При розгляді цієї концепції виникають специфічні товари (екологічні), і виробник вже спочатку повинен орієнтувати свою виробничу і маркетингову діяльність на їхнє задоволення.

Стосовно проблеми традиційних видів економічної діяльності маркетинг цієї концепції означає вирішення економічних проблем місцевих громад, які культивують на своїй території традиційне природокористування, за рахунок організації екологічного туризму (екотуризму), що задовольняє специфічну екологічну потребу населення, яке проживає поза цією територією.

Пропозиції щодо впровадження маркетингу другої концепції стосовно традиційних видів економічної діяльності:

- для залучення туристів на території традиційного природокористування використовувати спеціальне географічне (у вигляді спрощеної картосхеми) маркування на упаковці продукції, виробленої

(зібраної) на цих територіях;

- розвивати сучасну інфраструктуру туризму на територіях традиційного природокористування та господарювання;
- розробити спеціальну маркетингову програму розвитку екологічного туризму на територіях традиційного природокористування в Україні та поширити її серед туристичних фірм та агентств.

Маркетинг третьої концепції – маркетинг природних ресурсів України та умов, маркетинг раціонального природокористування – корпоративний вид екологічного маркетингу, суб'єктом якого є місцеві органи влади та національні уряди, тобто юридичні господарі природних ресурсів, що знаходяться на території регіонів та держав. Кінцевою метою цього виду екологічного маркетингу є отримання корпоративного прибутку, що використовуватиметься задля забезпечення сталого розвитку регіону.

Стосовно проблеми традиційних видів економічної діяльності, екологічний маркетинг цієї концепції означає некомерційну маркетингову діяльність місцевих органів влади (на регіональному рівні) та уряду (на державному рівні) з метою реклами та просування традиційних форм природокористування як засобу вирішення проблеми збереження біорізноманіття на локальному (місцевому) рівні.

Пропозиції щодо впровадження даної концепції екологічного маркетингу:

- створення сприятливих умов розвитку малого середнього бізнесу з урахуванням традиційних видів економіки;
- розробка маркетингової програми з поширення програм підтримки традиційного природокористування серед місцевих громад, місцевих органів державного управління (районних та обласних державних адміністрацій) та органів місцевого самоврядування (сільських, районних та обласних рад).

Маркетинг четвертої концепції – маркетинг природоохоронної діяльності та відтворення довкілля, – загалом некомерційний вид маркетингу, метою якого є збереження довкілля людини і генофонду біосфери, а також проведення відповідних заходів щодо відновлення порушених екосистем та окремих компонентів природного середовища. Суб'єктом маркетингу, в даному випадку, можуть виступати місцеві та регіональні органи влади, національні уряди, міжнародні громадські організації, політичні партії та рухи. «Товаром» тут є екологічні

об'єкти (рідкісні та вимираючі види флори та фауни, території з унікальним складом біорізноманіття, екологічно вразливі природні комплекси тощо), які потребують охорони та перетворення, а «риннок» формують потенційні спонсори, які могли б фінансувати відповідні природоохоронні програми та проекти. У деяких випадках він може бути прибутковим, якщо, наприклад, в результаті природоохоронної діяльності виникають об'єкти, які становлять інтерес з погляду екотуризму.

Стосовно проблеми традиційного природокористування маркетинг цієї концепції означає корпоративну маркетингову діяльність місцевої громади, регіональної влади, уряду, міжнародних природоохоронних організацій з метою залучення інвесторів (спонсорів) для збереження унікальних природних об'єктів та екосистем, що знаходяться на території громади, що культивує традиційне природокористування.

Пропозиції щодо впровадження маркетингу цієї концепції:

- реклама унікальних природних екосистем, видів флори та фауни, що розташовані на територіях традиційного природокористування та потребують захисту чи реабілітації;
- розробка маркетингової програми поширення серед наукових та ділових кіл, а також громадськості інформації щодо унікальних природних екосистем, видів флори та фауни, розташованих на територіях традиційного природокористування, які потребують захисту чи реабілітації;
- проведення наукових досліджень про природні екосистеми, розташовані на територіях традиційного природокористування, з метою виявлення екологічних проблем, які можуть бути вирішені за допомогою маркетингу цієї концепції.

