

Пашечко О.А.,
соискатель Национального университета водного хозяйства и
природопользования,
г. Ровно, Украина
ksenya_1000@mail.ru

**Необходимость и возможности применения
мероприятий экологического менеджмента и маркетинга
в решении проблем энергетического сектора Украины**

В статье рассматриваются особенности и теоретико-практические аспекты внедрения экологического менеджмента и маркетинга в энергетике с точки зрения усовершенствования управленческой составляющей.

Объективные и субъективные факторы в области охраны окружающей природной среды обусловили увеличение масштабов негативного экологического воздействия хозяйственной деятельности субъектов промышленного производства. Объективные причины такого процесса связаны с нормативно-правовым обеспечением, субъективные – с отсутствием четкой инновационно-инвестиционной стратегии и координации действий управленческих структур. Улучшение экологической ситуации невозможно без внедрения комплексной системы экологического менеджмента и экологического маркетинга в энергетике, которые касались бы различных уровней управления природопользованием.

Вместе с тем, в условиях трансформации экономических отношений, евроинтеграции и мировой глобализации, совершенствования и адаптации к ним системы управления общественным производством, объективно возникает потребность в совершенствовании методов, научно-теоретических концепций и управленческих функций обеспечения природоохранной деятельности. Изучению состояния, особенностей и проблем системы экологического менеджмента и маркетинга в энергетике уделялось достаточно внимания, однако эффективность функционирования топливно-энергетического комплекса остается низкой, до сих пор остро стоит проблема энергоэффективности в контексте энергосбережения. Вопросы энергетической политики в контексте экологической безопасности промышленных объектов, формирование комплексной системы экономико-экологического управления сферы энергетики исследуются в работах А. Балацкого, В. Барановского, В. Волошина, Б. Данилишина, С. Дорогунцова, В. Кравцова, А. Лукьянихиной, В. Павлова, М. Хвесика, М. Чумаченка, А. Чуписа и других.

Целью исследования является определение основных черт и позиций процесса внедрения экологического менеджмента и маркетинга в энергетическом комплексе Украины в контексте усовершенствования управленческой составляющей. Согласно поставленной цели определены следующие задачи:

- исследовать особенности экологоэнергетического менеджмента как инструмента совершенствования экологического управления;
- проанализировать и систематизировать основные черты и функции системы экологического маркетинга;
- проанализировать и обобщить теоретико-методологические подходы к формированию системы экологического управления в Украине.

Неэффективная энергетическая и экологическая политика в Украине во многом обусловлена несогласованностью управленческих решений в различных сферах экономики, отсутствием практики комплексного учета энерго- и экологопотерь в деятельности объектов промышленного производства и объектов энергетики, наличием проблемы внедрения системы энергоэкологического менеджмента и маркетинга на промышленных предприятиях.

Регулирующее влияние экологических платежей в Украине сегодня является недостаточным по сравнению с масштабами необходимых финансовых ресурсов для разработки и внедрения таких мероприятий энергоэкологического регулирования как:

- формирование системы экологического мониторинга и экологической экспертизы деятельности субъектов хозяйствования;
- распространение практики декларирования использования энергетических ресурсов, внедрения энергетических паспортов зданий, маркировки товаров;
- внедрение экономических стимулов для поощрения использования нетрадиционных и альтернативных источников энергии;
- развитие экологического страхования и экологического аудита;
- повышение энергетической эффективности национальной экономики в контексте повышения качества энергетических ресурсов;
- формирование общественного спроса на экологически чистые источники энергии и продукцию;
- развитие нормативно-правовой базы, совершенствование энергетической стратегии;
- развитие системы энергоэкологического менеджмента и экологического маркетинга, включающего разработку, осуществление и анализ энергетической и экологической политики, как составляющих общей промышленной политики государства.

При определении роли и места экологического менеджмента и маркетинга в общегосударственной системе экономико-экологических приоритетов можно сделать выводы о том, что абсолютно все субъекты общественного воспроизводства – от физических лиц до государственных органов власти и управления на различных иерархических уровнях заинтересованы в защите собственных экологических интересов, а значит в развитии систем экологического менеджмента и маркетинга. Управление промышленным производством в контексте энергетической эффективности и энергосбережения играет сегодня решающую роль [1].

