

Управление формированием экологического рынка

Прокопенко Ольга,

*доктор экономических наук, профессор,
Академия технико-гуманитарная в г. Бельско-Бяла,
Международный гуманитарный университет, г. Одесса*

Гечбаия Бадри,

*доктор экономики, ассоциированный профессор,
Батумский государственный университет имени Шота Руставели*

Тарабан Наталия,

Сумский государственный университет

*Показаны проблемы и перспективы формирования экологического рынка, а также подходы к управлению его формированием. Предложены функции и принципы управления формированием экологического рынка на уровне предприятия. Представлены формы государственного стимулирования развития экологического рынка – негативные и позитивные, конкретизирована каждая из этих форм.**

Ключевые слова: *экологический рынок, формирование рынка, государственное стимулирование, управление.*

В странах бывшего Союза до недавнего времени управленческие решения принимались практически без учета экологических факторов. В связи с этим во многих странах возникла напряженная экологическая обстановка, а в отдельных районах и городах создалось кризисное, а подчас и катастрофическое положение. В ряде мест необратимая деградация окружающей среды зашла настолько далеко, что они стали непригодными для жизни и хозяйственной деятельности. Спад производства в базовых отраслях экономики не дал заметного снижения экологической нагрузки. Решить экологические проблемы, выйти на устойчивый тип развития невозможно без общего улучшения экономического положения стран, эффективной макроэкономической политики.

Стабилизация эколого-экономической ситуации во многом зависит от проводимых в странах экономических реформ, их адекватности целям формирования устойчивого типа развития экономики. И здесь чрезвычайно важны меры по созданию с помощью эффективных рыночных инструментов и регуляторов благоприятного климата для развития всех сфер бизнеса, способствующего экологизации экономики [1].

Производимая в современных эколого-экономических условиях продукция должна не только удовлетворять рыночному спросу и приносить прибыль производителю, но и не наносить вреда окружающей среде. При выборе вариантов развития производства нужно отказываться от наиболее ущербных видов продукции, стремиться к замене первичных природных ресурсов на ресурсы, утилизируемые из отходов, увеличению глубины использования материально-энергетических ресурсов и общему уменьшению материально-энергетического объема потребляемых товаров. Сегодня при условии наращивания производства экологических товаров и услуг (т.е. таких, производство и потребление которых способствует снижению интегрального экологического воздействия в расчете на единицу совокупного общественного продукта), еще есть надежда на формирование ноосферы, о которой писал В.И. Вернадский. Формирование экологического рынка может в значительной степени способствовать решению экономических и экологических проблем, улучшению качества жизни. Украина и Грузия могут и должны ориентироваться на экологический рынок, т.к. обладает колоссальным научным, техническим и интеллектуальным потенциалом и занимает в ряде областей производства очистного оборудования, мониторинговых систем, сельхоз- и биотехнологий почти монопольное положение среди стран СНГ. И поэтому можно и нужно разрабатывать продукцию, уровень нормативных, технических, экономических и экологических параметров которой не ниже уровня требований конкретной группы потребителей в соответствии с результатами сегментации рынка. Спрос на экологическую продукцию растет.

* Публикация содержит результаты исследований, проведенных в рамках НИР Министерства образования и науки Украины «Организационно-экономические механизмы стимулирования развития возобновляемой энергетики Украины» (№ 0117U002254) и «Инновационный менеджмент энергоэффективных и ресурсосберегающих технологий в Украине» (№ 53.15.01-01.18/20.3П)

Однако процесс достижения искомой цели в большинстве случаев является более эффективным, когда им надлежащим образом управляют. Не составляют исключение и процессы формирования экологического рынка, важность которого трудно переоценить. В существующих условиях, который характеризуется общей нестабильностью, «держатся на плаву» и развиваются лишь те субъекты хозяйственной деятельности, которые адаптировались к условиям рынка, освоили рыночные методы управления, чем заложили основы своего будущего развития. Для предприятия, ориентирующегося на производство экологических товаров и услуг, особенно важно управление экологическим рынком, поскольку он в настоящее время слабо развит и в большинстве случаев предприятия должны не столько ориентировать свою производственно-сбытовую деятельность на удовлетворение потребностей и запросов фактических и потенциальных потребителей, сколько формировать и стимулировать потребности.

