

УДК 339.138:504.03

[https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).50-64](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).50-64)

РАЗНООБРАЗИЕ ВИДОВ И ФУНКЦИЙ МАРКЕТИНГА В КОНЦЕПЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

АФАНАСЬЕВА Т.С.

Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, г. Санкт-Петербург, Россия

КУДРЯШОВА Т.В.

Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, г. Великий Новгород, Россия

ЮРИНА Н.Н.

Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, г. Великий Новгород, Россия

Концепция устойчивого развития как модель развития цивилизации исходит из необходимости соблюдения баланса между решением социальных, экономических проблем и сохранением окружающей среды. Данная концепция появилась в результате объединения трех основных областей: социальной, экономической и экологической. Устойчивое развитие предполагает, что при соблюдении баланса и симбиоза социальных, экономических и экологических факторов современное поколение должно жить так, чтобы ресурсы, доступные ему сегодня, были доступны и последующим поколениям в будущем. В статье отмечено, что происходит переход от сырьевой и индустриальной экономики к новой инновационной экономике, характеризующейся особыми свойствами. Новое «информационное общество» начинает использовать в гораздо большей мере интеллектуальные ресурсы, информационные технологии, инструменты цифровой экономики. Рассмотрены предпосылки, сложности, а также позитивные и негативные факторы, определяющие условия перехода России к устойчивому развитию. Идея устойчивого развития состоит в том, что требуется находить решения, учитывающие интересы каждой из трех областей (экономика, экология, социальная сфера). Немаловажная роль при формировании таких решений и методов принадлежит маркетинговым инструментам, доказавшим свою эффективность в развитии современного

Образец цитирования:

Афанасьева Т.С., Кудряшова Т.В., Юрина Н.Н. (2019). Разнообразие видов и функций маркетинга в концепции устойчивого развития. *BENEFICIUM*. 2019. 4(33): 50-64. doi: [https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).50-64](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).50-64)

For citation:

Afanaseva T.S., Kudryashova T.V., Yurina N.N. (2019). Types and Functions of Marketing of Sustainable Development Framework in Russia. *BENEFICIUM*. 2019. 4(33): 50-64. (In Russ.). doi: [https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4\(33\).50-64](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).50-64)

общества. Показано, что маркетинговая составляющая в каждой из трех составляющих парадигмы устойчивого развития является исключительно важной. Приведена классификация видов и функций маркетинга в концепции устойчивого развития. Предложен ряд рекомендаций для российских компаний и организаций, которые позволят, применяя маркетинговые инструменты, помочь России в достижении глобальных целей развития человечества на пути к устойчивому развитию.

Ключевые слова: глобальные цели развития человечества; инновационная экономика; концепция устойчивого развития; маркетинг; маркетинговые технологии; развитие России.

TYPES AND FUNCTIONS OF MARKETING OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT FRAMEWORK IN RUSSIA

AFANASEVA T.S.

Saint Petersburg University of Management Technologies and Economics, Saint Petersburg, Russia

KUDRYASHOVA T.V.

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia

YURINA N.N.

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia

The concept of sustainable development as a pattern of development of civilization is about maintaining the overall balance between efficient economic growth, improved social conditions while respecting the environment. This framework combines three main pillars: economics, society, and environment. Sustainable development is defined as development that satisfies the needs of the present without compromising the ability of future generations to satisfy theirs. Now, we are witnessing the shift from commodities and manufacturing economies to innovative economy with its own hallmarks. The new 'information society' uses a lot of intellectual resources, information technologies, and tools of the digital economy. The paper focuses on prerequisites, conditions, positive and negative impacts as well as challenges of transition to sustainable development framework in Russia. The idea of sustainable development is to define viable schemes combining all three pillars: the economic, social, and environmental aspects of human activity. In this regard, green marketing has gained a competitive advantage over other marketing strategies in promoting all three pillars of the concept of sustainable development. We offer classification of the types and functions of marketing for sustainability. Guidelines are provided for Russian companies and organisations that will help them achieve global goals for human development on the path towards sustainable development.

Keywords: global goals for human development; innovative economy; sustainable development framework; marketing; marketing tools; development of Russia.

Концепция устойчивого развития как идеология развития общества сегодня известна практически каждому. Если обратиться к истории возникновения самого понятия «устойчивое развитие», то впервые этот термин был использован в документах 1970-х гг., когда появилась идея разработки Всемирной стратегии охраны природы. Ее выдвинули такие международные организации, как Международный союз охраны природы и природных ресурсов (МСОП – IUCN, International Union for Conservation of Nature and Natural Resources), Программа (комитет) ООН по окружающей среде (ЮНЕП – UNEP, United Nations Environment Programme), Всемирный фонд дикой природы (WWF, World Wildlife Fond).

