

Е. В. Садченко

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ЦЕЛЬ СТРАТЕГИИ КАЙЗЕН

Статья посвящена теоретическим вопросам определения экологической стратегии кайзен. Экологическая стратегия кайзен представляет собой не просто новый концептуальный подход в стратегии кайзен, она реально позволяет продумать и разработать мероприятия, имеющие экологическую ценность, и избежать от бесполезных видов деятельности, а это позволит улучшить качество товара (работы, услуги), ценовое предложение и качество окружающей природной среды, следовательно, и благосостояние людей. **Ключевые слова:** стратегия кайзен, экологическая стратегия кайзен, экологический маркетинг, конкурентоспособность, устойчивое развитие, экологические товары и услуги, экобезопасность.

Гармоничному развитию общества уделяется большое внимание в связи с глобальными изменениями в природе, поэтому путь к устойчивому развитию предполагает тесную интеграцию экономической и природоохранной политики в процессе принятия решений в области окружающей среды. Охрана окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов Украины являются важным элементом механизма реализации концепции устойчивого развития на локальном, региональном и государственном уровнях. Для того, чтобы не нанести урон биоразнообразию и обеспечить экологическую безопасность природно-ресурсному потенциалу страны, нужны социально-экономические стимулы, способствующие продвижению природных ресурсов как товара и охраны окружающей природной среды на условиях соблюдения экологических норм и правил природопользования.

На сегодняшний день в условиях конкуренции меняется как техническая, так и организационная стратегия экологизации предприятия. Потребности людей в чистых природных ресурсах и условиях, в эколого-безопасных товарах, услугах являются основой стратегической государственной политики, поэтому вопросы экологизации бизнеса (предпринимательства) являются особенно актуальными. Одним из направлений экологизации предпринимательства является инновационная деятельность, которая включает эффективное использование природных ресурсов и охрану окружающей природной среды в результате крупного инвестирования в новые экологически чистые технологии с учетом рационального использования природно-ресурсного потенциала страны. Инвестирование таких мероприятий не всегда существует, а экологические изменения в сторону улучшения качества жизни должны быть постоянны. И в этом случае концепции кайзен помогут сочетать возможности предприятия, потребности потребителей и требования соответствия экологическим стандартам.

В контексте кайзен менеджмент обладает двумя функциями: поддержка и улучшение. Поддержка относится к деятельности, направленной на соблюдение текущих стандартов в области технологий, менеджмента и поддержание этих стандартов путем обучения и дисциплины, поддерживайте и совершенствуйте стандарты. Кайзен означает небольшие улучшения в результате осуществления усилий. При рассмотрении целей стратегии кайзен приоритетными являются экологические направления.

Если литературных источников по концепции кайзен много [1, 7–10], то нет исследований кайзен стратегии с учетом экологических составляющих. Экологическая стратегия кайзен должна осуществляться в виде генеральных комплексных программ действий, которые позволяют определить приоритетные для предприятия направления его развития, главные цели, а также средства, условия и оптимальное распределение ресурсов для их достижения. Экологическая стратегия кайзен формулирует цели и основные пути их достижения таким образом, что предприятия имеют общие социо-эколого-экономические направления развития. Так, экологическая стратегия кайзен является долгосрочным плановым документом, результатом стратегического планирования, т. е. это процесс осуществления совокупности систематизированных и взаимно согласованных работ по определению долгосрочных социо-эколого-экономических целей и направлений деятельности предприятия.

Кардинальное преобразование методов хозяйствования подразумевает, что одной из первостепенных задач становится создание действенного механизма, основанного на широком применении экономических и экологических инструментов оптимизации потребления. Процесс кайзен стратегии открывает новые особенности организационных, производственно-хозяйственных и общественных отношений, оказывающих большое влияние на экономико-экологическую эффективность хозяйственного механизма.

Целью данной статьи является определение места и роли экологической направленности кайзен стратегии в развитии и экологизации предприятий. Экологическая стратегия кайзен помогает быстро заметить отклоняющиеся от нормы явления и процессы, сосредоточиться на постоянных усилиях к усовершенствованию экологизации предприятий, что приведет к формированию позиции конкурентного успеха.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1) определить важность экологически ориентированной стратегии кайзен для экологизации предприятий;

2) определить основные принципы экологизированной стратегии кайзен.