Основными функциями управления формированием экологического рынка на уровне предприятия являются [2]:

1. Анализ внешней среды и прогнозирование ее развития.
2. Анализ внутренней среды предприятия.
3. Выделение направлений развития рыночных возможностей.
4. Выделение вариантов в рамках принятых направлений развития рыночных возможностей.
5. Выделение целевых сегментов рынка или «ниш» рынка для реализации принятых вариантов развития рыночных возможностей.
6. Выделение приоритетных направлений деятельности.
7. Формирование организационной структуры управления формированием экологического рынка.
8. Планирование производственно-сбытовой и финансовой деятельности по выбранным приоритетным направлениям.
9. Контроль выполнения мероприятий, направленных на формирование экологического рынка.
10. Подготовка решений о своевременной смене приоритетов и поиску новых направлений деятельности.

Нужно разрабатывать продукцию, уровень нормативных, технических, экономических и экологических параметров которой не ниже уровня требований конкретной группы потребителей в соответствии с результатами сегментации рынка.

При формировании экологического рынка необходимо ориентироваться на следующие принципы [3]:

1. Умение комбинировать комплексность, прерывистость и динамику окружающего мира.
2. Четкое общее видение концептуальных стратегических целей.
3. Преодоление противоречия между ориентацией на индивидуальные запросы потребителей и оптимизацией затрат.
4. Учет постоянно меняющейся взаимосвязи между предприятием, рынком и окружающей средой.

Однако следует отметить, что выпуск экологических товаров и услуг не будет увеличиваться без принятия соответствующих мер на государственном уровне. Необходимость государственного регулирования процессов формирования экологического рынка вызвана их возрастающим значением для экономики, экологии и общества в целом. Государство владеет множеством рычагов управления формированием экологического рынка (рис. 1) и должно создать экономические условия для возможности развития экологического рынка. Использование принудительных мер к производителям экологически опасной продукции создает возможность изымания средств у производителей экологически опасной продукции для пополнения средств экофондов (на сегодня это местные внебюджетные фонды охраны окружающей природной среды, созданные при Советах базового и областного уровней; республиканские внебюджетные фонды охраны окружающей природной среды Автономной Республики Крым и Украины; Всеукраинский государственно-общественный благотворительный фонд возрождения Днепра; целевые отраслевые и др. экологические фонды [4]) и использования их в пользу разработчиков и производителей экологической продукции. Однако для этого необходимо совершенствование соответствующего механизма.

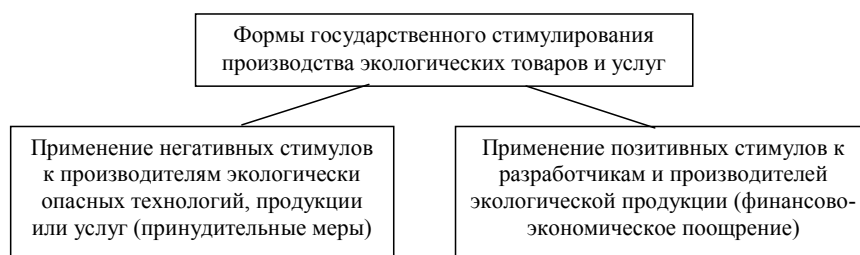


Рисунок 1 – Формы государственного стимулирования развития экологического рынка [5]

К принудительным мерам относятся [6]:

1. Нормирование.
2. Санкции.
3. Пошлины.
4. Сборы.
5. Запрещения (запреты).
6. Платежи.
7. Штрафы.
8. Соглашения.
9. Стандартизация продукции.
10. Обязательства по отношению к потребителю.
11. Сертификация.