Современное развитие мирового хозяйства дает возможность явно наблюдать закономерность интернационализации и глобализации экологических проблем. Экология влияет на демографические, культурные, социально-экономические процессы развития человечества. Эти тенденции определяют необходимость экологического менеджмента, в системе которого и должны рождаться преобразования производственной сферы. Если рассматривать процесс управления как достижение сбалансированных общественных, экологических, экономических, производственных отношений, то системы экологического менеджмента и экологического маркетинга должны быть направлены на формирование государственной экологической политики исходя из приоритетов и целей экологически сбалансированного социально-экономического развития в контексте его устойчивости [2].

Экологический менеджмент – это система управления окружающей средой, часть общей системы управления, включающая организационную структуру, деятельность по планированию, обязанности, ответственность, опыт, методы, методики, методологии, процессы и ресурсы для разработки, осуществления и анализа экологической политики. Его необходимость порождена такими факторами как:

- дифференциация регионального размещения производства;
- увеличение производственных мощностей в связи с потребностями новых технологий;
- негативное влияние производства на окружающую среду;
- накопление отходов.

Стратегия экологического управления – это полный и целостный комплекс решения проблем формирования инновационных технологий в условиях улучшения инвестиционного климата и активизации инвестиционной политики, новых элементов общественного экологического сознания, новых тенденций развития производства, новых подходов и концепций управления, построенных на интеграции человека и природы [3].

Часто разграничивают понятия «экологическое управление» и «экологический менеджмент».

Экологическое управление является процессом постоянного воздействия субъектов управления (государственные органы, экономические субъекты, общественность) на объекты управления (личность, коллектив, технологический процесс, предприятие, территориальные единицы, государство), который направлен, главным образом, на соблюдение требований природоохранного законодательства, разработку и реализацию экологических целей, проектов и программ для достижения оптимальных социально-экологических результатов при минимизации экономических затрат.

Экологический менеджмент можно определить как совокупность принципов, форм, методов, приемов и средств управления производством и производственным персоналом с целью достижения высокой эколого-экономической эффективности производства.

Таким образом, экологический менеджмент – это тип управления,

ориентированный на формирование и развитие экологического производства и экологической культуры человека. Его концепция включает в себя следующие элементы:

- экологическое производство;
- экологическая среда;
- экологическое качество;
- экологическая культура.

Формирование экологического сознания должно стать основой системы экологического управления, как наиболее эффективное средство воздействия, то есть механизм управления через интересы, ценности и мотивы деятельности субъектов общественного воспроизводства [4].

Вопросы экологического управления приобретают в последнее время все большее значение и экологический менеджмент является одним из основных организационных и экономических механизмов экологического устойчивого развития. Сегодня экология подсказывает новые ориентиры и направления развития производства, она должна стать импульсом новых технологических решений и новых тенденций во взаимодействии производства и природы. Но это возможно лишь в том случае, если будут построены система и механизмы управления экологическими процессами, если управление будет ориентировано не на производство как таковое, а на экологическое производство, построенное на приоритетах обеспечения цивилизованной жизнедеятельности человека через обогащение природы, ее сохранение.

В процессе перехода Украины к рыночной экономике для реализации экономических и экологических аспектов государственного управления в энергетической отрасли невозможно отрицать тесную связь экологического менеджмента с экологическим маркетингом.

Экологический маркетинг – это особый вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение запросов и потребностей людей посредством обмена товарами, услугами, информацией и т.п., не нарушающих экологического равновесия окружающей среды и не влияющих на здоровье людей.

Задачей экологического маркетинга является создание условий для сохранения окружающей среды, адаптации производства к требованиям рынка, производство экологически чистой продукции, имеющей высокую конкурентную способность, а также интенсификации ее сбыта и получения дополнительной прибыли за счет экологизации производства.

- Основными функциями экологического маркетинга являются: изучение спроса на экологически чистую продукцию;
- ценообразование;
- экологическая реклама;
- стимулирование экосбалансированного потребления;
- планирование экологически чистого ассортимента, сбыта и торговли;
- экологическая логистика;
- организация безопасного обслуживания потребителей.

Экологический маркетинг интегрирует интересы производителя, потребителя, общества и природной среды. На его основе удастся разрешить противоречия между интересами товаропроизводителя, стремящегося реализовать большее количество товаров, работ, услуг по более высокой цене и потребителя, который хочет приобрести качественную продукцию дешевле. Экологический маркетинг направлен на гармонизацию отношений между товаропроизводителем и потребителем через приведение в соответствие противоречивых рыночных интересов производителей-продавцов и потребителей-покупателей путем формирования экологически сбалансированного потребления и соответствующего экологически сбалансированного производства.