На Международной комиссии по окружающей среде и развитию (МКОСР) в 1987 г. был сделан доклад «Наше общее будущее», в котором подробно рассмотрена проблема устойчивого развития. В нем утверждается, что «удовлетворение потребностей настоящего времени не подрывает способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности» [Наше общее будущее. Доклад МКОСР, 1989]. Т.е. ресурсы требуется использовать рационально и бережно, чтобы обеспечить равные возможности для всех поколений использовать имеющиеся природные блага, и при этом развиваться в социальном и культурном плане.

Тем не менее, при определении целей развития человечества (Millennium Development Goals (MDGs)) на Саммите тысячелетия Организации Объединенных Наций (ООН) в 2000 г. идеи устойчивого развития еще не рассматривались как всеобъемлющие и определяющие мировое развитие. Тогда целей было названо восемь:

- покончить с крайней бедностью и голодом;
- достигнуть всеобщего начального образования;
- способствовать гендерному равенству и расширению прав женщин;
- снизить детскую смертность;
- повысить материнское здоровье;
- бороться со СПИДом;
- добиваться устойчивого развития окружающей среды;
- расширить глобальное сотрудничество в целях развития [News on Millennium Development Goals, 2000].

Срок выполнения названных целей был определен – 2015 г. Но к 2015 г. стало очевидно, что основу для достижения данных глобальных целей составляет устойчивое развитие. Именно поэтому в сентябре 2015 г. на саммите ООН по устойчивому развитию была принята повестка (план деятельности человечества), определяющая цели в области устойчивого развития (the 2030 Agenda for Sustainable Development Goals (SDGs)) [Sustainable development knowledge platform, 2015].

План включает семнадцать глобальных целей развития человечества на 15 лет (ожидается, что работа над достижением целей завершится к 31 декабря 2030 г.), представленные с позиции пяти важнейших аспектов: люди, планета, процветание, мир и партнерство (people, planet, prosperity, peace and partnership). Эти цели расширяют представленный выше список, добавляя как цели в области окружающей природной среды (принятие срочных мер по борьбе с изменением климата, сохранение и рациональное использование морских ресурсов и др.), так и социальные (обеспечение всеохватного и справедливого качественного образования и др.) и экономические цели (обеспечение рациональных моделей потребления и производства и др.). Кроме того, глобальные цели устойчивого развития в большинстве своем носят комплексный интегрированный характер, объединяя различные сферы человеческой жизни на планете [Кудряшова, 2018; 55].

Концепция устойчивого развития как модель развития цивилизации исходит из необходимости соблюдения баланса между решением экономических, социальных проблем и сохранением окружающей среды. Иначе говоря, концепция устойчивого развития появилась в результате объединения трех основных областей: экономической, социальной и экологической. Устойчивое развитие предполагает, что должен соблюдаться баланс и симбиоз экономических, социальных и экологических факторов, что современное поколение должно жить сейчас так, чтобы ресурсы, доступные ему сегодня, были доступны и последующим поколениям.

Таким образом, выделяют три области устойчивого развития.

1. Первая область – экономика, с точки зрения устойчивого развития предполагает, что развитие человеческих потребностей не будет приводить к снижению его благосостояния. С экономической точки зрения концепция устойчивого развития основывается на определении дохода, данном Дж. Хиксом: «...доход индивида – это то, что он может в течение недели потратить и при этом все-таки ожидать, что и к концу недели его положение будет таким же, каким было и в начале» [Хикс, 1993; 290].

2. Вторая область – социальная, основной задачей которой является повышение уровня жизни людей. Концепция устойчивого развития направлена на сохранение социальной и культурной стабильности, в том числе на сокращение числа разрушительных конфликтов.

3. Третья область – экология, в ее основе лежит сохранение устойчивого функционирования всей окружающей среды, т.е. обеспечение стабильности биологических и физических систем.

Все три области влияют друг на друга, проникают одна в другую, непрерывно связаны между собой. Именно поэтому необходимо соблюдение баланса между ними. Они все имеют одинаково важное значение, и необходимо принимать такие решения, чтобы проводимые мероприятия, положительно влияющие на одну из них, не вызывали негативных, невозможных изменений в двух других. В этом и заключен основной принцип устойчивого развития.

Новое «информационное общество» начинает использовать в гораздо большей мере в приоритете интеллектуальные ресурсы, информационные технологии, инструменты цифровой экономики. Во всем мире растет ежегодный оборот высоких технологий и наукоемкой продукции. В наше время происходит переход от сырьевой и индустриальной экономики к новой инновационной экономике, характеризующейся особыми свойствами (таблица 1).