Маркетинг п'ятої концепції – маркетинг екологічних знань, технологій та інновацій – різновид маркетингу ідей. Концепція цього виду маркетингу був із концепціями екологічного маркетингу раніше розглянутих концепцій, оскільки забезпечує необхідний екологічний ноу-хау у процесі маркетингової діяльності.

Стосовно проблеми традиційних видів економіки маркетинг означає маркетингову діяльність регіональної влади, громадських неурядових організацій, наукових та навчальних закладів з метою поширення екологічних знань та підвищення екологічної культури населення місцевої громади, на території якої здійснюється традиційне

природокористування.

Пропозиції щодо впровадження маркетингу:

- розробка програм наукових досліджень (біогеографічних, екологічних, соціально-географічних) на територіях традиційного природокористування з метою їх просування як товару на ринок екологічних знань, де потенційними споживачами виступають уряд, місцеві органи влади, міжнародні природоохоронні організації та фонди, неурядові організації тощо;
- розробка проектів природоохоронної діяльності на територіях традиційного природокористування з метою їхнього просування як товару до потенційних споживачів – місцевих органів влади, які зацікавлені у збереженні біорізноманіття на цих територіях;
- надання послуг екологічної експертизи щодо доцільності запровадження на певних територіях режиму традиційного природокористування;
- розробка екологічних навчальних програм для школярів та громадськості з метою поширення екологічних знань серед населення місцевої громади, на території якої культивується традиційне природокористування;
- систематизація та узагальнення традиційних екологічних знань (ТЕЗ), носіями яких є місцеві громади, які мають досвід традиційного природокористування на своїх територіях. Отриманий в такий спосіб інформаційний продукт можна розглядати як товар над ринком ТЕЗ, який формують місцеві громади, зацікавлені у відродженні традиційних форм природокористування.

Маркетинг шостої концепції – ця концепція виходить з понятті так званого «мережевого» чи «ланцюгового» ефекту у процесі виробництва, маркетингу та споживання екологічних товарів та послуг.

Виділяють три типи «екомереж», які застосовуються і до традиційних видів природокористування:

- мережі, що формуються у процесі технологічної кооперації та комбінування;
- мережі, що формуються внаслідок «екологічної» поведінки споживачів (покупців), коли споживання якогось одного окремого екологічного продукту стимулює попит на інші екологічні продукти;
- мережі, що виникають внаслідок поширення екологічних знань та зростання екологічної свідомості населення завдяки сучасним засо-

бам масової інформації.

Традиційні форми господарювання є загалом екстенсивними та трудомісткими, що потребує використання спеціальних економічних механізмів для їх впровадження та підтримки. Ці механізми повинні включати елементи планування та управління, вартісні оцінки, розрахунки абсолютної та порівняльної економічної ефективності заходів, що проводяться, ціноутворення, квоти раціонального використання природних ресурсів, податки, збори, ліцензії, патенти, сертифікати, екологічний маркетинг, екологічне страхування та екологічний аудит.

Соціальний контекст традиційного природокористування в Україні складають складні та неоднозначні процеси демографічного, соціально-економічного та етносоціального характеру. Трансформаційні процеси в аграрному секторі економіки ускладнюють соціальну структуру сільського населення, несприятлива демографічна ситуація сприяє скороченню трудових ресурсів, йде процес етнічної самоідентифікації сільського населення в районах компактного проживання національних меншин, що впливає на систему розселення та формування локальних «етносоціоландшафтних» систем. Усі ці тенденції необхідно враховувати у процесі планування географії запровадження та підтримання традиційних форм природокористування в Україні [3, 5].

