

- технологія, яка дає технічно досягнутий мінімальний об'єм твердих, рідких, газоподібних і теплових відходів і викидів. Як відомо, абсолютно екологічно безвідходних технологій не існує, а поняття "безвідходна технологія" має умовний характер. Тут мається на увазі деяка теоретична можливість, яка не завжди може бути реалізована повною мірою. Тому вводиться поняття "маловідходна технологія", тобто технологія з коефіцієнтом безвідходності менше одиниці. В її процесах можуть бути викиди, але, які не перевищують допустимих кількостей для даного підприємства;
- технологія, яка дає теоретично досягнутий мінімум відходів всіх видів. Для всіх конкретних технологічних процесів є розрахунковий мінімум;
- ланцюг технологічних процесів, де відходи одного виробництва стають сировиною для іншого, іншими словами – це реутилізаційна технологія, або реутилізаційне виробництво.

Ресурсозберігаюча технологія – це виробництво і реалізація кінцевих продуктів з мінімальними витратами сировини і енергії на всіх етапах виробничого циклу із найменшою взаємодією на людину і природні системи. При цьому повинні враховуватись всі витрати на одиницю виробленої продукції або одиницю її ефективності [3, ст. 263].

А екологічною вважається технологія, яка побудована за аналогією процесів, які характерні для природи, інколи як пряме їх походження.

Сучасна техногенна економіка є відкритою системою, де отримання стосовно невеликого кінцевого продукту потребує великих витрат ресурсів і супроводжується великими відходами. Поетапна трансформація традиційних технологій у маловідходні екобезпечні дозволить поступово перейти від відкритих виробничих систем з вільним входом ресурсів і виходом відходів до напіввідкритих з частковим використанням первинної сировини і очистки відходів, а потім і до систем закритого типу з повною переробкою і утилізацією відходів і припиненням забруднення останніми довкілля. Така трансформація змінює сам технологічний принцип на промислових підприємствах.

Таким чином, екобезпечна технологія – це такий спосіб здійснення виробництва продукції, за якого матеріальні та енергетичні ресурси використовуються настільки раціонально і комплексно, що об'єми забруднюючих речовин і відходів, які надходять у довкілля, зведені до мінімуму при умові максимально можливої економічної ефективності, причому дане виробництво повинно бути практично замкненою системою, яка організована аналогічно природній екосистемі, не порушуючи її функціонування і не завдаючи їй збитків.

В основу екобезпечних технологій покладені такі принципи:

- просторова компактність, тобто кожне підприємство, яке запроваджує такий тип технології, повинно займати невелику територію;
- маловідходність (теоретично безвідходність) технологій і виробництв;
- замкнутість виробничих циклів, що дозволяє зменшити забруднення навколишнього природного середовища;
- можливість вторинної переробки (рециркуляції) відходів.

У даний час на промислових підприємствах України такий тип технологій практично відсутній. Це пояснюється відсутністю додаткових фінансових ресурсів для їх запровадження.

Екологічна реструктуризація підприємств у період трансформації національної економіки повинна поєднуватися з інноваційною та інвестиційною діяльністю. Для того, щоб прийняти будь-яке інноваційне рішення щодо запровадження тих чи інших технологій, потрібно узагальнити інформацію про необхідність інвестування у конкретний об'єкт, можливості потенційних інвесторів, стан забезпечення власними матеріальними та трудовими ресурсами. Тільки після того доцільно впроваджувати екологічні інновації, враховуючи такі чинники як:

- прогнозний попит на товари, що вироблятимуться з вторинної сировини;
- міру доступності необхідної первинної та вторинної сировини;
- місце розміщення виробництва;
- рівень впливу об'єкта виробництва на навколишнє середовище;
- обсяг інвестиційних ресурсів, виробничих витрат та очікувану ціну на продукцію;
- кількість і можливості постачальників.

Фінансове забезпечення проектів запровадження екобезпечних технологій може здійснюватися як за рахунок державного фінансування, так і самофінансування. Пріоритет надається останньому. Велику роль у наданні екологічних інвестицій відіграють іноземні інвестори, які надають кредити або залучають свої кошти шляхом створення спільних підприємств.

Таким чином, саме за допомогою екологічно зорієнтованої господарської діяльності підприємства можна досягти економічного та соціального ефекту як на регіональному, так і загальнодержавному рівнях.

