

ИНДИКАТОРИ КАК ИНСТРУМЕНТ ДИАГНОСТИКИ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ НА ОСНОВЕ КОНЦЕПЦИИ «ЗЕЛЁНОЙ» ЭКОНОМИКИ

И.А. Сааджан, к.е.н., с.н.с.

Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины

В.А. Сааджан

Одесский национальный политехнический университет

Глобальный кризис и угроза устойчивому экономическому развитию привели к необходимости в глобальном масштабе переосмыслить цивилизационные цели, основанные на процессах развития общества и выбора альтернативных вариантов развития. Такой концепцией для мирового сообщества стала «зелёная» экономика.

Разработка концепции «зеленой» экономики находится в поле изучения международных организаций, в число которых входит ЮНЕП и Международный банк.

В Украине развитие на принципах «зелёной» экономики нашло отражение в государственной программе: «Стратегия развития Украины в период до 2020 года»[1]. Однако, подавляющее большинство планов, программ и документов, действующих в стране, не отвечают требованиям современности и потому не позволяют рассматривать её развитие как цивилизационное и отвечающее требованиям интеграции в мировое экономическое сообщество.

Переход к реализации стратегического развития на основе индикаторов «зелёной» экономики предполагает необходимость учёта экологического, социального и ресурсного факторов в системе основных социально-экономических показателей. Этого можно достигнуть через разработку и учет на различных уровнях индикаторов «зелёной» экономики как механизма исследования экологических, ресурса затратных и социальных негативных последствий диагностируемых стратегических планов, программ для их учета в процессе принятия решений. В таком контексте, представляет интерес классификация показателей и индикаторов «зелёной» экономики, авторская модель которой представлена в работе.

Дифференциация показателей по сфере воздействия:

- экономические;
- экологические;
- ресурсные;
- социальные.

Индикаторы «зелёной» экономики следует дифференцировать на прямые и косвенные.

В качестве следующего разграничивающего критерия следует положить индикаторы, основанные на реальных и прогнозных или целеполагающих характеристиках. Индикаторы, основанные на прогнозе можно в свою очередь подразделить на те, которые являются производными:

- от прогноза сложившихся тенденций развития;
- базирующихся на управленческих подвижках – изменении «правил игры» как потенциал и предпосылка озеленения, например, в результате проведения преобразований в системе управления, включая:
 - изменения тарифной и налоговой политики,
 - финансовой поддержки (инвестиционной и (или) кредитной),
 - новых подходов администрирования, обновление ранее действующих ставок стягивания платежей.

Индикаторы «зелёной» экономики могут быть отраслевыми, национальными и глобальными.

По взаимовлиянию эти показатели следует разделять на:

- обеспечивающие синергетический эффект;
- взаимоисключающие;
- взаимодополняющие;
- нейтральные или независимые;
- частично зависимые;
- мерцающие (проявляющиеся в одних случаях как позитив, в других – как негатив).

Наиболее часто встречающейся является ситуация, когда экологические, ресурсные или социальные параметры являются ограничителями развития экономики.

Примером противоречивости эффектов может быть развитие органического производства как экологически чистого производства и получения экологически чистого продукта, когда производство входит в противоречие с интенсификацией использования земельного ресурса. Это связано с тем, экологически чистое производство требует обычно больше природоресурсных затрат [2, с.126]. Однако рассматривая проблему с позиции конечной цели – удовлетворение потребности или обеспечение условий для здорового образа жизни, эти приоритеты могут быть обоснованными.

Индикаторы развития «зелёной» экономики должны разрабатываться на различных уровнях: на уровне международных взаимодействий, на уровне национальных экономик и отдельных регионов с учётом специфики проблем и конкретных условий.

Литература:

1. Закон України «Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2020 року» <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2818-17>
2. Сааджан І А. Розвиток сільського землекористування на принципах «зеленої» економіки/ І.А. Сааджан // Економічні інновації. Збірник наукових праць. – Одеса: Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України.- 2014. –№56.- С.118-127.

СТРАТЕГИЯ «КАЙДЗЕН» И ЕЕ ПРИМЕНЕНИЕ В БИЗНЕСЕ

О.Г. Бровкова, к.э.н., доцент
Т.И. Постовая
В.В. Назарова

Одесский национальный политехнический университет

Актуальность. В современном бизнесе предприятия работают в жесткой конкуренции, потребители становятся более требовательными, поэтому условия, в которых работают компании, ужесточаются. Так как предприниматели гонятся за прибылью и не уделяют должного внимания долгосрочному развитию предприятия, а так же достижению слаженных и профессиональных действий каждого работника, что повысит возможность занять лидирующую позицию на рынке, актуальным есть внедрения стратегии Кайдзен в украинский бизнес.

Анализ последних исследований и публикаций. Использованию стратегии Кайдзен в бизнесе посвящены работы таких украинских и зарубежных ученых как: Соколова А., Янишевский А., Пискун Е., Роговая И., Масааки И., Роберт М. и другие. Однако, несмотря на большое количество публикаций есть и нерешенные проблемы, среди которых весьма актуальной является возможность применения стратегии Кайдзен на украинских предприятиях.

Целью работы является внедрение стратегии Кайдзен в украинские предприятия, а также обоснование её важности для успешной деятельности предприятий.

Основной материал. Кайдзен – долгосрочная стратегия японского менеджмента, основанная на непрерывном совершенствовании всех процессов в компании. Мы уверены, это ключ к успеху в современном бизнесе. [1]

Слово «кайдзен» состоит из двух иероглифов: KAI – "изменение" и ZEN – "мудрость", "хороший", "к лучшему". Таким образом, под Кайдзен подразумевают постоянное стремление к совершенствованию. Суть менеджмента Кайдзен в непрерывном улучшении всех функций бизнеса, от производства до высшего руководства, от директора до рядового рабочего, а также в устранении всего лишнего. В Японии этот метод используют компании Toyota, Nissan, Canon, Honda, Komatsu, Matsushita.

Сегодня Кайдзен является одной из ключевых концепций менеджмента. Будучи органичной и естественной для Японии, она может быть весьма уместна и эффективна и для бизнесов других стран в силу своей экономичности и последовательности. По мнению Масааки