

Розділ 5

Екологічний маркетинг та менеджмент

УДК 502.15:334.722

Прокопенко Ольга Володимирівна,
*д-р екон. наук, професор, декан факультету економіки та менеджменту,
завідувач кафедри економічної теорії Сумського державного університету;*
Школа Вікторія Юрївна,
*канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економічної теорії
Сумського державного університету*

УПРАВЛІННЯ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ ЕКОМАРКЕТИНГУ

Розкрито економічну сутність еколого-економічної безпеки та визначено основні методологічні підходи до її дослідження. Обґрунтовано необхідність розвитку підприємства на засадах екологічного маркетингу. Запропоновано методику оцінки відповідності екологічних товарів інтересам різних суб'єктів ринку.

Ключові слова: екологічний маркетинг, екологічний товар, еколого-економічна безпека, підприємство, ринок.

Постановка проблеми. Останніми десятиліттями проявляється стійка тенденція до контролю за забрудненням і збереженням довкілля як одного з основних принципів виробництва і споживання товарів. З огляду на це серед ряду концепцій розвитку підприємства особливої актуальності набуває концепція екологічного маркетингу, яка відповідає концепції сталого розвитку, дозволяє гармонізувати інтереси всіх суб'єктів ринку, сприяє зростанню еколого-економічної безпеки підприємства-виробника та національної безпеки держави.

Аналіз публікацій. Концептуальні засади забезпечення економічної безпеки на різних її рівнях досліджувалися такими вітчизняними та зарубіжними науковцями, як Ілляшенко С.М. [4], Барановський О.І., Герасименко Л.В., Користін О.Є. [6], Геєць В.М., Кизим М.О., Клебанова Т.С., Черняк О.І. [7], Реверчук Н.Й. [10], Олейнікова Є.О. [14] та іншими. Розвиток економічної думки в напрямку формування наукових підходів щодо забезпечення екологічної безпеки сформульований у працях Балацького О.Ф. [1], Дорогунцова С.І. [3], Качинського А.Б. [5], Орлова О.І. [8], Реймерса М.Ф. [11], Хлобистова Є.В. [12], Данілішина Б.М., Шевченко І.В. [13] та ін. Однак, незважаючи на достатньо глибокі та вагомні наукові здобутки із зазначених питань, проблема наскрізного управління еколого-економічною безпекою виробництва та споживання на різних рівнях залишається невирішеною.

Метою роботи є розвиток теоретичних та науково-методичних основ управління

еколого-економічною безпекою підприємства на засадах екологічного маркетингу. Для її досягнення поставлено такі завдання: дослідити економічну сутність категорії «еколого-економічна безпека підприємства»; визначити основні науково-методологічні підходи до дослідження еколого-економічної безпеки; науково обґрунтувати доцільність розвитку підприємства на основі концепції екологічного маркетингу; розробити методичний підхід до управління еколого-економічною безпекою підприємства на основі оцінки відповідності екологічних товарів інтересам усіх суб'єктів ринку.

Викладення основного матеріалу. Концепція екологічного маркетингу орієнтує виробників на задоволення екологічно орієнтованих потреб (існуючих та потенційних) і запитів споживачів, створення і стимулювання попиту на екологічні товари (вироби чи послуги) – економічно ефективні й екологічно безпечні у виробництві, споживанні та утилізації. Її дотримання дозволяє забезпечити підприємству еколого-економічну безпеку в довгостроковій перспективі.