Література

1. Павлов В.І., Фурів І.І., Павліха Н.В. Соціально-економічні наслідки Чорнобильської катастрофи: адаптація, проблеми (за матеріалами Волинської області): Монографія. – Луцьк: Надстир'я, 2000. – 344 с.
2. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов. – М.: ЗАО "Бизнес школа", "Интел-синтез", 1998. – 600 с.
3. Реймерс Н. Ф. Охрана природы и окружающей человека среды. – М.: Просвещение; 1992. – 320 с.

УДК: 658.8:504

Доц. В.О. Морохова, канд. екон. наук;
аспір. Н.М. Буняк – Луцький ДТУ

ЕКОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ СОЦІАЛЬНО-ЕТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ

Описано екологічний аспект соціально-етичного маркетингу. Аналізуються чинники, які впливають на процес трансформації маркетингової управлінської системи на промисловому підприємстві і визначаються шляхи впровадження елементів системи екологічного маркетингу в практику управління фірмами.

Ключові слова: соціально-етичний маркетинг, екологічний маркетинг, сталий розвиток.

Doc. V.O. Morokhova; doctorate N.M. Buniak – STU of Luc'k

Ecological aspect of social marketing

The article gives the analysis of the factors, which influence the process of transformation, the marketing management system on an industrial enterprise, and determines the ways of intrusion of the ecological marketing system components into the practice of managing firms.

Key words: social marketing, ecological marketing, steady development.

Людство на межі тисячоліть постало перед дилемою, що краще: соціально-економічний розвиток суспільства чи збереження навколишнього середовища для таких поколінь. Ці дві категорії в наш час не можна розглядати як відокремлені, ізольовані одна від одної системи. Взаємопов'язаний розвиток цих систем визначає нову мету розвитку суспільства, спрямовану на підвищення "якості життя" людей, що передбачає існування високоефективної економіки та здорового довкілля. Така мета зумовлює появу істотного протиріччя між прагненням до максимального врахування індивідуальних запитів споживачів і використання таких форм їх задоволення, які могли б бути максимально прийнятні для суспільства в цілому.

У зв'язку з цим зростає необхідність застосування на практиці раціонального підходу до задоволення потреб людства з урахуванням можливих наслідків даного процесу. В розвинутих країнах світу вже сформувалась думка про необхідність раціонального поєднання науково-технічного розвитку людства з охороною навколишнього середовища. Основним пріоритетом у процесі таких формувань є всебічне врахування в господарській діяльності зростаючих потреб суспільства.

Важливим інструментом досягнення відповідності між даними елементами є використання вітчизняними підприємствами концепції соціально-етичного маркетингу, основною метою якої є поєднання ідеї отримання підприємствами максимального прибутку з питаннями забезпечення задоволення потреб споживачів і підвищення загального добробуту суспільства.

Основними завданнями соціально-етичного маркетингу є:

- протидія негативному екологічному тискові індустріалізації виробництва;
- впровадження таких форм та методів виробництва, які базуються на раціональному використанні, відтворенні та охороні природних ресурсів;
- всебічне обґрунтування механізму оптимальної взаємодії підприємства, суспільства та природи на основі комплексного дослідження та використання економічних і біологічних законів.

Досвід діяльності зарубіжних підприємств показує, що їх успішне функціонування залежить від рівня відповідності вимогам концепції сталого розвитку суспільства, яку було сформовано у 1992 р. на конференції у Ріо-де-Жанейро. В її основу покладено принцип задоволення потреб теперішнього покоління людей без загрози шкоди майбутнім поколінням. З огляду на такі орієнтири, об'єктивно необхідним є створення таких технологій, які не виснажували б навколишнє середовище.

У рамках концепції соціально-етичного маркетингу успішно розвивається та функціонує екологічний маркетинг, який поєднує різноманітні соціально-етичні пріоритети, зокрема, гуманізація умов роботи, вдосконалення

відносин у системі "природа – виробництво – людина", забезпечення максимальної зайнятості, підготовка висококваліфікованих менеджерів і залучення їх до управління. Екологічний маркетинг виник у сфері природокористування і безпосередньо пов'язаний із сферою використання природних ресурсів, виробництва товарів та послуг екологічного призначення.

Екологічний маркетинг – це ринково орієнтований вид управлінської діяльності у складі загальної системи маркетингу підприємства, спрямований на визначення, прогнозування та задоволення споживчих потреб таким чином, щоб не порушувати екологічної рівноваги навколишнього середовища [2, ст. 53]. Виходячи з наведеного визначення екологічний маркетинг є найважливішою функцією екологічного менеджменту підприємства, проте його важливість почали розуміти недавно.

До основних маркетингових напрямків в області екології можна віднести: формування маркетингових структур підтримки екологічних дій; оцінку рівня впливу на навколишнє природне середовище; екологічне страхування дій підприємств; зміну форм звітності в діяльності виробників; нові форми реклами; формування нових принципів торгівлі.

