

УДК 330.15

Карпук А.І., д.е.н., доцент

Національний університет біоресурсів і природокористування України

Василик Н.М., к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

НАПРЯМИ ЗАСТОСУВАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У СФЕРІ ЛІСОКОРИСТУВАННЯ

У статті проведено теоретичне обґрунтування напрямків застосування елементів екологічного менеджменту у сфері лісокористування. Розроблено схему економічного регулювання лісокористування на мікрорівні на засадах екологічного менеджменту. Зосереджено увагу на формах реалізації концепції екологічного маркетингу у лісоресурсній сфері.

Ключові слова: лісокористування, екологічний менеджмент, економічне регулювання, екологічне консультування, екологізація виробництва.

Карпук А. И., Василик Н. М.

НАПРАВЛЕНИЯ ПРИМЕНЕНИЯ ЭЛЕМЕНТОВ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА В СФЕРЕ ЛЕСОПОЛЬЗОВАНИЯ

В статье проведено теоретическое обоснование направлений применения элементов экологического менеджмента в сфере лесопользования. Разработана схема экономического регулирования лесопользования на микроуровне на основе экологического менеджмента. Сосредоточено внимание на формах реализации концепции экологического маркетинга в лесоресурсной сфере.

Ключевые слова: лесопользование, экологический менеджмент, экономическое регулирование, экологическое консультирование, экологизация производства.

Karpuk A., Vasylyk N.

LINES OF ELEMENTS IN ENVIRONMENTAL MANAGEMENT FOREST

This article provides a theoretical justification areas of application elements of environmental management in the forest. The scheme of economic regulation of forest management at the micro level on the basis of environmental management. The emphasis is on ways of implementing the concept of ecological marketing in forest area.

Key words: forest management, environmental management, economic regulation, environmental consulting, greening production.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. В умовах ринкових відносин процес економічного регулювання лісокористування на мікрорівні має враховувати зовнішні цільові орієнтири, передбачати поетапну організацію регуляторних дій, базуватися на використанні інструментів екологічного менеджменту та містити низку підсистем нормативно-методичного, інформаційно-аналітичного, інноваційно-інвестиційного, матеріально-технічного та фінансово-кредитного забезпечення, що дасть змогу усунути негативні відхилення від визначених допустимих (планових) індикаторів еколого-економічної ефективності лісокористування.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Теоретичним обґрунтуванням напрямків застосування елементів екологічного менеджменту у сферу лісокористування займалися багато вітчизняних і зарубіжних учених: І. Антоненко, А. Бородін, А. Вічевич, В. Голян, І. Клейнхоф, Я. Коваль, В. Лавров, П. Лакида, І. Лицур, С. Мельник, Є. Мішенін, А. Петров, В. Пила, М. Римар, І. Синякевич, І. Соловій, В. Сторожук, Ю. Туниця, О. Фурдичко, О. Шубалий, В. Ярема та ін. [1-7; 9; 11]. Але слід зазначити, що кожен з авторів намагається обґрунтувати

окремі елементи екологічного менеджменту чи їх обмежений набір, тоді як важливо розглядати їх у комплексі. Тому, не применшуючи наукові здобутки вказаних дослідників, вважаємо за необхідне систематизувати наукові положення та запропонувати власне бачення перспективних інструментів екологічного менеджменту, які можуть знайти застосування у практичній діяльності вітчизняних лісгосподарських підприємств.

Цілі статті. Мета цього дослідження полягає обґрунтуванні напрямів застосування елементів екологічного менеджменту у сферу лісокористування основі використання сучасної інструментальної бази регулювання еколого-економічних процесів у лісовому секторі.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Останнім часом особливого значення набуває концепція соціально-етичного менеджменту, яка ґрунтується на принципах сталого розвитку і дозволяє гармонізувати інтереси товаровиробників (прибуток), споживачів (задоволення потреб) і суспільства у цілому. Процес економічного регулювання лісокористування на вітчизняних лісових підприємствах повинен базуватися на використанні поширених у зарубіжній практиці екологічного менеджменту інструментів еколого-економічного регулювання лісокористування, а також передбачати належне нормативно-методичне, інформаційно-аналітичне, інноваційно-інвестиційне, матеріально-технічне, фінансово-кредитне забезпечення та здійснюватися за схемою, представленою на рис. 1.

До найбільш важливих інструментів екологічного менеджменту у сфері лісокористування можна віднести: лісову сертифікацію, екологічну стандартизацію, екологічне маркування, екологічні консультації, екологічний аудит, екологічний звіт. Кожен із зазначених інструментів є засобом практичної реалізації концепції сталого розвитку лісокористування. В Україні екологічний менеджмент розвивається відповідно до вимог міжнародної системи стандартизації (ISO 14 000). Він формує попит на продукцію, яка мінімізує негативний вплив на навколишнє природне середовище та здоров'я людини впродовж всього життєвого циклу. Важливим елементом екологічного менеджменту лісових підприємств є сертифікація продукції, що дає можливість виробнику відтворювати знак екологічного маркування на етикетці, а також на документації та рекламних матеріалах підприємства.