Таблица 1. Свойства новой инновационной экономики

Вид экономики	Основные характеристики
1. Постиндустриальная	Основной вектор направлен в сторону науки и области услуг, приоритет знаний, информации, социально-духовных благ, творчества
2. Информационная	Новые высокие технологии, экономическая ценность информации, становление рынка информации и знаний, их возрастающая роль в обществе потребления
3. Виртуальная	Использование электронного пространства для проведения финансовых операций
4. Сетевая	Всемирное транзакционное преобразование, использование новых высокотехнологических отраслей при производстве сетевых продуктов
5. Интеллектономика	Интеллектуализация, социализация, гуманизация общества
6. Экономика знаний	Добыча знаний становится приоритетом и важнейшим продуктом развития общества
7. Экономика образования	Наличие высокообразованных специалистов – основная тенденция новой экономики, естественный ресурс новых знаний и технологий

Разработана теория максимального потока совокупного дохода Хикса-Линдаля, которая гласит, что надо оптимизировать использование имеющихся ограниченных ресурсов, применяя при этом экологические методы, современные технологии, способы переработки и уничтожения отходов [Яковлева-Чернышева, 2015; 6]. Должны быть получены и приняты новые методы и прикладные рекомендации по управлению экономикой для повышения значения вектора устойчивого развития.

С экологической точки зрения, устойчивое развитие должно обеспечивать целостность биологических и географических природных систем. Особое значение имеет жизнеспособность экосистем, от которых зависит глобальная стабильность всей биосферы. Например, если закрыть все промышленные производства, то на планете улучшится экологическая ситуация, но при этом обратно пропорционально будет развиваться экономика.

Очевидно, что ресурсов нашей планеты на всех не хватает уже в настоящее время. К примеру, в августе 2018 г. произошла «рыбная война» между французскими и английскими рыбаками из-за передела сферы влияния в

морской акватории, где происходил улов деликатесных морских гребешков¹. Ни один год на протяжении всей истории развития человечества не проходит без локальных войн, и в основном, это войны из-за ресурсов: нефть, газ, лес, полезные ископаемые и т.д.

Если говорить о невозобновляемых ресурсах, то один из важнейших ресурсов – это вода. Проблема в том, что планета для всего человечества одна, и если где-то потребляется больше тех или иных ресурсов, это автоматически означает, что в другом месте будет потребляться этих ресурсов меньше. Кроме того, существует проблема точки возврата – ситуация, при которой в определенный момент времени система разбалансируется настолько, что не сможет восстановиться. По статистике, порядка 60% современных городов использует питьевую воду быстрее, чем она воспроизводится и очищается в природе. Следовательно, на практике полученный дисбаланс восполняется за счет других резервных источников.

Также существует проблема загрязненности мирового океана: из-за использованной и выброшенной упаковки страдают не только морские обитатели, но и человеческая популяция. Неслучайно поэтому одна из семнадцати глобальных целей развития человечества связана с решением проблем мирового океана.

В последнее время некоторые государства и террористические организации проводят рискованную международную политику, совершенно не считаясь с тем, что возникающие конфликты и малые (пока) международные войны приводят к нарушению экологической безопасности. Это выступает основным геополитическим фактором, приводящим в итоге к сокращению продолжительности жизни человека, а также проблемам в сфере природы и экологии. Следовательно, нужны новые методики и рекомендации для поддержания экологической безопасности.

Устойчивость развития всего человечества зависит от решения вышеназванных проблем, развития социальных программ и культурных организаций, своевременного погашения всех конфликтов и локальных войн. В современном обществе должен быть предусмотрен правильный, справедливый метод распределения всех полученных доходов и приобретенных благ. Человеческая популяция обязана стараться использовать данные требования, т.е. социальные последствия новой инновационной экономики должны быть приемлемыми для всего человечества.

По статистическим данным, полученным сотрудниками Мирового банка, если все имеющееся население земного шара в настоящее время захочет получить материальные или иные блага, как в странах с наибольшими доходами, то человечеству потребуется несколько планет, таких как Земля (таблица 2).

¹ «Гребешковая война» Британии и Франции сменяется крабовой (2018). URL: <https://fishnews.ru/news/34773> (дата обращения: 11.11.2019).