Розглядаючи підприємство як соціально-еколого-економічну систему (СЕЕС) нижчого рівня (по відношенню до регіону та держави), його еколого-економічна безпека означає такий стан глобальної стійкості та динамічної рівноваги СЕЕС, за якого забезпечується надійне існування, відтворення та розвиток. Такий підхід до розуміння еколого-економічної безпеки дозволяє розглядати її як функцію системи, спрямовану на досягнення її максимальної ефективності, мінімальне порушення її рівноваги внаслідок зовнішніх впливів, підвищення стійкості до них, збереження здатності до саморегенерації та самоорганізації. Еколого-економічна безпека повинна забезпечувати таку внутрішню взаємодію елементів СЕЕС, за якої високі темпи розширеного відтворення виробництва, економічного зростання і підвищення добробуту супроводжуються збереженням та покращанням навколишнього середовища. Виходячи з цього, дослідження еколого-економічної безпеки можна здійснювати за двома напрямками – «вплив СЕЕС на довкілля» та «сприйняття СЕЕС реакції суб'єктів ринку на характер її дії», які відповідають таким методологічним підходам: 1) на основі вивчення рівня навантаження СЕЕС на навколишнє середовище, тобто за показниками рівня екологічної безпеки; 2) на основі аналізу та оцінки показників стану СЕЕС. Застосовуючи комплексно ці два підходи, авторами доведено пріоритетність саме екологізації виробництва та споживання для забезпечення еколого-економічної безпеки всіх суб'єктів ринку. Вплив переорієнтування підприємства на виробництво екологічних товарів, на екологічну безпеку показано на рис. 1.

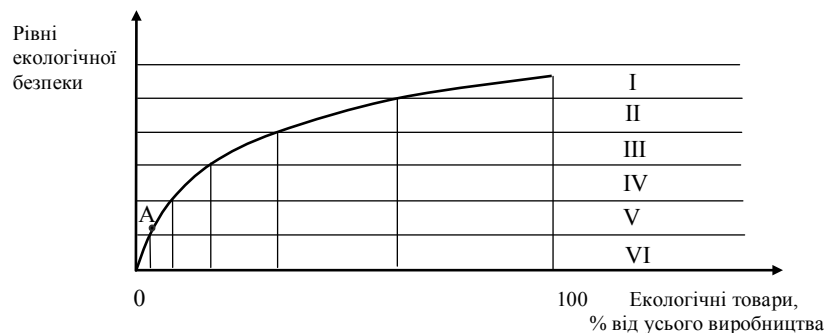


Рисунок 1 – Залежність рівня екологічної безпеки від частини екологічних товарів

Загалом у наукових дослідженнях [2] виділяють такі рівні екологічної безпеки: I – природний – не змінений безпосередньо господарською діяльністю людини (місцева природа «відчуває» тільки слабкі опосередковані впливи від глобальних антропогенних змін); II – рівноважний – швидкість відновних процесів вища чи дорівнює темпам антропогенних порушень; III – кризовий – швидкість антропогенних порушень перевищує темп самовідновлення природи, але ще не відбувається корінної зміни природних систем; IV – критичний – відновна заміна попередніх екологічних систем під антропогенним тиском на менш продуктивні (часткове утворення пустель); V – катастрофічний – важковідновна заміна попередніх екологічних систем під антропогенним тиском на менш продуктивні, закріплення малопродуктивних екосистем (утворення пустель); VI – колапс – безвідновна втрата біологічної продуктивності. Рівні I-II екологічної безпеки забезпечують ідеальні умови функціонування, відтворення та розвитку людства, рівні III-IV ставлять під загрозу функціонування, відтворення та розвиток прийдешніх поколінь, V рівень – нинішнього й прийдешніх поколінь, VI – призводить до загибелі людства (та інших біологічних видів) [9].

На рис. 1 подано залежність у довгостроковій перспективі рівня екологічної безпеки від частини екологічних товарів у загальному обсязі виробництва. Крива залежності має вигнутий профіль через те, що складові екодеструктивного впливу на довкілля накладаються одна на одну, зумовлюючи збільшення загального впливу. Ця крива не торкається межі I рівня екологічної безпеки, оскільки навіть при 100 % виробництві екологічних товарів деякий екодеструктивний вплив на довкілля все одно буде (звичайно, у разі, якщо в майбутньому не зможуть забезпечувати їжу, житло тощо синтезуванням сонячної енергії і т. п.). Кривизна графіка на рис. 1 змінюється залежно від обсягів виробництва. При їхньому зростанні частина екологічних товарів, яку необхідно виробляти, прогресивно зростає.