Умовою впровадження лісової сертифікації на підприємстві є дотримання сурових принципів та критеріїв сталого розвитку. Екологічне маркування як самостійний інструмент свідчить про відповідність до критеріїв екологічності впродовж усього життєвого циклу продукції: від заготівлі сировини до утилізації, а також дійсно гарантує споживачеві екологічну якість. Знак екологічного маркування надає споживачам інформацію про екологічний пріоритет конкретної продукції та можливість зробити свідомий вибір на свою користь та користь виробника. Крім того, виробник отримує додаткову премію до ціни продукції, і можливість зміцнити свою позицію на ринку [6].

Важливим етапом в розвитку екологічного маркування стало затвердження Кабміном України технічного регламенту з екологічного маркування (від 18 травня 2011 року) [8]. Документ був розроблений Державною екологічною академією на замовлення Мінекології України з урахуванням вимог Регламенту Європейського Парламенту і Ради ЄС. Основна мета екологічного маркування в контексті технічного регламенту полягає в сприянні підвищенню попиту на продукцію, яка має менший негативний вплив на навколишнє природне середовище і стимулюванні поліпшення екологічних характеристик товарів. Оцінка відповідності продукції екологічним критеріям проводиться акредитованим органом з екологічного маркування.



Рис. 1. Схема економічного регулювання лісокористування на мікрорівні на засадах екологічного менеджменту

Як засвідчує досвід розвинутих країн, для стійкого розвитку суспільства, підвищення конкурентоспроможності країни на світовому ринку необхідно розвивати екологічну освіту, яка має формувати екологічний світогляд, що базується на єдності людини і природи. Розвиток екологічної освіти має ґрунтуватися на основі високої культури ставлення до природи і нової системи цінностей, виховання екологічно активного населення, забезпечення можливості отримання основних уявлень про природні екосистеми та шляхи безпечної взаємодії людини та навколишнього середовища [7, с. 215].

Важливими передумовами розвитку екологічного лісокористування мають стати екологічні добровільні ініціативи лісових підприємств та організацій і сформовані екологічні потреби суспільства. Без попиту на екологічно орієнтовану продукцію підприємства не сконцентрують свою увагу на екологізації виробництва. Розвиток системи екологічної освіти може допомогти сформувати екологічно свідомого та вимогливого споживача.

Відносно новим напрямом послуг для вітчизняних підприємств є екологічне консультування, суть якого полягає в підвищенні еколого-економічної ефективності діяльності підприємств, наданні послуг для досягнення поставлених екологічних цілей. Основними клієнтами таких екоконсультаційних (екоконсалтингових) фірм можуть бути великі підприємства, об'єднання підприємств. Залежно від напрямку діяльності підприємства, його розмірів, характеру екологічних проблем екоконсультанти розв'язують найрізноманітніші завдання, починаючи від податкового планування, дослідження нових екологічно орієнтованих ринків, проектування екологічних систем управління виробництвом та закінчуючи юридичним забезпеченням екологічних нововведень, підбором персоналу та формуванням екологічно усвідомленої корпоративної політики компанії [10].

Кінцевим результатом діяльності екоконсультаційних фірм є не лише вирішення екологічних проблем, але й підвищення еколого-економічної ефективності діяльності підприємств у цілому і зростання продуктивності праці кожного працівника, а в деяких випадках – створення конкурентних екологічних переваг та перехід підприємства на якісно новий, екологічний рівень діяльності [2, с. 95].

Складовою частиною екологічного менеджменту є концепція екологічного маркетингу. Вона полягає в орієнтації виробництва і збуту на задоволення екологічно орієнтованих потреб і запитів споживачів, створення і стимулювання попиту на екологічні товари (вироби чи послуги) – економічно та еколого-безпечні у виробництві, споживанні й утилізації. За останні десятиріччя були розвинуті нові концепції екологічного маркетингу, до яких відносяться «зелений маркетинг» та «сталий маркетинг». Зелений маркетинг [326] можна описати як «всеохоплюючий та відповідальний процес менеджменту, який ідентифікує, передбачає та виконує вимоги споживачів ефективним для навколишнього природного середовища способом».

В сучасних умовах до головних завдань екологічного маркетингу лісокористування можна віднести такі:

- формування і розвиток ринку екологічної лісопродукції;
- широке інформування місцевих споживачів щодо її переваг;
- пристосування виробництва лісопродукції до потреб ринків;
- підвищення конкурентоспроможності екологічної лісопродукції.