Таблица 2. Количество планет, необходимых для обеспечения уровня жизни, аналогичного названным странам, для всего населения планеты

Страна	Количество планет
ОАЭ	5.0 планет
США	3.9 планеты
Франция	2.5 планеты
Испания	2.4 планеты
Россия	2.3 планеты
Китай	1.1 планеты

Приведенные данные заставляют серьезно задуматься о перспективах развития человечества. По прогнозам демографов к 2050 г. население Земли достигнет 9.8 млрд. человек [Сороко, 2018; 7-8]. Рост численности населения ограничивать довольно сложно, о чем свидетельствует довольно низкая эффективность используемых мер по снижению рождаемости. Происходит активная миграция населения, вызывающая рост социальной напряженности. Еще одним немаловажным фактором современного состояния общества выступает урбанизация. По оценке экспертов в ближайшие 20 лет около 2/3 человечества будет жить в крупных городах, что приведет к дополнительной нагрузке на городскую инфраструктуру. Кроме того, необходимо учитывать такие важные критерии как голод, детский труд, инфекционные заболевания, гендерный дисбаланс, неравноправие женщин и др.

Нужно отметить, что в социальной сфере имеется и политическая составляющая. Все прекрасно понимают, что усилия человечества могут оказаться напрасными в случае возникновения глобальных войн и вооруженных конфликтов.

Идея устойчивого развития, как было отмечено выше, состоит в том, что требуется находить решения, учитывающие интересы каждой из трех областей (экономика, социальная сфера, экология), их прогрессирующий симбиоз. Немаловажная роль при формировании таких решений и методов принадлежит маркетинговым инструментам, доказавшим свою эффективность в развитии современного общества.

При разработке различных систем управления социальными и экономическими процессами причиной разного рода критических и конфликтных ситуаций является несогласованность принимаемых решений и программ с законами природы. Для обеспечения устойчивого развития и независимости от субъективных оценок необходимо решения в различных предметных областях согласовывать с динамикой и естественными законами природы, не зависящими от субъективных точек зрения [Кузнецов, Кузнецов, Большаков, 2000; 8-9].

Опыт столицы Великобритании демонстрирует конструктивный потенциал институционализации устойчивого развития на уровне региона. Данный подход может быть реализован и в субъектах Российской Федерации путем создания координирующих подразделений при региональных администраци-

ях, в состав которых должны войти как представители государственных и муниципальных органов власти, так и коммерческих и некоммерческих организаций при обязательном введении квот, обеспечивающих баланс интересов [Хайдуков, Тасалов, 2017; 787-788]. Ряд конструктивных рекомендаций, обеспечивающих устойчивое социально-экономическое развитие, на примере г. Санкт-Петербурга представлен в работе А.И. Котова [Котов, 2017; 9-11].

При рассмотрении концепции устойчивого развития применительно к России возникают следующие вопросы: какими ресурсами обладает страна; какие негативные препятствия стоят на пути ее перехода к устойчивому развитию; как происходит совершенствование маркетинга в период перехода к устойчивому развитию; как инновационные и цифровые технологии, доказавшие свою состоятельность в мировой практике, используются в маркетинге в России?

Цель предпринятого данного социально-экономического анализа заключается в выявлении заложенных в маркетинге условий эффективности развития предприятий и организаций, территорий и регионов с позиции устойчивого развития. В рамках достижения этой цели рассмотрены роль, место и функции современного маркетинга при переходе к устойчивому развитию. Проанализированы предпосылки и основные препятствия на пути такого развития в России. Определена маркетинговая составляющая в каждой из трех сфер устойчивого развития.

В работе использованы экономико-математические, структурно-логические методы исследования, проведена аналитическая обработка различных документов, положений, указов и законов. На основе представленной в [Гришакина, Манова, Манова, 2009; 132-134] методики организации процесса сбора и обработки данных в маркетинговом исследовании рынка, проведен статистический анализ показателей, отражающих динамику экономической области устойчивого развития. Использование нейросетевых технологий позволило изучить и провести маркетинговое исследование динамики функционирования рынков с нелинейной парадигмой развития в России [Афанасьева, Гришакина, Манова, 2011; 45-48].

Россия занимает первое место в мире по подтвержденным запасам природного газа, железных руд, алмазов, олова, калийной соли, второе – по запасам угля, вольфрама, цинка, золота, металлов платиновой группы, фосфатов и одно из ведущих мест по запасам нефти, боксита, никеля, меди, свинца, серебра, сурьмы, ртути, плавикового шпата [Бежанова, Стругова, 2015; 10]. С водными ресурсами ситуация обстоит несколько лучше, чем в других странах, например, оз. Байкал, расположенное на территории России, является одним из самых глубоких пресноводных озер в мире. Но в то же время регион Волжского бассейна продолжает оставаться одним из наиболее напряженных по экологической обстановке в России [Волжский бассейн. Устойчивое развитие: опыт, проблемы, перспективы, 2011; 14]. Более 60% территории России являются практически незатронутыми хозяйственной деятельностью: это и области крайнего севера, и сибирские просторы, а также морские воды, кото-

рыми окружена страна. Одной из благоприятных особенностей России является высокий интеллектуальный потенциал. Несмотря на то, что в последние годы около 200 тыс. ученых эмигрировало, в стране работает более 12% всех мировых ученых моложе 30 лет.