Методологическую основу исследования формируют современные теории рыночной экономики, экономики природопользования, менеджмента, регионального социально-экономического развития, известные научные положения теории и практики предпринимательства и бизнеса, регуляторной политики в сфере производственно-хозяйственной деятельности.

Кайзен означает не только “делать лучше”, но экологическая стратегия кайзен представляет собой новый концептуальный подход в стратегии

кайзен, она реально позволяет продумать и разработать мероприятия, имеющие экологическую ценность, и избежать бесполезных видов деятельности, а это улучшит качество товара (работы, услуги), ценовое предложение и качество окружающей природной среды, а следовательно, и благосостояние людей. Достижению экологических целей стратегии кайзен будет способствовать устранение потерь времени, природных ресурсов, усилий, повышение качества товаров, снижение издержек на производство экологически чистых товаров и в конечном итоге повышение степени удовлетворенности потребителей.

Кайзен стратегия в природопользовании должна рассматриваться, в первую очередь, как стратегия, связанная с минимальным вложением в усовершенствование управленческих, организационных и конструкторско-технологических разработок, обеспечивающих рациональное использование, сохранение, восстановление окружающей природной среды и улучшение качества жизни. Этот процесс позволит обеспечить медленно нарастающий прогресс с учетом экологических составляющих, то есть использование экологически чистых технологий, ориентирование производства на эколого-безопасные товары, работы и услуги, поиском перспективных рынков сбыта, разработкой новых методов экоменеджмента и совершенствованием организационно-производственных структур.

Как концепция кайзен стратегия представляет собой совокупность научно обоснованных представлений об управлении предприятием в условиях конкурирующей экономики. В соответствии с этим в основе организации производственно-сбытовой деятельности должны лежать точное знание, предвидение и учет требований рынка. С помощью экологизации кайзен стратегии возможно сориентировать предприятие на выпуск экологически высококачественной продукции, внедрить эффективные операциональные инструменты, позволяющие постоянно добиваться усовершенствований организации и получить стратегическое преимущество в условиях постоянно развивающейся деловой среды.

Кайзен стратегия природопользования провозглашает постоянное усовершенствование, улучшение, охватывающее как процессы, так и качество товара и окружающей природной среды. Поддержка уровня качества жизни равнозначна поддержке уровня качества окружающей природной среды и направлена на соблюдение текущих стандартов в области охраны окружающей природной среды, технологий, менеджмента.

Экологически ориентированной кайзен стратегией является система мер по повышению конкурентоспособности предприятия путем непрерывного улучшения качества, путем максимального приспособления всей деятельности к требованиям рынка и потребителя. На сегодняшний день экологически чистые товары и экологически чистые технологии позволят сформировать позиции конкурентного успеха предприятия. Наличие совместимых потребностей определенных рыночных сегментов экологически чистых товаров и технологий и производственных возможностей их обеспечить создает фундамент экологически обоснованной стратегии кайзен.

Концепция экологически ориентированной кайзен стратегии направлена на производственные процессы, которые должны улучшать результаты. Подход, ориентированный на процесс, должен применяться в ходе введения различных стратегий кайзен. Наиболее значительными элементами в процессе кайзен являются вклад и вовлеченность в данный процесс производства и реализация экологически чистых товаров (и условий). Для достижения успеха в реализации процесса кайзен важно продемонстрировать вовлеченность немедленно и постоянно предпринимать меры по охране и рациональному использованию окружающей природной среды. Подходы концепции кайзен всегда планируются и реализуются с минимальными рисками.

Основным принципом кайзен экологоориентированной стратегии является изменение всех подразделений предприятия для повышения качества товаров и процессов с целью получения прибыли в долгосрочном периоде. Предложим принципы кайзен экологоориентированной стратегии, которые сформулированы на основе классических принципов кайзен [7] с учетом специфики и ориентации на экологию:

1. Концентрация на клиентах. Создание новой модели экономики и выход на траекторию динамического развития невозможны без учета экологических характеристик: эффективности использования природно-ресурсного потенциала страны, охраны и воспроизводства природных ресурсов. Чистые природные ресурсы и экологически безопасные условия жизни в конечном итоге составляют главную нужду, предпочтения, запросы и потребности людей. Предложенные предприятием товары должны соответствовать экологическим потребностям клиентов. Все усилия предприятие должно сконцентрировать на качестве товара, а именно: на производстве экологически чистых товаров, на экологически чистом производстве с использованием вторичных ресурсов и малоотходных технологиях. Так, в основе кайзен стратегии лежит концентрация на экологических потребностях потребителей.