Существует проблема между экономическими интересами предприятий, эколого-социальными потребностями человека и общества и имеющимся природно-ресурсным потенциалом определенной территории. Поэтому основная задача экологического маркетинга – гармонизация отношений между производителями, потребителями и окружающей средой на основе рыночных механизмов экологически сбалансированного природопользования, производства и потребления. Осуществление экологического маркетинга базируется на принципах устойчивого развития и экологической сбалансированности. Актуальной в этом контексте является ноосферная социально-экономическая теория, основанная В. Вернадским, согласно которой главными критериями эффективности экономики должны быть здоровье народа, улучшение его трудовой жизнедеятельности, сохранение и воспроизводство природы. Ноосферное управление может обеспечить устойчивое инновационное, социально ориентированное развитие страны на базе внедрения фондосберегающего инструментария хозяйствования, то есть комплекса организационно-управленческих и политико-правовых средств, предназначенных для сохранения народа, окружающей среды, улучшения качества жизни людей.

Система экологического управления – это совокупность организационной структуры, деятельности и соответствующих ресурсов и методов для формирования, осуществления, анализа и актуализации экологической политики [5].

Интенсивное промышленное производство, функционирование энергетических объектов, скопление на землях огромных объемов промышленных и бытовых отходов негативно влияют на функции жизнедеятельности людей, природные ландшафты регионов, порождают и распространяют зоны экологического бедствия, ставят под угрозу развитие областей и решения эколого-социальных проблем населения. Особенно актуальна эта проблема для городов, где расположены атомные электростанции. На этих территориях остро необходима практическая реализация принципиально новых сложных теплоэнергетических систем, первоочередными свойствами которых должны быть экономичность и надежность. Это обусловлено тем, что менеджмент таких систем должен быть

направлен на повышение эффективности капитальных вложений в их строительство и на управление с минимальными затратами труда и энергетических ресурсов.

Внедрение системы экологического управления и использования принципов и функций экологического маркетинга дает предприятиям региона в современных условиях ряд преимуществ:

целенаправленное уменьшение объемов потребляемых материальных и энергетических ресурсов, отходов производства и размеров платежей за них;

- уменьшение заболеваний и влияния на генофонд;
- уменьшение риска ответственности за загрязнение;
- формирование доверия населения к предприятию;
- повышение имиджа предприятия;
- привлечение инвестиций;
- получение преимуществ перед конкурентами при участии в тендерах;
- повышение авторитета среди кредитных организаций.

На современном этапе наблюдается дисбаланс между рычагами экономической и экологической политики, который сложился в сфере энергетики. Кроме этого, внимание акцентируется на необходимости создания адекватной современным социально-экономическим и информационным процессам экологической программы развития общества и государства на дальнейшую перспективу. Энергетическая политика является сложным сочетанием внутренне и внешне направленных противоположных по сути и значению мероприятий, отражающих геополитические особенности и концепции социально-экономического развития Украины и ее регионов. Поэтому происходит несовершенное и ограниченное восприятие современных общественных, экономических, эколого-энергетических процессов, что должно определять перспективные особенности развития природоохранной политики. Рассмотрение современного состояния экономических и социальных преобразований в национальном хозяйстве Украины в целом и в энергетической сфере в частности целесообразно осуществлять через призму экологических ориентаций и реализации экологических реформ.

Список использованных источников:

1. Оскольский В. Об экономике устойчивого развития в Украине // Экономика Украины. – № 6. – 2010. – С. 4-13.
2. Попова О. Концептуальные основы управления экологической направленностью развития предприятий // Актуальные проблемы экономики. – № 6 (108). – 2010. – С. 182-187.
3. Кондрашов А.Н. Государственное регулирование инновационно-инвестиционного развития промышленности / Кондрашов А.Н. // Теория и практика государственного управления. Вып. 3 (12). – М.: Изд-во ХарПИ НАГУ «Магистр», 2005. – С. 247-253.
4. Анищенко В., Маргасова В. Гносеологические и онтологические основы отображение экологической составляющей развития общества в

- экономических теориях Воспроизведение // Актуальные проблемы экономики. – № 6 (84). – С. 3-14.
5. Саксонов А. Государственное регулирование в сфере охраны окружающей среды и рационального использования природных ресурсов // Региональная экономика. – 2002. – № 1. – С.267-271. – Библиогр.: 5 названий. – Укр.