Отечественные ученые вплотную заняты разработкой основ экологической безопасности [Методы обоснования программ устойчивого развития сельских территорий, 2011; 33-39; Немцев, 2014; 9-10; Устойчивое экологически безопасное развитие, 2001]. Продолжается разработка научно-практических рекомендаций и маркетингового инструментария для совершенствования государственной политики на пути регионов Российской Федерации к устойчивому развитию. Правительство России понимает значимость проблемы устойчивого развития, и, как следствие, на территории страны проводятся разнообразные конференции, посвященные устойчивому развитию, международные и российские форумы. Например, в августе 2018 г. в г. Новосибирске прошел международный форум и выставка технологического развития «Технопром-2018», где были представлены новые наукоемкие технологии в промышленности, предназначенные для ускоренного внедрения. В г. Владивостоке в сентябре 2018 г. прошел международный форум «Российская энергетическая неделя – 2018». 30-31 января 2019 г. в г. Санкт-Петербурге прошла национальная научно-практическая конференция «Наука и практика в решении стратегических и тактических задач устойчивого развития России», а 14-15 марта 2019 г. там же – Всероссийская конференция «Современные проблемы гидрометеорологии и устойчивого развития Российской Федерации».

Однако, в России наблюдается низкий уровень внедрения в производство инновационных технологий, не вполне исследована специфика ресурсов инновационного развития национальной экономики, условия и факторы ресурсного обеспечения. Не достаточно разработаны инструменты эффективного управления инновационной деятельностью. Также существуют противоречия в экономических интересах субъектов рынка, имеется несогласованность их сфер пересечения. Имеющиеся связи между субъектами неэффективны, уровень профессионализма и мастерства служащих некоторых организаций является низким, не разработаны методологические основы организации процесса внедрения новшеств. Возможны отрицательные последствия варварского отношения к природным богатствам страны.

На современном этапе эволюции концепции устойчивого развития сформированы новые парадигмы корпоративной устойчивости [Белоусов, 2013, 48-50]. Успех гарантируется эффективностью маркетинговых программ современной цифровой экономики, которые также позволяют выявить и маркетинговые показатели устойчивого развития как отдельных территорий, так и страны в целом. Так в [Князев, 2018, 976-979] предложен алгоритм подсчета коэффициента потребности в озеленении городской территории. Совершенствование возможно на основе нового маркетингового инструментария для управления и развития как в экономической сфере, так и в остальных двух. Во всех трех сферах устойчивого развития маркетинговая составляющая (функ-

ция) является обязательной. Разрабатываются и применяются новые программы устойчивого развития сельских и городских территорий [Методы обоснования программ устойчивого развития сельских территорий, 2011; 33-39; Немцев, 2014; 9-10]. Маркетинг рекомендует, изменяет концепцию управления [Белоусов, 2013; 48-50; Хайдуков, Тасалов, 2015; 77-80], вносит творческий креативный подход, управляет корпоративной политикой устойчивого развития, локализует производства, ищет устойчивые конкурентные преимущества различных организаций и предприятий, популяризирует и продвигает социально направленные проекты и программы, уделяет внимание малому и социальному предпринимательству, быстро реагирует на отклики обратной связи.

Как во всем мире, так и в России, современный маркетинг использует инновационные технологии. Функции маркетинга должны усиливать все особенности инновационной экономики и реагировать на них своевременно, контролировать запросы потребителей в различных сферах (экономических и др.), учитывать финансовые и ресурсные возможности отраслей и регионов. Современный маркетинговый инструментарий должен быть, в первую очередь, подчинен законодательным актам Российской Федерации, учитывать особенности российского рынка, адаптировать зарубежные рекомендации и методы к российской реальности.

Проведенный социально-экономический анализ роли маркетинга в становлении устойчивого развития России позволил выделить следующие виды и функции маркетинга (таблица 3).