Зростаюча стурбованість людей станом навколишнього середовища підвищує інтерес до визначення повного спектру економічних переваг від зменшення можливого його забруднення, а також економії природних ресурсів. В сучасних умовах ринкових відносин функціонування будь-якого виробничого механізму повинно бути не тільки екологічно чистим, але й забезпечувати стійкий розвиток суспільства, який із урахуванням основних параметрів можна представити таким чином:

$$F_t(L, K, P, I) \leq F_{t+1}(L, K, P, I), \quad (1)$$

де: $F_t(L, K, P, I)$ – функція сталого розвитку; L – трудові ресурси; K – створений людьми капітал; P – природні ресурси; I – інституціональний чинник; t – проміжок часу ($t \geq 0$).

Функція сталого розвитку показує необхідність збільшення, чи хоча б збереження в часі, певного агрегатного виробничого потенціалу, який формується в основному за рахунок трьох видів капіталу. В даному випадку природний капітал може зменшуватися до такого рівня, доки – це зменшення може бути компенсоване збільшенням застосування штучно створених засобів виробництва. Часто інституціональний чинник не розглядається, однак, для умов сталого розвитку ця складова дуже важлива. Культурні традиції, релігія, інститути власності і т. ін. мають великий вплив на вибір конкретної еколого-економічної політики [1, ст. 149].

Як показує практика економічно розвинутих країн світу, в якості можливих стимулів забезпечення низького рівня забруднення навколишнього середовища може бути використано: зниження собівартості продукції в результаті зменшення штрафів за викиди та забруднення навколишнього середовища; позитивне ставлення до підприємства з боку державних органів та громадських організацій; економія рідкісних видів сировини, що необхідна для виробництва; мінімізація витрат на утилізацію шкідливих відходів виробництва, тощо.

Вихід суспільства з екологічної кризи є складним, багаторівневим завданням, вирішення якого вимагає мобілізації всіх сил господарюючих суб'єктів і суспільства в цілому. Використання концепції соціально-етичного маркетингу на виробничих підприємствах зумовлює побудову екологічно орієнтованого виробничого процесу (рис.).

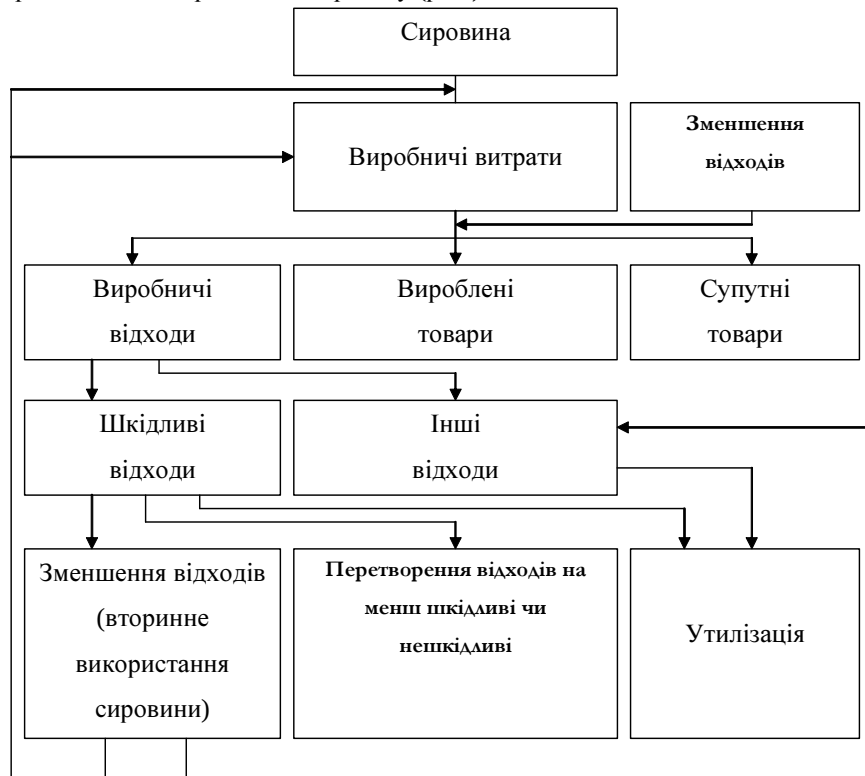


Рис. Модель виробничого процесу, орієнтованого на захист навколишнього середовища

Наведена модель ілюструє ряд взаємопов'язаних можливостей скорочення викидів в межах виробничого процесу, зокрема, паралельне виробництво супутніх товарів в рамках існуючих на підприємстві технологій; скорочення виробничих відходів шляхом налагодження технології їх повторного використання; перетворення небезпечних виробничих відходів на безпечні; утилізація.