У короткостроковий період, коли організаційно-економічні механізми управління виробничо-господарською діяльністю підприємства залишаються незмінними, показники, за якими проводиться обґрунтування переходу з одного рівня екологічної безпеки на інший, можна схематично подати у вигляді графіків (рис. 2, 3). На рис. 2 зображено окремі складові витрат і прибутків при орієнтуванні виробництва і споживання на екологічні товари; на рис. 3 – сумарні витрати й прибутки.

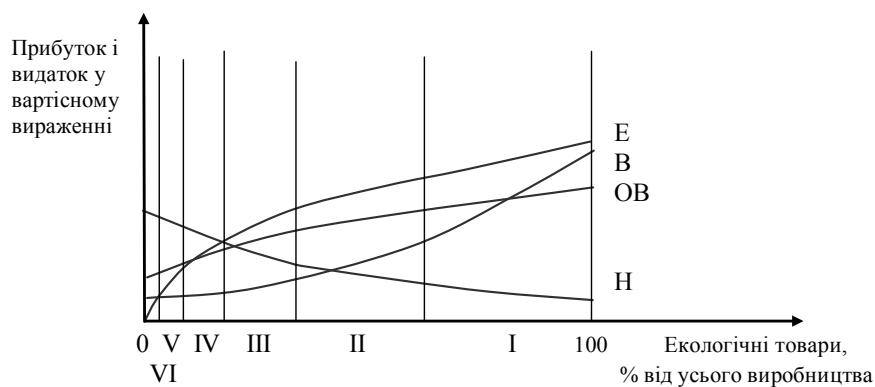


Рисунок 2 – Показники, що характеризують результати та витрати, пов'язані з переходами між рівнями екологічної безпеки

Заштрихована область на рис. 3 показує область перевищення прибутків над витратами. Витрати, пов'язані з переходом з одного рівня екологічної безпеки на інший, доцільні до точки перетину кривих витрат та прибутків. Тобто доцільним є перехід до рівня II екологічної безпеки. Витрати ж, пов'язані з переходом на рівень I, перевищують відповідні прибутки.

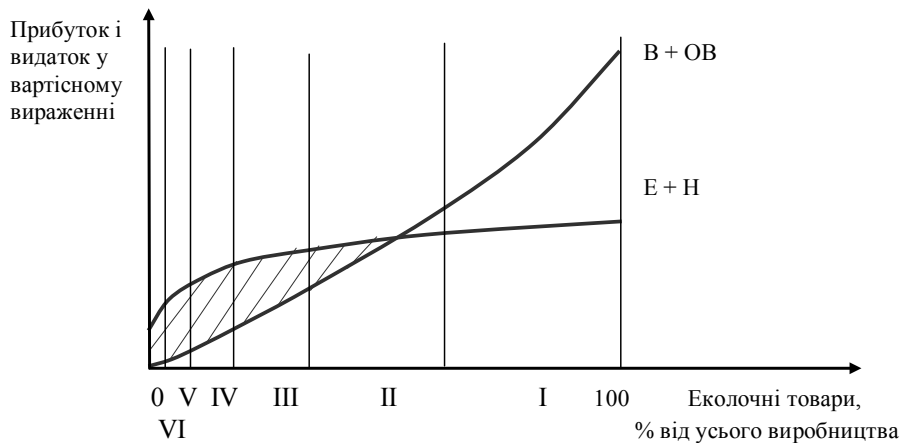


Рисунок 3 – Прибутки та витрати, пов'язані з переходами між рівнями екологічної безпеки

Отже, дослідження зміни рівня екологічної безпеки доводить необхідність формування бізнес-портфеля підприємства на основі екологічних товарів та екологічних послуг, які найбільшою мірою відповідають інтересам усіх суб'єктів ринку. Це дозволить обійтися без зайвих витрат, а також сподіватися на довгу тривалість життєвого циклу такого екологічного товару.