2. На предприятии, использующем стратегии кайзен, поиск путей совершенствования не прекращается постоянно. Предприятие для соблюдения нормативов выбросов, сбросов загрязняющих веществ и захоронения отходов постоянно пересматривает перечень природоохранных мероприятий: по охране поверхностных и подземных вод, охране атмосферного воздуха, охране земельных ресурсов, охране от шумового загрязнения, охране почв от отходов производства, охране растительного и животного мира, предотвращению последствий вероятных экологически опасных ситуаций, по повышению радиационной безопасности населения и окружающей природной среды. Выполнение предложенных мероприятий требует приведения в действие системы правовых, экономических и других рычагов, обеспечивающих эффективное управление природопользованием.

3. Открытое признание проблем и пропаганда открытости. Открытость экологических проблем это очень важный фактор в вопросах экологической безопасности, которая позволит предприятию не допустить нанесения ущерба окружающей природной среде.

Природоохранная деятельность и рациональное использование природных ресурсов в Украине должны быть скоординированы по вопросам экологической безопасности с другими государствами (или регионами) ввиду сходства ситуаций и их трансграничного характера.

4. Экологическое образование и воспитание. Одной из ключевых проблем охраны экосистем является непонимание людьми того факта, что не только ресурсы, а и все звенья экосистем требуют бережного отношения, что здоровье людей и дикой природы напрямую связано с состоянием экосистем.

Для формирования ценностных установок в отношении окружающей природной среды необходимо:

- повышать уровень сознательности населения, развивать у него чувства бережного отношения к природе, озабоченности ее проблемами, обеспечить подготовленность к нравственному поведению в природной среде через экологическое воспитание и образование;

- пропагандировать задачи охраны природы и воспроизводства природных богатств;

- активно привлекать к решению этих проблем широкие слои населения.

Следует добиваться взаимопонимания и сотрудничества предприятия с общественностью.

5. Формирование “поддерживающих” взаимоотношений. Ключевой фактор на предприятии, использующий кайзен, — внимание к процессу управления, экологическому менеджменту.

Главное требование к механизму управления ресурсами в условиях экономической самостоятельности состоит в том, чтобы, с одной стороны, он содействовал формированию рыночной системы природопользования, обеспечивая рост экономико-экологической эффективности производства, сбалансированности спроса и предложения, выявлению экологических предпочтений, повышению качества товаров и услуг, а с другой — ограничивал развитие рыночных отношений при возникновении проблем, которые не в состоянии решить рынок, прежде всего социальных и экологических.

Большое значение имеет введение законодательства об экологической отчетности предприятий, корпораций и компаний. Значительно облегчаются экономико-экологические расчеты благодаря разработанным в ряде стран национальным стандартам системы экоуправления (BS 7750, серия ISO 14000). Экологический менеджмент как стандартизированная система управления вопросами охраны окружающей среды способствует созданию информационного самообеспечения предприятия, что, при условии успешного выполнения, повышает его способность к управлению рисками.

6. Информационная инфраструктура экологической деятельности предприятия. Информационная система — постоянно действующая система взаимодействия людей между собой и с окружающей природной средой, методических приемов, методик, информационных и телекоммуникационных технологий. Она предназначена для отбора источников информации, сбора, анализа, классификации, оценки и распространения информации с

целью использования ее распорядителями в сфере экологической деятельности, в том числе совершенствования планирования, проектирования, программирования, управления и контроля претворения в жизнь экологических мероприятий. Стратегическое планирование представляет собой самую сложную задачу в маркетинговой и, соответственно, экомаркетинговой деятельности ввиду того, что ошибки здесь могут негативно сказаться на производственно-хозяйственной деятельности предприятия и конкурентоспособности его экологических товаров, услуг. Поэтому информационное обеспечение экомаркетинга, представляющее собой совокупность различных видов исходных данных, привлекаемых в ходе анализа рыночных процессов и возможностей предприятия, фирмы, компании для разработки и обоснования стратегии и тактики его экомаркетинговой деятельности, является важным и необходимым [4, 49].