Виходячи з наведеної вище моделі виробничого процесу, орієнтованого на виробництво, продукцію, що випускає підприємство, можна представити у вигляді двох складових: продукції, що отримується в результаті утилізації відходів, тобто в результаті проведення природоохоронної діяльності (P_{yt}) та іншої продукції (P_0). Відповідно, поточні витрати підприємства представимо у вигляді витрат безпосередньо на проведення природоохоронної дія-

льності ($C_{оп}$); витрат на виробництво продукції, не пов'язаної з природоохоронною діяльністю (C_0); витрат на переробку вловлених відходів з метою отримання продукції (C_{yt}). Останній вид витрат ($З_{вт}$) являє собою внутрішній збиток, пов'язаний з забрудненням виробничого середовища і втратами цінної сировини з відходами. Використовуючи приведені позначення, прибуток підприємства можна представити у вигляді:

$$\Pi = P_0 - C_0 + P_{yt} - C_{yt} - C_{оп} - З_{вт}, \quad (2)$$

Необхідно зазначити, що елементи P_0 і C_0 – не залежать від обсягу відходів, що надходять у навколишнє середовище, в свою чергу P_{yt} і C_{yt} – залежать від величини відходів, що використовуються повторно для виробництва продукції, а також – від коефіцієнта утилізації та собівартості утилізації 1 т відходів. $C_{оп}$ і $З_{вт}$ – безпосередньо залежать від обсягу викидів відходів у навколишнє середовище. Параметри, що розглядаються, можна представити у вигляді функцій, в якості аргументу яких доцільно прийняти величину відходів, що надходять у навколишнє середовище.

$$\begin{aligned} P_0 &= \text{const}; & C_{yt} &= (B_{об} - B) \cdot S; \\ C_0 &= \text{const}; & C_{оп} &= f(B); \\ P_{yt} &= (B_{об} - B) \cdot k; & З_{вт} &= f(B), \end{aligned} \quad (3)$$

де: B – відходи, що надходять у зовнішнє середовище, т; $B_{об}$ – кількість утворених відходів, т; k – коефіцієнт утилізації, який характеризує обсяг продукції, що вироблено з 1 т вловлених відходів, грн./т; S – собівартість утилізації 1 т відходів.

Аналітична модель (2) характеризує спрощену проблему максимізації прибутків окремого підприємства, що зосереджується на питанні регулювання забруднення навколишнього середовища.

Стимулювання вітчизняних товаровиробників до активного використання на практиці концепції соціально-етичного маркетингу може здійснюватися через впровадження організаційно-економічного механізму, який поєднував би економічні важелі та стимули, що підвищують зацікавленість у виробництві продукції, що відповідає екологічним нормам зменшення шкідливих викидів у атмосферу, а також екологічні санкції стосовно забруднювачів довкілля, та організаційно-правові заходи, що підвищували б ефективність використання окремих елементів економічного механізму.

У процесі зростання економічного добробуту країни спостерігається зростання потреб у покращенні стану зовнішнього середовища. В умовах глобальних екологічних проблем людства особливу роль починають відігравати потреби суспільства в екологічно чистій продукції. Особливо актуальною постає проблема проведення зазначених заходів і формування комплексу спонукальних мотивів до їх проведення в умовах, коли кожне підприємство прагне за будь-яку ціну збільшити прибуток, а також зростаючої обмеженості у природних ресурсах.

Отже, організаційно-економічний механізм соціально-етичного маркетингу повинен орієнтувати промислові підприємства на оптимізацію виробничих процесів з урахуванням рівня задоволення потреб споживачів і підвищення добробуту суспільства в цілому. В якості важливого інструменту

забезпечення рівноваги між потребами окремої людини та суспільства в цілому, на нашу думку, повинен виступати екологічний маркетинг.

Література

1. **Экология и экономика** природопользования: Учебник/ Гирусов Э. В., Бобылев С. Н., Новоселов А. Л., Чепурных Н. В.; под ред. Гирусова Э. В. – М.: Закон и право, ЮНИТИ, 1998.

2. **Шевчук В. Я., Саталкін Ю. М., Навродський М. М.** Модернізація виробництва: системно-екологічний підхід. – К.: СИМБОЛ-Т, 1997.