Таблица 3. Виды и функции маркетинга

Термин	Основные характеристики
1	2
Инновационный маркетинг	Изучает процессы, связанные с введением цифрового инструментария, способов и методов новых разработок для улучшения и повышения эффективности результатов деятельности компании
Банковский маркетинг	Рассматривает взаимоотношения, которые складываются между различными банками, между банками и их клиентами, формирование рынка банковских услуг, процентной политики и другой деятельности банков
Коммерческий и некоммерческий маркетинг	Коммерческий маркетинг, главным образом, связан с товарами и услугами; имеет только одну категорию клиентов – потребителей, ориентируется на обслуживание только прибыльных сегментов рынка. Некоммерческий маркетинг связан с организациями, территориями и идеями, а также товарами и услугами, имеет две категории клиентов – потребителей и спонсоров, может обслуживать экономически невыгодные сегменты рынка

1	2
Территориальный маркетинг	Управленческая деятельность в интересах территории: создание, поддержание, изменение отношений и поведения физических лиц и организаций коммерческого и некоммерческого характера
Социальный маркетинг	Социальный маркетинг имеет дело с социальными идеями, задачами или конкретными действиями как физических лиц, так и общества в целом, изучает влияние экономических факторов на различные формы социального поведения людей
Коммуникационный маркетинг	Тенденция современного рынка к маркетингово-коммуникационным услугам. Креатив в традиционных средствах маркетинговых коммуникаций. Основная составляющая – комплекс продвижения, использование креативных инструментов маркетинговых коммуникаций на рынках
Спортивно-событийный маркетинг	Применение информационно-коммуникативных технологий для подготовки и проведения различных спортивных и других мероприятий, Олимпийских и Параолимпийских игр. Усиление брендов городов в России
Экологический маркетинг	Информационно-коммуникационная и управленческая деятельность, связанная с загрязнением окружающей природной среды и жизненного пространства человека, с решением проблем, возникающих в связи с негативной деятельностью человека (войны, варварское отношение к природе и т.д.)
Агрорынок	Анализ, изучение и прогнозирование среды, создающей условия для развития производства и реализации сельскохозяйственной продукции с учетом требований экологической безопасности, с целью максимального удовлетворения платежеспособного спроса населения
Образовательный маркетинг	Развитие рынка образовательных услуг, актуализирует проблему определения перспектив становления образовательного маркетинга и проведения маркетинговых исследований в области образования

Можно утверждать, что маркетинговая составляющая – это удовлетворение потребителей с учетом материальных и духовных запросов на основе эффективного использования современных инновационных технологий. Устойчивое развитие Российской Федерации на микро- и мезоуровне тормозится целым рядом факторов, среди которых разнообразие и динамичный характер экономических отношений, характеризующихся противоположными тенденциями сосуществования, особой объектно-субъектной структурой. В постиндустриальной экономике России экономический рост зависит, прежде всего, не только от факторов труда и спроса, но и от характеристик самих регионов, их конкурентных преимуществ, привлекательности для инвестицион-

ных проектов, а также использования инструментов маркетинга при переходе к устойчивому развитию.

Существует ряд рекомендаций для российских компаний, разработанных в результате исследования, которые позволят, применяя маркетинговые инструменты, помочь России в достижении глобальных целей развития человечества на пути к устойчивому развитию, среди которых:

1) экологический маркетинг позволит повысить ценность компании в глазах потребителей за счет их информирования об экологической ответственности, которую несет компания, например, об использовании энергосберегающих методов производства, экологичной упаковки продукции, инновационных способов утилизации отходов;

2) использование инструментов маркетинга персоналом даст возможность достижения гендерного равенства на руководящих постах в российских компаниях;

3) использование социальной рекламы позволит популяризировать здоровый образ жизни и бережное отношение к природным ресурсам страны;

4) продвижение и популяризация такого современного направления в области образования детей и подростков, как экологическое образование.

Обобщая результаты проведенного исследования, можно сказать, что новые, более совершенные маркетинговые технологии становятся одним из важных стратегических факторов и инструментов в экономической, социальной, экологической сферах, непрерывно связывая их, помогая им на различных этапах становления устойчивого развития.

Библиография

1. Афанасьева, Т.С., Гришакина, Н.И., Манова, Н.В. (2011). Маркетинговое исследование динамики функционирования рынков с нелинейной парадигмой развития. *Вестник Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого*, 2011, №61, С. 43-49.

2. Бежанова, М.П., Стругова, Л.И. (2015). *Научно-информационный справочник: «Ресурсы, запасы, добыча, потребление и цены важнейших полезных ископаемых мира»*. – М.: ОАО «ВНИИЗАРУБЕЖГЕОЛОГИЯ», 2015. – 160 с.