Оцінку ступеня відповідності екологічних товарів інтересам кожного із суб'єктів ринку необхідно здійснювати на основі аналізу відповідності цим інтересам певних характеристик (функцій) товарів (детальніше див. [9]). Для отримання достовірних результатів потрібно залучати безпосередньо споживачів (для оцінки відповідності товарів інтересам споживачів), представників підприємств (для оцінки відповідності інтересам виробників), а також представників державних і суспільних інститутів (для оцінки відповідності інтересам держави та суспільства в цілому). Тобто слід сформувати три групи експертів. Для отримання достовірних результатів ці групи не повинні бути однорідними. Так, для представників підприємства інтереси, а звідси й виділені оцінні характеристики, їхні вагомість різні для ради директорів (вони в першу чергу звернуть увагу на прибутковість і якість), керівника виробничого відділу (скорочення часу простою обладнання, зниження витрат на його обслуговування), дослідника та конструктора (сумісність з іншими елементами, продуктивність), відділу постачання (ціна, скидки, якість, умови постачання) тощо.

Оцінка відповідності інтересам кожного із суб'єктів ринку обраними групами експертів проводиться в такій послідовності:

1. Кожним експертом визначаються характеристики товарів, за якими буде

проводитись оцінка. При цьому до уваги беруться не лише ті характеристики, що властиві тільки екологічним товарам і відрізняють їх від інших товарів, а й спільні для всіх товарів характеристики.

2. Групами експертів аналізуються виділені кожним експертом характеристики, визначається перелік характеристик, за яким проводитиметься оцінка. Для нейтралізації впливу кількості характеристик, що відповідають інтересам суб'єктів ринку однієї групи, такі характеристики потрібно об'єднувати в групи.

3. На основі обраних характеристик будуються оцінні таблиці окремо для оцінки відповідності інтересам кожного із суб'єктів ринку – споживачів, виробників, державних і суспільних інститутів (для попарного порівняння груп характеристик – табл. 1, для оцінки відповідності груп характеристик товарів інтересам конкретного суб'єкта ринку – табл. 2) та розробляється лист рекомендацій щодо їхнього заповнення.

Таблиця 1 – Попарне порівняння груп характеристик екологічних товарів

Групи характеристик товарів	X_{S_1}	...	X_{S_i}	...	X_{S_n}	Сума	Вагомість
X_{S_1}			0	1	1	RS_1	VS_1
...	0		0	1	1
X_{S_i}	1			0	0	RS_i	VS_i
...	0		1		0
X_{S_n}	0		1	1		RS_n	VS_n

У табл. 1 потрібно виконувати попарне порівняння груп характеристик, що є необхідним для оцінки вагомості характеристик. Переваги цього підходу особливо значні при великій кількості характеристик, які беруться до уваги, коли їх неможливо інтуїтивно розподілити за рангами, тим більше визначити вагомість. Експерти оцінюють кожний із критеріїв за такою шкалою: «0» – характеристика в даному стовпчику важливіша за характеристику в даному рядку, «1» – характеристика в даному рядку важливіша за характеристику в даному стовпчику. Числа підсумовують за рядками. Більшій сумі відповідає більш високий ранг характеристики.

Таблиця 2 – Оцінка відповідності екологічного товару інтересам конкретного суб'єкта (виробника, споживача і т. д.) ринкової діяльності

Групи характеристик товару	Відповідність інтересам s-го суб'єкта ринку				
	Повністю відповідає (4)	Достатньо повно відповідає (3)	Частково відповідає (2)	Практично не відповідає (1)	Повністю не відповідає (0)
X_{S_1}	1				
...					
X_{S_i}			1		
...					
X_{S_n}		1			

Усі групи характеристик можна розділити на окремі характеристики. Але це слід робити для отримання більш точної оцінки, що рідко коли є доцільним.

Таким чином, формується комплекс із трьох (якщо оцінювати відповідність інтересам тільки трьох суб'єктів ринку) таблиць типу табл. 1 і трьох типу 2 для оцінки кожного з альтернативних товарів.