Эта группа мер достаточно развита, однако требует усовершенствования. Так, растет как разновидность экологических платежей, так и ставка платежей и штрафов за нарушение экологического законодательства. Предусматривается, что последствия разработки и производства экологически опасной продукции будут стоить производителю так дорого, что за счет их производства будет невозможно победить в конкурентной борьбе. Однако размер платежей за загрязнение устанавливается на недостаточно высоком уровне из-за опасения возложить непосильную финансовую ношу на предприятия, находящиеся в тяжелом экономическом положении; для товаропроизводителей выгоднее разного рода фискальные экологические платежи, чем затраты на природоохранные меры, суммы которых намного превышают обязательные платежи; поскольку экологические платежи относятся на себестоимость продукции и включаются в ее цену, постольку они фактически возвращаются на предприятия от потребителей его продукции; местные органы власти имеют право полностью или частично освобождать от платежей необходимые региону предприятия; суммы штрафов за природоохранные нарушения гораздо ниже стоимости деятельности, направленной на ликвидацию последствий этих нарушений; на предприятиях остается возможность финансовых лазеек от установленной платы [7].

Основными формами финансово-экономического поощрения разработки и производства экологической продукции могут быть:

1. Прямое бюджетное финансирование разработки, производства и распространения экологической продукции. Использование механизмов конкурентности в распределении бюджетных средств. С этой целью государство может регулярно проводить инновационные тендеры, обеспечивая тем самым высокий уровень конкуренции. Такая деятельность, как сертификация продукции, аккредитация на качество работы предприятий, инжиниринг и консалтинг, должна не только получить декларативную поддержку государства, но и стать объектом непосредственного регулирования, финансовой поддержки. В качестве критериев выбора инновационных приоритетов на государственном уровне должны выступать одновременно и экономические показатели, и уровень воздействия на состояние окружающей среды.
2. Целевые программы, государственные заказы на проведение НИОКР экологического направления.
3. Льготное налогообложение прибыли, полученной от реализации экологической продукции. Реформа ценообразования (для потребителя цены на экологически грязную выше, чем на экологически чистую).
4. Создание специализированных государственных исследовательских институтов, лабораторий, центров. Создание агентств по оценке вариантов развития производства. Финансовая поддержка таких организаций (или льготное налогообложение), а также информационная поддержка, выражающаяся в оказании помощи в приобретении методик по оценке проектов и подключении через информационную сеть к базе данных, содержащих сведения об уже внедренных проектах такого типа. Эти организации могли бы также производить подготовку кадров по теории научно-технического прогресса, инновациям, экологии. Для этого нужно открыть специальные подразделения (факультеты) в вузах, а также создать специальные курсы для управляющих малыми, средними или крупными предприятиями.
5. Обеспечение значительного объема государственного заказа на поставку экологической продукции для реализации соответствующих экологических программ.
6. Право на ускоренную амортизацию оборудования, используемого для проведения экологических разработок и выпускающей экологическую продукцию.
7. Освобождение от уплаты налога на собственность и землю, относящимся к организациям и предприятиям, разрабатывающим и производящим экологическую продукцию.

8. Освобождение от импортных тарифов на ввозимое научными организациями имущество, необходимое для разработки экологической продукции.
9. Частичное или полное освобождение от торговых пошлин.
10. Льготы по оплате государственных услуг – связи, электроэнергии, тепла, и другие.
11. Предоставление привилегий при ввозе в стану валютных средств.
12. Предоставление индивидуальным изобретателям и малым внедренческим предприятиям беспроцентных банковских ссуд.
13. Создание венчурных экологических фондов, пользующихся значительными налоговыми льготами.
14. Частичное или полное страхование инновационных рисков для разработчиков и производителей экологических нововведений.
15. Снижение государственных патентных пошлин для индивидуальных предпринимателей-разработчиков и производителей экологической продукции.
16. Отсрочка уплаты патентных пошлин по ресурсосберегающим и другим экологическим изобретениям.
17. Оказание производителям экологической продукции юридических, деловых и других услуг, помощи в поиске партнеров, заключение сделок под государственные гарантии.
18. Формирование информационной инфраструктуры в области экологических разработок. Инициирование государством демонстрационных проектов.
19. Повышение общественного статуса экологической деятельности. Экологическое воспитание, образование, пропаганда.