УДК 630.3.338

Доц. Р.Я. Кіндрат – УкрДЛТУ

СУТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ВИРОБНИЧИХ РЕСУРСІВ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Підкреслено значення раціонального використання виробничих ресурсів підприємства. Визначено їх суть та дано комплексну класифікацію всіх виробничих ресурсів промислових підприємств.

Ключові слова: виробничі ресурси, підприємство, фонди.

Doc. R.Ya. Kindrat – USUFWT

The industrial enterprises operations resources essence and classification

The meaning of enterprise operations resources rational using is emphases in the article. Industrial enterprise operations resources complex classification has been done and the essence of these resources was identified.

Key words: industrial resources, an enterprise, stocks.

Для здійснення виробничо-господарської діяльності кожне підприємство повинно мати певні ресурси, які належать йому на правах власності або володіння. Різноманітність ресурсів, які використовуються в процесі виробництва, в економічній літературі називають елементами виробництва. Це засоби праці, предмети праці та персонал працівників. Засоби праці та предмети праці ще називають засобами виробництва, вартісна форма яких іменується виробничими фондами.

Тому названі нижче елементи виробництва можна відповідно класифікувати як основні виробничі фонди, матеріальні ресурси та трудові ресурси. Крім цього, для здійснення виробничо-господарської діяльності необхідна наявність фінансових ресурсів, а також нематеріальних ресурсів.

Всі ресурси (за винятком персоналу працівників), якими володіє підприємство, називаються активами. Активи являють собою економічні ресурси підприємства у формі сукупних майнових цінностей, які використовуються у господарській діяльності [1, ст. 259].

Необхідно зазначити, що в процесі господарювання виробничі ресурси входять під різними назвами. Навіть для невеликого виробництва перелік цих ресурсів становить декілька тисяч назв. Тому необхідне їх наукове групування. Таке групування повинно бути єдиним за окремими ознаками для усіх галузей народного господарства та для окремих галузей.

На наш погляд, загальна класифікація всіх виробничих ресурсів дозволяє згрупувати їх на таких п'ять груп:

- трудові ресурси (персонал підприємства);
- основні виробничі фонди (основний капітал);
- матеріальні ресурси (оборотний капітал);
- фінансові ресурси та грошові кошти;
- нематеріальні ресурси та активи.

Найбільш важливим елементом продуктивних сил і головним джерелом розвитку економіки є люди, тобто їхня майстерність, освіта і підготовка. Існує безпосередня залежність конкурентоспроможності економіки і рівня добробуту населення від якості трудового потенціалу персоналу підприємств та організацій.

Для характеристики трудових ресурсів використовують термін – персонал підприємства, тобто сукупність постійних працівників, що отримали необхідну професійну підготовку та мають досвід практичної діяльності. Згідно з характером функцій, що виконуються, персонал підприємства поділяється на чотири категорії: керівники, спеціалісти, службовці та робітники.

Персонал підприємства формується та змінюється під впливом внутрішніх (характер продукції, технологія та організація виробництва) і зовнішніх (демографічні процеси, характер ринку праці тощо) чинників. Вони зумовлюють кількісні та якісні параметри трудових ресурсів.

Виготовлення продукції на підприємстві здійснюється в процесі взаємодії праці персоналу працівників та певних засобів виробництва. Засоби виробництва за своїм матеріально-речовим складом становлять виробничі фонди підприємства, які відповідно поділяють на основні та оборотні. Складовим частинам виробничих фондів властиві певні характерні ознаки, за якими можна розрізняти основні виробничі фонди та оборотні фонди. Основні виробничі фонди (основний капітал) – це засоби праці, які мають вартість і функціонують у виробництві тривалий час у своїй незмінній споживній формі, а їхня вартість переноситься конкретною працею на вартість продукції, що виробляється, частинами в міру їх спрацювання.

Всі основні виробничі фонди за ознакою подібності їхнього функціонального призначення та натурально-речового складу поділяють на: будівлі, споруди, передавальні пристрої, машини і устаткування, транспортні засоби, господарський інвентар, інструмент, виробничий інвентар та інші основні фонди.

Оборотні фонди – це та частина виробничих фондів у вигляді певної сукупності предметів праці, елементи яких цілком споживаються у кожному виробничому циклі, змінюють або повністю втрачають натуральну форму і переносять всю свою вартість на вартість продукції, що виробляється. У практиці планування та обліку господарської діяльності до складу оборотних фондів включають виробничі запаси, незавершене виробництво та напівфабрикати власного виготовлення, витрати майбутніх періодів.

Матеріальні ресурси являють собою ту частину оборотних фондів, яку іменують виробничими запасами. До них належать запаси сировини, основ-