Основными источниками информации, подходящей для оценки природоохранных проектов и политики, на практике будут следующие:

1. Регулярные национальные и международные доклады о показателях окружающей среды. Они содержат большой объем полезной исходной информации, однако едва ли в них можно найти информацию о конкретных воздействиях. Так, например, доклады, содержащие данные и показатели о состоянии окружающей среды, которые регулярно публикуются (в основном ежегодно): OECD, Environmental Data (for OECD members); OECD, Environmental indicators: OECD core set (1994); UNEP, Environmental Data Report; World Resources Institute (with UNDP and UNEP) World Resources; UNECE, The environmental in Europe and North America.

Необходимые экономические и социальные данные в систематическом представлении содержатся также в следующих докладах: World Bank, World Development Report; UNDP, Human Development Report.

Отдельные страны иногда публикуют свои собственные регулярные обзоры состояния окружающей среды (доклады о состоянии окружающей среды). В случае развивающихся стран хорошими источниками являются следующие доклады: National Environmental Action Plans (национальные планы действий в области окружающей среды); Nation Conservation Strategies (национальные стратегии в области охраны природы).

Перечень основных докладов о состоянии окружающей среды, публикуемых в различных странах, приводится в документе: IED/WRI/ IUCN, Directory of country environmental studies и др.

2. Национальные базы данных более конкретного характера. Для мер вмешательства, относящихся к конкретным средам обитания или проблемам, необходима более подробная и географически ограниченная информация о состоянии окружающей среды и определяющих факторах.

3. Оценка воздействия на окружающую среду (ОВОС) обычно осуществляется специально для определения воздействия того или иного конкретного проекта или меры. Многие правительства и международные учреждения-кредиторы/доноры требуют проведения ОВОС в отношении инвестиций и политики, которые считаются чувствительными к окружающей среде.

4. Экологические аудиты отдельных фирм, правительственных ведомств или мероприятий. Существует активный рынок услуг по проведению аудитов, которые определяют воздействие текущей или перспективной деятельности фирмы на окружающую среду и ее потенциальную ответственность. Аудиты обычно, по понятным причинам, носят конфиденциальный характер, однако некоторые фирмы считают целесообразным публиковать их результаты, а те из них, которые имеют отношение к решению о государственных инвестициях, должны быть доступными при условии обеспечения их конфиденциальности.

5. Предварительная оценка и технико-экономическое обоснование, подготавливаемые консультантами в отношении рассматриваемого проекта или политики. При наличии времени аналитик может привлечь консультантов для сбора необходимой информации, включая проведение обследований.

6. Научные исследования. В некоторых случаях — например, крупный и исключительно сложный проект или важный вопрос политики, — может быть оправдана организация программы научных исследований для углубленного изучения проблемы. Продолжительность исследовательских проектов обычно измеряется годами, а не месяцами. Тем не менее, при рассмотрении некоторых проблем может оказаться целесообразным предусмотреть большой предварительный период для изучения и подготовки. Возможно также, что сбор данных будет осуществляться вместе с задачами основного проекта, например, в виде пилотной схемы или проекта, осуществляемого поэтапно, в котором предусмотрен интенсивный сбор данных в рамках мониторинга и обеспечение обратной связи.

Нельзя отрицать, что более полная экономико-экологическая информация представляет собой выгоду, которая послужит улучшению структуры проектов и повышению качества принятия решений: этот фактор получил признание экономистов в концепциях стоимости наличия выбора. Однако для получения полной информации необходимы значительные расходы, а затрачиваемое при этом время представляет собой альтернативные издержки. Зачастую невозможно собрать максимальные или лучшие данные о каждом отдельном аспекте оценки.