4. Виконується обробка отриманих експертних даних окремо по кожному суб'єкту ринку.

4.1. Визначається вагомість кожної з груп оцінних характеристик V_{S_i} для оцінки відповідності інтересам s -го суб'єкта ринка за формулою

$$V_{S_i} = \frac{1}{k} \cdot \frac{\sum_{j=1}^k R_{S_{ij}}}{\sum_{i=1}^n R_{S_{ij}}}, \quad (1)$$

де R_{ij} – кількість позначок «1» в рядку табл. 1, який відповідає i -й групі характеристик для оцінки відповідності інтересам s -го суб'єкта ринку, проставлених j -м експертом; i – номер за порядком групи характеристик; n – кількість груп характеристик, за якими проводиться оцінка; j – номер за порядком експерта, який провів оцінку; k – кількість експертів, які проводили оцінку.

4.2. Виконується оцінка відповідності товару інтересам s -го суб'єкта ринку, виконана j -м експертом у табл. 2, O_{S_j} за формулою

$$O_{S_j} = \frac{1}{n} \cdot \sum_{i=1}^n O_{S_{ji}} \cdot V_{S_i}, \quad (2)$$

де $O_{S_{ij}}$ – кількісна оцінка відповідності i -ї групи характеристик товару інтересам s -го суб'єкта ринку екологічних товарів, виконана j -м експертом.

4.3. Сукупна оцінка відповідності товару інтересам s -го суб'єкта ринку O_s знаходиться як середнє арифметичне оцінок, виконаних кожним з експертів, за формулою

$$O_s = \frac{1}{k} \cdot \sum_{j=1}^k O_{S_j}. \quad (3)$$

Оцінки задоволення екологічним товаром інтересів s -го суб'єкта ринку, виконані окремими експертами, у більшості випадків відрізняються від сукупної оцінки. Така відмінність говорить про те, що ринок, на який передбачається виводити екологічний товар, дещо різномірний. А тому екологічний товар, який оцінюється, відповідатиме інтересам суб'єктів окремих сегментів ринку різною мірою. Тобто чим більшим є розкид оцінок, тим менша кількість суб'єктів ринку, на підтримку яких можна розраховувати при орієнтуванні на виробництво певного екологічного товару. Розкид оцінок може також свідчити про можливість того, що інтереси було оцінено не зовсім правильно, про можливість зміни інтересів під час реалізації проекту в бік інтересів меншості суб'єктів ринку, оцінка яких відхилилася від сукупної. І як наслідок цього можливим є зменшення обсягів збуту, втрата ринку збуту, недоотримання прибутків, недостатність запланованих обсягів матеріальних і фінансових ресурсів для реалізації проекту, припинення діяльності внаслідок опору державних і суспільних інститутів.

Тому необхідно враховувати також ступінь достовірності оцінок відповідності товару інтересам суб'єктів ринку екологічних товарів. Вимірювати ступінь достовірності оцінок можна за допомогою стандартного відхилення за формулою

$$\sigma = \sqrt{\sum_{j=1}^k (O_s - O_{S_j})^2 \cdot \frac{1}{k}}. \quad (4)$$

Таким чином, достовірна оцінка відповідності товару інтересам s -го суб'єкта ринку O_{sd} знаходиться за формулою

$$O_{sd} = O_s \pm \partial_s. \quad (5)$$

4.4. Аналогічним чином виконується оцінка кожного товару з ряду альтернативних. Теоретично оцінки можуть набувати значення від 0 до 4.

Товари, для яких хоча б одна оцінка відповідності інтересам суб'єкта ринку хоча б однієї з груп характеристик нижча ніж 2, виключаються з подальшого розгляду. Для товарів, що залишилися, знаходиться інтегральна оцінка відповідності екологічного товару інтересам усіх суб'єктів ринку:

$$O = \frac{1}{m} \cdot \sum_{i=1}^m O_s, \quad (6)$$

де m – кількість суб'єктів ринку, відповідність інтересам яких оцінюється.