Інституційний аспект впровадження та підтримання традиційних форм природокористування має включати визначення відповідної ролі та функцій існуючих організацій та відомств, відповідальних за контроль та управління природокористуванням, а також регіональних та місцевих органів влади. Як контекст тут необхідно розглядати адміністративну реформу, яка, зокрема, суттєво змінює систему місцевого самоврядування в Україні. Розширюються права місцевих органів влади та територіальних громад, які вже можуть виступати як самостійні агенти власного економічного розвитку. Саме на них лягає головна відповідальність за реалізацію програм впровадження та підтримки традиційних форм природокористування.

Як легітимні інституційні «канали» впровадження та підтримки традиційних форм природокористування доцільно використовувати існуючі регіональні програми соціально-економічного розвитку, програми підтримки малого та середнього бізнесу, програми сталого розвитку (у тому числі програми розвитку екологічно стійких підприємств). Крім того, має сенс включити території традиційних форм природоко-

ристування до національної екологічної мережі України, що формується, як окремих структурних елементів.

Ринкові умови господарювання вимагають розробки та запровадження нових економічних механізмів регулювання природокористування на місцевому рівні. Досягти цього можна на базі:

- створення економіко-екологічного кадастру природних ресурсів регіону в адміністративно-територіальному розрізі;
- поширення місцевих органів влади ідей і підходів екологічного маркетингу, тобто маркетингу, об'єктом (товаром) якого є природні ресурси місцевого значення, а метою – залучення природокористувачів та інвесторів до платного, екологічно збалансованого використання території.

На базі регіональних вищих навчальних закладів (університетів) необхідно організувати спеціальні семінари та тренінг-програми для тих, хто потенційно може вести традиційне господарство (селяни, фермери, працівники лісового господарства та природоохоронних установ, представники місцевих адміністрацій та ін.) у відповідних регіонах України.

Висновки та пропозиції. Рекомендації полягають у тому, що процеси впровадження та підтримання традиційних видів економічної діяльності в Україні, а також функціонування відповідних локальних «етносоціоландшафтних» систем розселення відбуваються в умовах недостатньо стабільної нормативно-правової бази та дуже складної та динамічної соціально-економічної обстановки.

Економічний контекст традиційних видів економічної діяльності в Україні складають трансформаційні процеси в системі земельних відносин власності та у землекористуванні, які виявляються у зміні організаційно-економічних форм сільського господарства. Збільшується кількість невеликих кооперативних та фермерських (селянських) господарств. Структура землекористування стає більш дробовою, що створює можливості для більш диференційованого використання земель та впровадження технологій контурного землеробства. Це об'єктивно сприяє збереженню і збагаченню біорізноманіття, відродженню традиційних форм рослинництва і тваринництва у приватному секторі аграрної економіки, що формується.

З погляду землекористування, важливою тенденцією є той факт, що більшість традиційних форм природокористування фактично здійс-

нуються (і в майбутньому буде здійснюватися) на землях несільськогосподарського призначення, зокрема землях природоохоронного фонду (водозахисних, ґрунтозахисних, лісозахисних) та землях рекреаційного призначення. Як відомо, ці землі не підлягають приватизації та розпаюванню, для них встановлено спеціальний режим землекористування. Тому в процесі впровадження традиційних форм природокористування на таких землях необхідно чітко регламентувати господарську діяльність насамперед з урахуванням їх основних функцій. Проблемою тут залишається слабке кадастрове опрацювання (відсутня методика економічної оцінки земель даної категорії, найчастіше вони не виділені в натурі, їхній нормативний статус фактично не витримується).

Створити спеціальний сайт в Інтернеті, метою якого буде роз'яснення широкому загалу в Україні цілей та завдань традиційного природокористування, обмін досвідом щодо організації традиційного природокористування у різних природних та етногеографічних регіонах України у формі Інтернет-конференцій та електронної пошти.