После того, как принято решение собрать больше и квалифицированно экономико-экологической информации, необходимо принять еще одно решение о том, следует ли собирать оригинальные данные, относящиеся конкретно к данному проекту, или использовать данные, полученные в ходе выполнения других проектов и которые могут быть адаптированы для достижения поставленной цели на данной территории. Прежде чем принять окончательное решение, необходимо изучить возможность использования соответствующих данных, полученных в других обстоятельствах. Одним из конкретных аспектов этого является растущая практика переноса данных на иные ситуации (по аналогии).

В общем случае, когда отсутствует информация об окружающей среде в рамках конкретного проекта и/или местности, обычно заимствуют средние данные, полученные в других ситуациях (для иллюстрации порядка величины). В ряде исследований эмпирические показатели зависимости между

облесением и плодородием почв, или между эрозией почв и урожайностью культур, полученные в конкретных районах, используются расширительно (в случаях, когда отсутствуют местные эмпирические данные).

Обычно перенос данных “по аналогии” применяется в тех случаях, когда речь идет о нерыночных стоимостях (например, качестве воздуха, воды или рекреации), поскольку их не так легко определить, как рыночные стоимости. Место, в котором получены данные, называют объектом исследования, а проект или район, на которые переносятся данные, называют объектом политики. В некоторых случаях методология, разработанная для объекта исследования, может быть перенесена на объект политики при использовании эмпирических экологических данных, относящихся к этому объекту. В других случаях методология, данные и полученные значения переносятся в совокупности.

Перенос данных рекомендуется применять в тех случаях, когда соблюдаются определенные условия:

- для проведения предварительного (удовлетворительного) нового исследования не имеется информации, достаточных средств, времени или кадров;
- объект исследования аналогичен объекту — образцу;
- объекты исследования расположены в приблизительно идентичных географических, климатических и экономико-экологических условиях;
- идентичность использования природных ресурсов и выбросов (сбросов, захоронения отходов) загрязняющих веществ;
- в обоих случаях рассматриваются аналогичные вопросы (например, предлагаемое изменение политики или характер проекта);
- идентичность возможных экологических рисков и последствий;
- первоначально применялись обоснованные процедуры оценки, и исследование проводилось добросовестно.

Собранная экологическая информация позволяет облегчить управляющим принятие основных экономико-экологических решений.

Информацию собирают и анализируют с помощью вспомогательных систем, которые в своей совокупности и составляют систему экомаркетинговой информации:

- информационный блок данных об экологических потребностях и экологических условиях работы и проживания людей (аналогичный региональный, национальный и международный опыт);
- система данных об экологических свойствах окружающей среды в плане экологических рисков (чувствительность, уязвимость окружающей среды и природных ресурсов к сбросам, выбросам загрязняющих веществ, захоронениям отходов и нерациональному изъятию природных ресурсов, экологическая емкость территорий, регионов, зон);
- системы внутренней отчетности по рациональному использованию и охране природных ресурсов;
- системы сбора внешней текущей экомаркетинговой информации (общий внешний фон, наличие у предприятий квот, сертификатов на использование природных ресурсов и загрязнение окружающей среды и т. д.);

- системы экомаркетинговых исследований;
- нормативно-правовая база;
- системы экомаркетингового контроля.

Экологическая информация, поступающая к управляющим по экомаркетингу, помогает им в решении проблемы экологизации производства (товаров, услуг) и планирования рационального использования и охраны окружающей природной среды.

7. Информирование каждого сотрудника. Кайзен требует, чтобы весь персонал был полностью информирован о своем предприятии. Идея состоит в том, что правильное отношение и поведение будут зависеть от полного понимания и принятия миссии компании, ее экологической культуры, ценностей, планов и опыта работы.

8. Делегирование полномочий каждому сотруднику. Под “делегированием полномочий” подразумевается, что каждому сотруднику даются навыки и возможность действовать в соответствии с предоставленной ему информацией. Работники могут оказывать реальное воздействие на его дела благодаря обучению сотрудников по нескольким специальностям, полномочиям по принятию решений, доступ к информации и бюджетам, системам обратной связи и системам поощрения.