Для отримання більшої точності інтегральну оцінку потрібно знаходити як середньозважене оцінок O_s . Максимальна оцінка відповідатиме кращому товару з погляду задоволення інтересів усіх суб'єктів. Саме на виробництво товарів з максимальною та близькою до максимальної оцінкою неорбхідно орієнтуватися для формування на їхній базі цільових ринків екологічних товарів.

Прийняття рішень щодо відбору прийнятних варіантів потрібно виконувати за допомогою табл. 3, де показано залежність рівня сукупних очікуваних витрат, пов'язаних з формуванням ринку екологічних інновацій, від ступеня відповідності інтересам суб'єктів ринку. Так, при повній відповідності суб'єкти ринку не несуть витрат, пов'язаних із впливом на інших суб'єктів ринку. Відповідно і сукупні очікувані прибутки в цьому випадку більші, ніж при неповній відповідності.

Таблиця 3 – Таблиця рішень для відбору прийнятних варіантів

Оцінка	Відповідність інтересам суб'єктів ринку	Рівень очікуваних витрат	Рівень очікуваних прибутків	Рішення
$3,8 < O \leq 4$	Повна	Низькі	Високі	Прийняти варіант
$2,9 < O \leq 3,8$	Достатньо повна	Помірні	Помірні	Виконати уточнювальний аналіз варіанту
$2 \leq O \leq 2,9$	Часткова	Високі	Низькі	Необхідно провести подальші поглиблені дослідження

Ініціаторами такої оцінки може бути виробник – для обґрунтування вибору оптимального напрямку розширення виробництва, а також інвестори, державні та суспільні інститути – з метою вибору оптимального напрямку вкладення інвестицій.

Практичну реалізацію методики оцінки відповідності екологічної інновації інтересам різних суб'єктів ринку покажемо на умовному прикладі. Основні групи характеристик, які використані для оцінки відповідності екологічної інновації інтересам споживачів, виробників, суспільства та оцінку їхніх вагомостей за даними одного з експертів для умовного прикладу наведено в табл. 4-6. Оцінки відповідності груп характеристик екоінновації інтересам суб'єктів ринку за даними одного експерта наведено в табл. 7-9.

Таблиця 4 – Оцінка вагомості груп характеристик екологічної інновації інтересам споживача (дані умовні)

Групи характеристик	X1 ₁	X1 ₂	X1 ₃	X1 ₄	X1 ₅	X1 ₆	X1 ₇	X1 ₈	Сума	Вагомість
X1 ₁ – Забезпечення здоров'я		1	1	1	0	1	0	1	5	0,17
X1 ₂ – Економія під час експлуатації та утилізації	0		1	0	0	1	0	0	2	0,07
X1 ₃ – Низька ціна товару	0	0		0	0	1	0	0	1	0,03
X1 ₄ – Виконання кількох функцій	0	1	1		0	1	0	1	4	0,14
X1 ₅ – Безпека споживання	1	1	1	1		1	0	1	6	0,21
X1 ₆ – Надійність в експлуатації, низькі витрати на ремонт і обслуговування	0	0	0	0	0		1	0	1	0,03
X1 ₇ – Придатність до використання в конкретних умовах	1	1	1	1	1	1		0	6	0,21
X1 ₈ – Зручність, простота, комфортність у користуванні	0	1	1	0	0	1	1		4	0,14

Таблиця 5 – Оцінка вагомості груп характеристик екологічної інновації інтересам виробника (дані умовні)

Групи характеристик	X2 ₁	X2 ₂	X2 ₃	X2 ₄	X2 ₅	X2 ₆	X2 ₇	Сума	Вагомість
X2 ₁ – Зниження екологічних податків, штрафів		1	0	0	0	1	1	3	0,14
X2 ₂ – Можливість розширення існуючих і завоювання нових ринків збуту	0		0	0	0	1	1	2	0,10
X2 ₃ – Забезпечення здоров'я працівників	1	1		0	1	0	1	4	0,19
X2 ₄ – Підвищення прибутків	1	1	1		1	0	0	4	0,19
X2 ₅ – Зниження собівартості виробництва	1	1	0	0		0	1	3	0,14
X2 ₆ – Безпека виробництва	0	0	1	1	1		0	3	0,14
X2 ₇ – Підвищення статусу підприємства	0	0	0	1	0	1		2	0,10