Список використаної літератури

1. Державна Стратегія регіонального розвитку на 2021-2027 роки. Постанова Кабінету Міністрів України від 5 серпня 2020 р. № 695. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF#Text> (дата звернення: 12.12.2021).
2. Збереження біорізноманіття України (друга національна доповідь) / під загальною редакцією Мовчана Я. І. Київ : Хімджест, 2003. 112 с.
3. Lytvynenko K. O. Societal view on multinational corporations. MIND Journal. Bielsko-Biala: Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Humanistyczna, 2018. URL: https://mindjournal.wseh.pl/sites/default/files/article/02-19/societal_view_on_multinational_corporations.pdf (дата звернення: 12.12.2021).
4. Литвиненко К. О. Кросс-культуральний підхід в управлінні глобальним бізнесом. Матеріали III Міжнародної науково-практичної онлайн - конференції «Актуальні проблеми, пріоритетні напрямки та стратегії розвитку України» (13 жовт. 2021 р., Київ) / редкол. О.С. Волошкіна та ін. Київ: ІТТА, 2021. С. 837-842.
5. Sadchenko O. V. Theoretical foundations of environmental marketing management. MIND Journal. 2018. № 6. URL: <https://mindjournal.wseh.pl/ru/articles/nomer-62018.html> (дата звернення: 12.12.2021).
6. Tkach V., Pavlenchyk A., Sadchenko O., Nikola S., Drozdova V., Davydenko I. Modelling Buying Demand in the Tourism Industry based on Machine Training Methods. International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE). Volume 8 Issue 2, Pp. 744-747.
7. Садченко Е. В. Принципы и концепции экологического маркетинга: Монография. Одесса : Астропринт, 2002. 400 с.

8. Sadchenko O. O socjetalnym systemie innowacyjnego rozwoju społeczeństwa. Innowacje w gospodarce, przedsiębiorstwie i społeczeństwie: monograph (Poland). Scientific editing Zbigniew Malara, Jan Skonieczny. Wrocław, Wrocław Polytechnic Institute, 2018. Pp. 87-95.
9. Садченко О. В. Соціально-економічні аспекти впровадження традиційних форм природокористування в Україні. Збереження біорозмаїття: традиції та сучасність / Відповідальний ред. Т. В. Гардашук. Київ : Хімджест, 2003. С. 25-42.
10. Passent Tantawi, Nicholas O'Shaughnessy, Khaled Gad, Mohamed Abdel Salam Ragheb. Green Consciousness of Consumers in a Developing Country: A Study of Egyptian Consumers. Contemporary Management Research. 2009. Vol. 5 №1. P. 29-50.
11. Фурдичко О. І. Екологічні основи збалансованого розвитку агросфери в контексті євроінтеграції України: монографія. Київ : ДІА, 2014. 432 с.

Стаття надійшла 15.12.2021 року

O. V. Sadchenko,

Doctor of Economic Sciences, Professor,
Head of the Chair of Marketing and Business Administration
Odesa I. I. Mechnikov National University
24/26, Frantsuzkyi bulvar, Odesa, 65058, Ukraine
Prof. dr hab.
Higher School of Economics and Humanities
Ul. W. Sikorsky, 4, Bielsko-Biala, 43-300, Poland,
e-mail: esadchenko@gmail.com

K. O. Litvinenko,

PhD in Economics,
Odesa I. I. Mechnykov National University
24/26, Frantsuzkyi bulvar, Odesa, 65058, Ukraine
e-mail: katerynalytvynenko@gmail.com

I. V. Gaivoronskaya,

PhD in Economics,
Odesa I. I. Mechnykov National University
24/26, Frantsuzkyi bulvar, Odesa, 65058, Ukraine
e-mail: innagajvoronskaa@gmail.com

**INCREASING THE EFFICIENCY OF THE STATE
ECONOMY TAKING INTO ACCOUNT ETHNO-NATIONAL
PECULIARITIES**

The article deals with the issues of increasing the efficiency of the state economy, taking into account ethno-national characteristics. The goal is to achieve a sustainable development of society using traditional nature management. The content, forms and

methods of achieving traditional nature management are determined by the historical conditions of the economic, socio-ecological and cultural-national development of society, the peculiarities of the legal culture of the people, and the form of government. Six different marketing concepts have been identified, each of which is related to the problem of introducing traditional forms of nature management in Ukraine. Traditional forms of management are mostly extensive and labor-intensive, which requires the use of special marketing mechanisms for their implementation and maintenance.