9. Экологическая ответственность. Если считать, что права собственности на окружающую среду принадлежат всему обществу в целом, то предприятия-загрязнители должны нести обязательную ответственность за причиненный ущерб [6, 407]. Если налог на загрязнение или плата за выбросы отражают предельный ущерб, определенный до акта выброса, то в системе обязательной ответственности за ущерб размер компенсации рассчитывается по факту выброса (после него) конкретно для каждого случая. Иначе говоря, нанесшее ущерб предприятие обязано либо каким-то образом его компенсировать, либо провести очистку нарушенного природного объекта, либо выплатить компенсации пострадавшим. С этой целью оформляются специальные документы, закрепляющие обязательства на осуществление природоохранной деятельности под соответствующий залог.

Данный подход особенно эффективен, если число загрязнителей и их жертв ограничено, а размер загрязнения и его состав легко отследить. Необходимо различать аварийные выбросы и восстановление экосистемы после осуществления определенной деятельности (рекультивация земель, обеззараживание территории в результате радиоактивного загрязнения и т. д.). В первом случае предприятие может лишь прогнозировать будущий ущерб и принимать все меры, чтобы его не допустить. Но если такой ущерб будет нанесен, предприятие-виновник полностью должно компенсировать его. В качестве гарантий здесь могут выступать активы предприятий, в том числе страховой полис и т. п. Во втором случае примерные масштабы будущего ущерба известны, если речь идет, например, о добыче полезных ископаемых. В качестве гарантий здесь выступает денежный депозит, внесенный предприятием. Если оно само проведет рекультивацию земель, то получит свой депозит обратно, если нет, то суммы депозита должно хватить, чтобы рекультивацию провел кто-нибудь другой.

Свою ответственность за компенсацию ущерба загрязнитель может переложить на посредника, внося плату за загрязнение по ставкам, соответствующим экономической ответственности ассимиляционного потенциала.

В зависимости от степени загрязнения, размеров ущерба, причиненного экономике страны, посредником может выступать государство, так как предприятие-виновник не в состоянии компенсировать этот ущерб, и оно как бы “не виновно”. Таким примером может быть авария на Чернобыльской АЭС. Так, земельные участки, подвергшиеся радиоактивному и химическому загрязнению, на которых не обеспечивается получение чистой продукции, подлежат исключению из сельскохозяйственного оборота. Производство на этих землях сельскохозяйственной продукции запрещается. При изъятии (выкупе) земель, загрязненных радиоактивными и химическими веществами, возмещение ущерба в полном объеме (включая расходы на улучшение качества земли за время использования земельных участков с учетом кадастровой оценки, а также неполученные доходы) владельцам земли и землепользователям, в том числе арендаторам, должно производиться предприятиями, учреждениями и организациями, деятельность которых привела к радиоактивному и химическому загрязнению. Но, как правило, предприятия-виновники не в состоянии это сделать. Наряду с существующим действующим законодательством государственного управления и контроля на территории радиоактивного загрязнения требуется специальное безотлагательное законодательное регулирование экономических процессов.

Для создания условий дополнительного привлечения финансовых и других средств в зону радиоактивного загрязнения как района повышенной экологической опасности закон должен отражать все льготные условия функционирования экономики на территориях, пострадавших от экологических аварий. Закон должен утверждать права и обязанности развития свободного предпринимательства. Права гарантируют получение льгот и защиту от коммерческих рисков бизнеса. Обязанность — экономическая и юридическая ответственность предпринимателей за нарушение основных условий получения льгот. Экономическая и юридическая ответственность наступает в случаях выпуска продукции, не соответствующей стандартам экологически чистых продуктов питания, нарушения условий аренды, приватизации коммерческих структур (производственных, торговых, рекреационных объектов), использования не по назначению целевых кредитов государственного и коммерческих банков, нарушения утвержденных государством условий торговли товарами, предназначенными для зоны экономического риска. Если предприятие, получившее льготные условия для выпуска экологически чистых продуктов питания (товаров), не производит продукцию соответствующего качества либо реализует ее прочим потребителям, то по отношению к этому предприятию применяются юридические, экономические санкции.

10. “Загрязнитель и пользователь платят полную цену”, этот принцип предусматривает внедрение для загрязнителя стимулов относительно снижения уровня отрицательного влияния на окружающую природную среду и полной ответственности пользователя за состояние предоставленных ему

использование природных ресурсов, а также уменьшение влияния его деятельности (бездеятельности) на состояние этой среды.