Таблиця 6 – Оцінка вагомості груп характеристик екоінновації інтересам суспільних і державних інститутів (дані умовні)

Групи характеристик	X3 ₁	X3 ₂	X3 ₃	X3 ₄	X3 ₅	Сума	Вагомість
X3 ₁ – Підвищення рівня екологічної безпеки		1	1	0	1	3	0,34
X3 ₂ – Піднесення національної економіки	0		1	0	1	2	0,17
X3 ₃ – Забезпечення конкурентоспроможності країни	0	1		0	0	1	0,08
X3 ₄ – Забезпечення здоров'я нації	1	1	1		1	4	0,33
X3 ₅ – Поповнення державного бюджету	0	0	1	0		1	0,08

Таблиця 7 – Оцінка відповідності екоінновації інтересам споживача (дані умовні)

Групи характеристик	Повністю відповідає (4)	Достатньо повно відповідає (3)	Частково відповідає (2)	Практично не відповідає (1)	Повністю не відповідає (0)
X1 ₁	1				
X1 ₂		1			
X1 ₃			1		
X1 ₄		1			
X1 ₅	1				
X1 ₆		1			
X1 ₇	1				
X1 ₈	1				

Таблиця 8 – Оцінка відповідності екоінновації інтересам виробника (дані умовні)

Групи характеристик	Повністю відповідає (4)	Достатньо повно відповідає (3)	Частково відповідає (2)	Практично не відповідає (1)	Повністю не відповідає (0)
X2 ₁	1				
X2 ₂		1			
X2 ₃	1				
X2 ₄	1				
X2 ₅		1			
X2 ₆	1				
X2 ₇	1				

Таблиця 9 – Оцінка відповідності екоінновації інтересам суспільних і державних інститутів (дані умовні)

Групи характеристик	Повністю відповідає (4)	Достатньо повно відповідає (3)	Частково відповідає (2)	Практично не відповідає (1)	Повністю не відповідає (0)
X3 ₁	1				
X3 ₂	1				
X3 ₃		1			
X3 ₄	1				
X3 ₅		1			

На основі отриманих вагомостей груп характеристик екоінновацій і даних табл. 7-9 за формулою (3) обчислено оцінки відповідності екологічної інновації інтересам споживачів (O_1), виробників (O_2) та суспільних і державних інститутів (O_3), які становлять:

$$O_1 = 0,17 \cdot 4 + 0,07 \cdot 3 + 0,03 \cdot 2 + 0,14 \cdot 3 + 0,21 \cdot 4 + 0,03 \cdot 3 + 0,21 \cdot 4 + 0,14 \cdot 4 = 3,7;$$

$$O_2 = 0,14 \cdot 4 + 0,10 \cdot 3 + 0,19 \cdot 4 + 0,19 \cdot 4 + 0,14 \cdot 3 + 0,14 \cdot 4 + 0,10 \cdot 4 = 3,76;$$

$$O_3 = 0,34 \cdot 4 + 0,17 \cdot 4 + 0,08 \cdot 3 + 0,33 \cdot 4 + 0,08 \cdot 3 = 3,84.$$

Тобто оцінка свідчить про прийнятність виробництва та споживання екоінновації, що підтверджується загальною оцінкою відповідності екологічної інновації інтересам усіх суб'єктів ринку за визначеними групами характеристик (див. табл. 3).

$$O = \frac{3,7 + 3,76 + 3,84}{3} = 3,8.$$

Висновки та перспективи подальших розробок. Таким чином, запровадження екологічної інновації у сферу виробництва та споживання сприятиме забезпеченню еколого-економічної безпеки не лише суб'єкта господарювання-виробника, а й зростанню національної безпеки країни.