3. Белоусов, К.Ю. (2013). Современный этап эволюции концепции устойчивого развития и формирования парадигмы корпоративной устойчивости. *Проблемы современной экономики*, 2013, №1(45), С. 47-50.

4. *Волжский бассейн. Устойчивое развитие: опыт, проблемы, перспективы* (2011). Под ред. Г.С. Розенберга. – М.: Институт устойчивого развития Общественной палаты Российской Федерации. Центр экологической политики России, 2011. – 104 с.

5. Гришакина, Н.И., Манова, Н.В., Манова, Т.С. (2009). Организация процесса обработки данных в маркетинговом исследовании рынка. *Креативная экономика*, 2009, №10, С. 131-135.

6. Князев, Д.К. (2018). Экологическое обоснование формирования системы озеленения крупного города. *Вестник МГСУ*, 2018, Т. 13, Вып. 8 (119), С. 973-983. DOI: 10/22227/1997-0935.2018.8.973-983.

7. Котов, А.И. (2017). Задачи устойчивого социально-экономического развития: подходы и принципы к их определению. *Экономика и управление*. 2017, (6), С. 4-12.

8. Кудряшова, Т.В. (2018). Экологические проблемы России на пути к устойчивому развитию. *Актуальные вопросы социально-экономического развития современной России: Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции*. Под редакцией Пиковского А.А. и др.; НовГУ имени Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2018, С. 54-62.

9. Кузнецов, О.Л., Кузнецов, П.Г., Большаков, Б.Е. (2000). *Система природа – общество – человек: Устойчивое развитие*. – Государственный научный центр Российской Федерации ВНИИ геосистем; Международный университет природы, общества и человека «Дубна», 2000. – 272 с.

10. *Методы обоснования программ устойчивого развития сельских территорий* (2011). Моногр. под ред. В.И. Фролова. – СПб. гос. архит.-строит. ун-т., СПб., 2011. – 464 с.

11. *Наше общее будущее: Доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию (МКОСР) (1989)*. Пер. с англ. / Под ред. и с послесл. С.А. Евтеева и Р.А. Перелета. – Москва: Прогресс, 1989. – 371 с.

12. Немцев, И.А. (2014). Зеленое строительство: экопоселения в концепции устойчивого развития. *Урбанистика*, 2014, №3, С. 8-25. DOI: 10.7256/2310-8673.2014.3.13525. URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=13525 (дата обращения: 11.11.2019).

13. News on Millennium Development Goals (2000). (In Eng.). URL: <http://www.un.org/millenniumgoals/> (дата обращения: 10.11.2019).

14. Сороко, Е.Л. (2018). О пределах применимости демографических прогнозов ООН. *Демографическое обозрение*, 2018, Т. 5, №2, С. 6-31. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-predelah-primenimosti-demograficheskikh-prognozov-oon/viewer> (дата обращения: 11.11.2019).

15. Sustainable development knowledge platform (2015). (In Eng.). URL: <https://sustainabledevelopment.un.org/index.php?menu=2361> (дата обращения: 10.11.2019).

16. *Устойчивое экологобезопасное развитие: Курс лекций*. (2001). Под ред. А.Д. Урсула. – М.: Издательство РАГС, 2001. – 173 с.

17. Хайдуков, Д.С., Тасалов, К.А. (2017). Основы обеспечения устойчивого развития городской агломерации. *Материалы XIV Международной конференции МГУ «Государственное управление в XXI веке»*. – М.: Университетская книга, 2017. – С. 783-789.

18. Хикс, Дж. Р. (1993). *Стоимость и капитал*: Перевод с англ. / Общ. ред. и вступ. ст. Р.М. Энтова. – М.: Издательская группа «Прогресс», 1993 – 488 с. («Экономическая мысль Запада»).

19. Яковлева-Чернышева, А.Ю. (2015). Теоретические основы управления устойчивым развитием коммерческой организации. *Управление и экономика в XXI веке, 2015, №2*, С. 5-11.

References

1. Afanasyeva, T.S., Grishakina, N.I. & Manova, N.V. (2011). Marketingovoye issledovaniye dinamiki funktsionirovaniya rynkov s nelineynoy paradigмой razvitiya [Marketing research of the dynamics of the functioning of markets with a non-linear development paradigm]. *Vestnik of Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, 2011, No.61*: 43-49. (In Russ.).

2. Bezhanova, M.P. & Strugova, L.I. (2015). Nauchno-informatsionnyy spravochnik: «Resursy, zapasy, dobycha, potrebleniye i tseny vazhneyshikh poleznykh iskopa-yemykh mira» [Scientific reference book: World resources, reserves, production, consumption and prices of major fuels and minerals]. – Moscow: JSC «VNIIZARUBEZHGEOLOGIYA», 2015. – 160 p. (In Russ.).