Для формування екологічних ініціатив лісових підприємств, необхідно

модифікувати стратегії маркетингу з урахуванням екологічного чинника. Основними компонентами стратегії екологічного розподілу лісопродукції є оптимізація шляхів постачання, зменшення витрачання ресурсів на пакування товарів, можливість повторної переробки продукції [1].

Згідно проведених досліджень [11], часто споживачі недостатньо поінформовані щодо проблем навколишнього середовища і дій, які приймаються компаніями для зменшення тиску на навколишнє середовище. Лісові підприємства для просування екологічної лісопродукції повинні: 1) інформувати споживачів про проблеми навколишнього середовища і важливу роль екологізації виробництва у вирішенні цих проблем; 2) показувати переваги екологічної продукції для здоров'я та збереження навколишнього середовища; 3) використовувати медійні засоби інформування.

Таким чином, головне завдання маркетологів полягає в перенаправленні потреб споживачів у русло споживання еколого-безпечної продукції. Досягти цього можна за допомогою зазначених вище заходів – належного інформаційного забезпечення та консультацій. Звичайно, що і державна політика екологізації виробництва повинна проводитись на всіх рівнях лісових відносин. В Україні екологічні потреби залишаються другорядними внаслідок незадоволення базових потреб населення. Низький життєвий рівень зводить потреби українців до мінімуму. Проте з ростом економіки і доходів громадян можна очікувати, що інструменти екологічного маркетингу відіграватимуть більш вагомую роль у відносинах товаровиробників і споживачів в нашій країні.

Висновки. Використовуючи інструменти екологічного менеджменту лісові підприємства зможуть забезпечити організацію неперервного багатоцільового використання лісів, врахування екологічних критеріїв, підвищення інвестиційної привабливості і конкурентоспроможності галузі. Впровадження в практику лісового комплексу механізмів екологізації виробництва сприятиме формуванню позитивного іміджу вітчизняних лісових підприємств як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках, підвищенню конкурентоспроможності лісової продукції на екологічно чутливих ринках, поліпшенню інвестиційної привабливості лісової галузі, інноваційному оновленню виробництва, зменшенню нелегального обігу лісопродукції тощо. Таким чином, екологізація виробництва на рівні лісове господарство-лісовий бізнес дозволить вирішити комплекс економічних, соціальних й екологічних проблем, а тому безперечно повинна мати підтримку і з боку держави.

Список використаних джерел:

1. Бородин А. М. Экология в современном мире. управление предприятием и экология: перспективы экомаркетинга и экоаудита / А. М. Бородин [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ecsocman.hse.ru>.
2. Вічевич А.М. Екологічний маркетинг : навч. посібник / А.М. Вічевич, Т.В. Вайданич, І.І. Дідович, А.П. Дідович. – Л. : Афіша, 2003. – 242 с.
3. Голян В.А. Механізм стимулювання розвитку лісоресурсної сфери : [монографія] / В.А. Голян, О.М. Шубалий, Н.М. Василик. – Луцьк : ПВД «Твердиня», 2012. – 376 с.
4. Карпук А. І. Економічне регулювання лісокористування в ринкових умовах : [монографія] / А. І. Карпук – Луцьк: Твердиня, 2012. – 492 с.
5. Лавров В.В. Проблеми запровадження інституту лісової сертифікації в Україні: умови розвитку та узгодження міжнародних та національних нормативно-правових рамок / В.В. Лавров, Г.В. Бондарук // Науковий вісник. – 2004, вип. 14.2. – С. 109–115.
6. Офіційний сайт Програми екологічного маркування в Україні [Електронний ресурс] // ВГО «Жива планета». – Режим доступу: <http://ecolabel.org.ua>.
7. Основи екології. Екологічна економіка та управління природокористуванням: підручник / [Л.Г. Мельник, М.К. Шапочка, О.Ф. Балацький та ін.]; за заг. ред. Л.Г. Мельника та М.К. Шапочки. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2005. – 759 с.

8. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Технічного регламенту з екологічного маркування» станом на 18 травня 2011 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>.
9. Синякевич І. Концепція щодо формування системи інструментів національної екологічної політики // Економіка України. – 2002. – №7. – С. 70–77.
10. Ярема В. І. Використання інструментів екологічного маркетингу в реалізації концепції сталого розвитку регіону / В. І. Ярема, О. Д. Лендел, К. І. Мишко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 4. – Т. I. – С. 222–232.
11. Kärnä J. Environmental Marketing Strategy and its Implementation in Forest Industries / J. Kärnä [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ethesis.helsinki.fi>.

Рецензент д.е.н., професор Голян В.А.