11. Контроль за соблюдением качества товара и окружающей природной среды. Предотвращения, которые предусматривает анализ и прогнозирование экологических рисков, основываются на результатах государственной экологической экспертизы, а также проведение государственного мониторинга окружающей природной среды.

12. Направленность деятельности предприятия не на сиюминутный, а на долговременный результат.

13. Применение в единстве и взаимосвязи тактики и стратегии активного приспособления к требованиям потенциальных покупателей, учет нормативной экологической базы в процессе целенаправленного воздействия на покупателей.

Экологическая цель стратегии кайзен может быть использована как эффективное направление повышения конкурентоспособности предприятий, отдельных регионов и страны.

В результате анализа стратегии кайзен можно сделать вывод, что наравне с инновационными стратегиями в области экономики природопользования следует развивать экологоориентированные стратегии кайзен. На сегодняшний день исследования в таком направлении не ведутся. А ведь кайзен — ключ к успеху конкурентоспособности, поэтому можно сказать, что кайзен с учетом экологических целей — ключ к конкурентному успеху экологизации предпринимательства. Кайзен играет ведущую роль в реализации качества путем построения системы обеспечения качества товара, качества окружающей природной среды, оптимальной цены и оптимальных условий. Качество окружающей природной среды — это не только целостная, но и относительно устойчивая совокупность признаков, определяющая специфику данного предмета. Новые экономические условия требуют новой методологии экологизации предпринимательства: экологизации стратегии кайзен.

Литература:

1. Коленсо Майкл. Стратегия кайзен для успешных организационных перемен. — Москва: ИНФРА-М, 2002. — 174 с.
2. Садченко Е. В., Харичков С. К. Экологический маркетинг: понятия, теория, практика и перспективы развития. — Одесса: ИПРЭИ НАН Украины, 2001. — 146 с.
3. Титенберг Том. Экономика природопользования и охрана окружающей среды / Пер. с англ. К. В. Папенова; Под ред. А. Д. Думного и И. М. Потравного. — М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2001. — 591 с.
4. Экономическая оценка проектов и направлений политики в области окружающей среды. Практическое руководство. — France: OECD (для русской версии), 1997. — 174 с.
5. Эндрэс А. Экономика окружающей среды. Введение. — Киев.: НАН Украины, 1995. — 168 с.
6. Эриашвили Н. Д., К. Ховард, Ю. А. Цыпкин и др. Маркетинг: учебник для вузов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. — 623 с.
7. <http://www.sunhome.ru/psychology/11539/p2>
8. <http://www.management.com.ua/finance/fin036.html>
9. <http://www.rainco.ru/main/projects/kaizen.aspx>
10. <http://www.community.rosrabota.ru/post/4019>

О. В. Садченко

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

ЕКОЛОГІЧНА МЕТА СТРАТЕГІЇ КАЙЗЕН

Резюме

Стаття присвячена теоретичним питанням визначення екологічної стратегії кайзен. Екологічна стратегія кайзен являє собою не просто новий концептуальний підхід у стратегії кайзен, вона реально дозволяє продумати й розробити заходи, що мають екологічну цінність, і уникнути від пошуків видів діяльності, а це дозволить поліпшити якість товару (роботи, послуги), цінова пропозиція і якість навколишнього природного середовища, а отже й добробут людей.

Ключові слова: стратегія кайзен, екологічна стратегія кайзен, екологічний маркетинг, конкурентоспроможність, сталий розвиток, екологічні товари й послуги, екобезпека.

E. V. Sadchenko

Odessa I. I. Mechnikov National University

ENVIRONMENTAL STRATEGY GOAL KAIZEN

Summary

The article is dedicated to theoretical questions of the environmental strategy of kaizen. Environmental Strategy kaizen is not just a new conceptual approach to the strategy of kaizen, it actually makes it possible to devise and develop activities with ecological value and to avoid wasteful activity, and this will improve the quality of the goods (works, services), price offer and the quality of the environment, hence the welfare of people.

Key words: strategy kaizen, kaizen environmental strategy, environmental marketing, competitiveness, sustainable development, environmental goods and services, environmental safety.