

КЛАСИФІКАЦІЯ ВИДІВ ЕКОЛОГІЧНИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА

студентка гр. МКмс-41/2с Білан М.І.
Сумський державний університет (Україна)

Екологічна стратегія на підприємстві визначається двома аспектами: екологічною спрямованістю, яка визначається розумінням важливості екологічних проблем перед компаніями та стратегією, в якій екологічна складова інтегрується з економічною і стає єдиною системою [1].

Впровадження в діяльність екологічної політики може позитивно вплинути на ряд факторів, таких як валовий і чистий прибуток, собівартість, коефіцієнт оборотності основних фондів та ін..

Цілі впровадження екологічної стратегії:

- ✓ Визнання та впровадження глобальних екологічних тенденцій до екологізації;
- ✓ Підвищення рівня задоволення різних зацікавлених сторін продукцією;
- ✓ Робота на довгострокові перспективи (собівартість, рентабельність);
- ✓ Пошук оптимальної стратегії: поєднання економічних та екологічних факторів для покращення готової продукції;
- ✓ Зниження витрат за рахунок впровадження екологічно прийнятних систем роботи підприємства;
- ✓ Зниження та мінімізація управлінських ризиків в правовому полі.

Створення екологічної стратегії – унікальний процес, оскільки кожне підприємство має обрати не тільки її вид, але і можливість її впровадження, шляхи реалізації та поєднання її з іншими стратегіями. Формування такої стратегії полягає передусім у створенні екологічного фактору, як конкурентної переваги, яка виділяє підприємство серед аналогічних. Розробка стратегії передбачає:

- ✓ Розробка загальної екологічної політики
- ✓ Визначення на її основі конкурентних переваг, як для кожного окремого товару так і для підприємства загалом
- ✓ Перевірка та впровадження стратегії з роботою інших стратегій підприємства для забезпечення їх повної взаємодії.



Рис.1 Види екологічних стратегій підприємства

Важливим елементом стратегії є підключення працівників підприємства, оскільки їх поінформованість про пріоритетність екологічної складової досить важлива. Кожен відділ має розуміти, що однією з головних цілей має бути екологічна складова, а тому це вплине на розробки товарів, їх прототипів, тестування та інші етапи роботи з товаром.

Поінформованість один з найважливіших аспектів екологізації підприємства. Так, кожна ланка, що зіштовхується з товаром має розуміти цю його перевагу. Саме тому екологічна стратегія має тісний взаємозв'язок з маркетинговою, та в сукупності подає першу як перевагу товару та закріплює в усвідомленості споживачів [1].

Компанія, що обирає активну стратегію регулярно проводить модернізацію екологічних потужностей, що передбачає об'єднання екологічності виробництва в поєднанні з принципами екологічної відповідальності. Наступний рівень захисту навколишнього середовища для підприємств має включати не тільки уникнення забруднення, але і сприяння покращення. така система зможе функціонувати на підприємствах тільки за умови скерованої дії між компаніями-виробниками, екологічними організаціями та активною допомогою з боку держави.

1. Fiona Tilley. Small-Firm Environmental Strategy. The UK Experience. – GMI 25. Greenleaf Publishing Ltd. 1999. – 14 p.

Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач Мельник Ю.М.