Keywords: ethno-national features, efficiency, state economy, innovative marketing, biodiversity conservation.

References

1. Postanova Kabinetu Ministriv Ukrayiny № 695 Derzhavna Stratehiya rehional'noho rozvytku na 2021-2027 roky [Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine № 695 State Strategy for Regional Development for 2021-2027]. (August 5th, 2020). Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF#Text> [in Ukrainian].
2. Movchan, Ya. I. (eds.) (2003). Zberezhennia bioriznomanittia Ukrayiny (druha natsionalna dopovid) [Conservation of biodiversity of Ukraine (second national report)]. Kyiv: Himgest. [in Ukrainian].
3. Lytvynenko, K. O. (2018). Societal view on multinational corporations. MIND Journal. Bielsko-Biala: Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Humanistyczna, 2018. Retrieved from: https://mindjournal.wseh.pl/sites/default/files/article/02-19/societal_view_on_multinational_corporations.pdf
4. Lytvynenko, K. O. (2021). Kross-kulturalnyi pidkhid v upravlinni hlobalnym biznesom [Cross-cultural approach in global business management]. Materialy III Mizhnarodnoi nauково-praktychnoi onlain - konferentsii «Aktualni problemy, priorytetni napriamky ta stratehii rozvytku Ukrainy». – Abstracts of the III International Scientific and Practical Online Conference "Aktual'ni problemy, priorytetni napriamky ta stratehiyi rozvytku Ukrayiny. Pp. 837-842. [in Ukrainian].
5. Sadchenko, O. V. (2018) Theoretical foundations of environmental marketing management. MIND Journal. № 6. Retrieved from: <https://mindjournal.wseh.pl/ru/articles/nomer-62018.html>
6. Tkach, V., Pavlenchuk, A., Sadchenko, O., Nikola, S., Drozdova, V. & Davydenko, I. (2019). Modelling Buying Demand in the Tourism Industry based on Machine Training Methods. International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE). 8(2) 744-747.
7. Sadchenko, Ye. V. (2002). Printsipy i kontseptsii ekologicheskogo marketinga: monografiya [Principles and concepts of ecological marketing: monograph]. Odesa: Astroprint, [in Russian].
8. Sadchenko, O. (2018). O socjetalnym systemie innowacyjnego rozwoju społeczeństwa [About the societal system of innovative development of society]. In: Innowacje w gospodarce, przedsiębiorstwie i społeczeństwie: monograph. – Innovation in the economy, enterprise and society: monograph. Scientific editing: Zbigniew Malara, Jan Skonieczny. Wrocław, Wrocław Polytechnic Institute. 87-95. [in Polish].
9. Sadchenko, O. V. (2003). Sotsialno-ekonomichni aspekty vprovadzhennya tradytsiynykh

form pryrodokorystuvannya v Ukrayini [Conservation of biodiversity: traditions and modernity]. Kyiv: Himgest. 25-42. [in Ukrainian].

10. Passent, Tantawi, Nicholas, O'Shaughnessy, Khaled, Gad, Mohamed, Abdel, Salam Ragheb (2009). Green Consciousness of Consumers in a Developing Country: A Study of Egyptian Consumers. *Contemporary Management Research*. 5(1). 29-50.
11. Furdychko, O. I. (2014). *Ekolohichni osnovy zbalansovanoho rozvytku ahrosfery v konteksti yevrointehratsiyi Ukrayiny: monohrafiia* [Ecological bases of balanced development of agrosphere in the context of European integration of Ukraine: monograph]. Kyiv : DIA. [in Ukrainian].