Результати наукового дослідження дозволяють у подальшому розробити наскрізну модель управління еколого-економічною безпекою СЕЕС на різних рівнях з урахуванням основних положень концепції екологічного маркетингу.

1. Балацкий О.Ф. Антология экономики чистой среды / О.Ф. Балацкий. – Сумы : ИТД «Университетская книга», 2007. – 272 с.

2. Галушкіна Т.П. Экономические инструменты экологического менеджмента (теория и практика) / Т.П. Галушкіна // Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины. – Одесса, 2000. – 280 с.
3. Дорогунцов С.І. Державне регулювання техногенно-екологічної безпеки в регіонах України / С.І. Дорогунцов, А.М. Федорищева // Економіка України. – 2002. – № 4. – С. 70-76.
4. Ілляшенко С.М. Економічна безпека підприємства / С.М. Ілляшенко // Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника. – Суми : Університетська книга, 2012. – С. 803-818.
5. Качинський А.Б. Екологічна безпека України: системний аналіз перспектив покращення / А.Б. Качинський – К. : НІСД, 2001. – 311 с.
6. Користін О.Є. Економічна безпека : навч. посіб. / О.Є. Користін, О.І. Барановський, Л.В. Герасименко. – К. : КНУВС, 2010. – 368 с.
7. Моделювання економічної безпеки : держава, регіон, підприємство / В.М. Геєць, М.О. Кизим, Т.С. Клебанова, О.І. Черняк. – Х., 2006. – 240 с.
8. Орлов А.И. Проблемы управления экологической безопасностью. Итоги двадцати лет научных исследований и преподавания / А.И. Орлов. – Saarbrücken: Palmarium Academic Publishing, 2012. – 344 с.
9. Прокопенко О.В. Економічні основи формування ринку екологічних товарів : дис. ... канд. економ. наук : 08.08.01 / О.В. Прокопенко. – Суми, 2001. – 235 с.
10. Реверчук Н.Й. Управління економічною безпекою підприємницьких структур : монографія / Н.Й. Реверчук. – Львів : ЛБІ НБУ, 2004. – 195 с.
11. Реймерс Н.Ф. Концептуальная экология. Надежды на выживание человечества / Н.Ф. Реймерс. – М., 1992.
12. Хлобистов Є.В. Екологічна безпека трансформаційної економіки / Є.В. Хлобистов. – К. : Агентство «Чорнобильінтерінформ», 2004. – 336 с.
13. Шевченко І.В. Соціально-економічні проблеми екологічної безпеки : монографія / І.В. Шевченко; за наук. ред. д.е.н., проф., акад. НАН України Б.М. Данилишина // РВПС України НАН України. – К. : ВГЛ «Обрії», 2009. – 194 с.
14. Экономическая и национальная безопасность : учебник / под ред. Е.А. Олейникова. – М. : Издательство «Экзамен», 2004. – 768 с.

О.В. Прокопенко, В.Ю. Школа

Управление эколого-экономической безопасностью предприятия на основе екомаркетинга

Раскрыта экономическая сущность эколого-экономической безопасности и определены основные методологические подходы к ее исследованию. Обоснована необходимость развития предприятия на основе концепции экологического маркетинга. Предложена методика оценки соответствия экологических товаров интересам разных субъектов рынка.

Ключевые слова: экологический маркетинг, экологический товар, эколого-экономическая безопасность, предприятие, рынок.

O.V. Prokopenko, V.Yu. Shkola

Controlling of the ecological and economic enterprise security on the bases of ecomarketing

The author of the article described the ecological and economic security concept and defined main methodological approaches to its research. The necessity of the enterprise development on the bases of ecological marketing was grounded. An estimation procedure that shows ecological goods corresponds to different market subjects' interests was suggested.

Keywords: ecological marketing, ecological good, ecological and economic security, enterprise, market.

Отримано 18.10.2012 р.