В конечном итоге управление формированием экологического рынка на государственном уровне призвано обеспечить воспроизводство экологического спроса, экологически ориентированной производственной основы, экологически ориентированных человеческих факторов и мотивов экологизации. Суть воздействия на спрос состоит в том, чтобы психологически убедить или экономически вынудить потребителя переходить на экологически более совершенную продукцию. Суть воздействия на предложение состоит в формировании системы мотивационного воздействия (экологические стандарты, экономические стимулы, доведение информации о расширении экологических потребностей), которая подталкивала бы производителей к переходу на «зеленую» продукцию. Суть воздействия на взаимосвязи между производителями и потребителями – в экологизации промежуточных звеньев, соединяющих конкретных производителей и потребителей. К формам реализации данной стратегии относятся воздействие на коммуникационные пути, экологизация торговых механизмов, маркетинговые исследования, развитие информационных систем и др. [8].

Предприятие, последовательно проводящее линию охраны окружающей среды, приобретает рано или поздно соответствующую положительную репутацию в обществе (регионе, отрасли), что обычно весьма действенно сказывается на ее конкурентоспособности.

Эколого-экономические проблемы требуют неотложного решения, а значит и эффективного управления формированием экологического рынка как на государственном или региональном уровне, так и на уровне отдельного хозяйствующего субъекта.

Литература:

1. Прокопенко О.В., Кучмієв А.В. Стратегии обеспечения экологической безопасности в рамках концепции устойчивого развития // Устойчивое развитие. – 2013. – выпуск 8. – май 2013. – С. 133-136.
2. Ильяшенко С.Н. Анализ рыночных возможностей инновационного развития предприятия в условиях нечеткой оценки факторов внешней и внутренней среды / С. М. Ілляшенко, Ю. С. Шипулина // Вісник СумДУ. Серія Економіка, 2010. – № 1. – С. 97–102.
3. Кредисов А., Наумова В. маркетинг на переломе XX и XXI столетий: особенности и перспективы развития // Экономика Украины, 1999, № 9. – с. 4-11.
4. Пилипчук Н., Колмакова В. Роль экологических фондов в период перехода к рыночной экономике // Экономика Украины, 1998, № 2. – с. 73-79.
5. Прокопенко О.В. Уровни управления формированием экологического рынка // Механізм регулювання економіки, економіка природокористування, економіка підприємства та організація виробництва. – Вип. 2. – Суми: Вид-во СумДУ, 2000. – С. 73–77.
6. Ландар Г.И. Формирование экономического инструментария для создания сферы экологического предпринимательства // Механізми регулювання економіки, економіка природокористування, економіка підприємництва та організація виробництва. Т. 1 Еколого-економічні проблеми інноваційних процесів. – Суми: ВВП “Мрія-1” ЛТД. – 1999. – С. 141-145.

7. Веклич О. О. Економічний механізм екологічного регулювання в Україні / О. О. Веклич. – К. : Український інститут досліджень навколишнього середовища і ресурсів, 2003. – 88 с.
8. Мельник Л., Мельник О. Экономическая точка опоры экологизации общественного производства // Экономика Украины, 1998, № 7. – С. 64-69.

Management of Formation of the Green Market

Prokopenko Olha

*Doctor of Science, Full Professor,
University of Bielsko-Biala,
International Humanities University, Odessa*

Gechbaia Badri

*Doctor of Science, Assoc. Professor,
Batumi Shota Rustaveli State University*

Taraban Nataliya

Sumy State University

S u m m a r y

The problems and prospects of the formation of the ecological market, as well as approaches to managing its formation are shown. The functions and principles of managing the formation of an environmental market at the enterprise level are proposed. Forms of state stimulation of development of the ecological market are presented - negative and positive, each of these forms is concretized.

Key words: *ecological market, market formation, state stimulation, management.*