3. Belousov, K.Yu. (2013). Contemporary stage of evolution of the sustainable development concept and formation of the corporate sustainability paradigm. *Problems of Modern Economics, 2013, No.1 (45)*: 47-50. (In Russ.).

4. *Volzhskiy basseyn. Ustoychivoye razvitiye: opyt, problemy, perspektivy [Volga basin. Sustainable development: experience, problems, prospects]* (2011). Ed. G.S. Rosenberg. – M.: Institute for Sustainable Development of the Public Chamber of the Russian Federation Publ. Center for Environmental Policy of Russia, 2011. – 104 p. (In Russ.).

5. Grishakina, N.I., Manova, N.V. & Manova, T.S. (2009). Organization of data processing in a market research. *Creative Economy, 2009, No.10*: 131-135. (In Russ.).

6. Knyazev, D.K. (2018). Ecological substantiation of formation of the large city planting system. *Vestnik MGSU, 2018, Vol. 13, №8(119)*: 973-983. (In Russ.). DOI: 10/22227/1997-0935.2018.8.973-983.

7. Kotov, A.I. (2017). Approaches and Principles for Determining the Objectives of Sustainable Socio-Economic development. *Economics and Management, 2017, (6)*: 4-12. (In Russ.).

8. Kudryashova, T.V. (2018). Environmental problems of Russia towards sustainable development. *Aktual'nyye voprosy sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya sovremennoy Rossii [Topical issues of socio-economic development of modern Russia]: Coll. of papers of the All-Russian scientific conference*. Ed. A. Pikovsky and etc.; Yaroslav-the-Wise Novgorod State University. – Veliky Novgorod, 2018, pp. 54-62. (in Russ.).

9. Kuznetsov, O.L., Kuznetsov, P.G. & Bolshakov, B.E. (2000). *Sistema priroda – obshchestvo – chelovek: Ustoychivoye razvitiye. [System nature – society – human: Sustainable development]*. – State Scientific Center of the Russian Federation RRI of Geosystems; International University of Nature, Society and Human «Dubna», 2000. – 272 p. (In Russ.).

10. *Metody obosnovaniya programm ustoychivogo razvitiya sel'skikh territoriy [Methods of substantiation of sustainable rural development programs]* (2011). Monograph under the ed. V.I. Frolov. – Saint Petersburg State University of Architecture and Civil Engineering, Saint Petersburg, 2011. – 464 p. (In Russ.).
11. Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future (1989). Retrieved November 11, 2019, from: <http://www.un-documents.net/our-common-future>.
12. Nemtsev, I.A. (2014). Green construction: eco-settlements in the concept of sustainable development. *Urban Studies*, 2014, No.3: 8-25. (In Russ.). DOI: 10.7256 / 2310-8673.2014.3.13525. Retrieved November 11, 2019, from: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=13525.
13. News on Millennium Development Goals (2000). Retrieved November 11, 2019, from: <http://www.un.org/millenniumgoals/>.
14. Soroko, E.L. (2018). On the limits of applicability of UN population projections. *Demographic Review*, 2018, Vol.5, No.2: 6-31. (In Russ.). Retrieved November 11, 2019, from: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-predelah-primenimosti-demograficheskikh-prognozov-oon/viewer>.
15. Sustainable development knowledge platform (2015). Retrieved November 10, 2019, from: <https://sustainabledevelopment.un.org/index.php?menu=2361>.
16. *Ustoychivoye ekologobezopasnoye razvitiye [Sustainable environmental development]: Lecture course*. (2001). Ed. A.D. Ursul. – M.: Publishing House RA-PA, 2001. – 173 p. (In Russ.).
17. Khaidukov, D.S. & Tasalov, K.A. (2017). Osnovy obespecheniya ustoychivogo razvitiya gorodskoy aglomeratsii [Fundamentals of sustainable development of urban agglomeration]. *Materials of the XIV International Conference of Moscow State University «Public Administration in the XXI Century»*. – M.: University book, 2017. – pp. 783-789. (In Russ.).
18. Hicks, J.R. (1993). *Cost and Capital*. - Moscow: Publishing group «Progress», 1993. – 488 p. (In Russ.).
19. Yakovleva-Chernysheva, A.Yu. (2015). Theoretical basis for managing sustainable development of the business enterprises. *Upravleniye i ekonomika v XXI veke [Management and Economics in the XXI Century]*, 2015, No.2: 5-11. (In Russ.).