

уваги багато різних чинників, які впливають на її функціонування та походять ззовні, а також зсередини організації.

Отримані знання про зовнішнє середовище (макросередовище і конкурентне середовище), а також внутрішньої ситуації організації громадської корисності становлять основний засіб, який перекладається на стратегію її діяльності; ненадійна ідентифікація передумов формування стратегії розвитку імплікує труднощі у створенні організацією громадської корисності конкурентної переваги на ринку палива.

Шериньова З. Є. Стратегічне управління / З.Є. Шериньова. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.; 2. Мізюк Б. М. Стратегічне управління / Б.М. Мізюк. – Львів: Магнолія 2006, 2007. – 392 с.; 3. Герасимчук В. Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання / В. Г. Герасимчук. - К.: КНЕУ, 2000. - 360 с. 4. Корисність. Процес споживання та динаміка зміни сукупної і граничної корисності [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.refine.org.ua/pageid-5615-3.html>. 5. Вартість, корисність, цінність: їх зміст та співвідношення [Електронний ресурс].- Режим доступу: URL: <http://www.bestreferat.ru/referat-219252.html>.

ВИЗНАЧЕННЯ ЗМІСТУ ЕКОЛОГІЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В ТОРГОВЕЛЬНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Бець М. Т., Кучер Л. І.

Національний університет «Львівська політехніка»

Умовою удосконалення управління товарооборотом є екологізація торговельної діяльності, що передбачає прийняття рішень, орієнтованих на усунення негативного впливу на довкілля і забезпечення якості життя населення. Впровадження екологічно відповідальних засад розвитку торгівлі вимагає залучення до цього процесу зацікавлених сторін для досягнення взаємодії екологічних інтересів усіх елементів ринкового середовища. Екологічне підприємництво пов'язане з обміном, розподілом та споживанням товарів і послуг, що стає інструментом сталого розвитку шляхом формування та розвитку ринку екологічних товарів, робіт та послуг та здійснення різних організаційно-економічних заходів, які дозволять досягти узгодження екологічних інтересів і потреб суспільства.

Теоретичні засади екологізації торгівельної діяльності в системі соціально-еколого-економічних процесів досліджено в роботах Саприкіної Л.М, зокрема проаналізовано економічні механізми реструктуризації підприємств торгівлі на основі екологічно відповідального розвитку [3], теоретичні аспекти екологізації торговельної діяльності висвітлено в роботах Павленко О.О., а саме проведено деталізований аналіз екодеструктивного впливу торговельної діяльності на етапах життєвого циклу торговельних об'єктів [2], у дослідженнях Решетнікової І.Л. визначені передумови впровадження елементів еколого-орієнтованого управління торговельним підприємством, його напрями та інструменти [5], в дослідженнях Чортюк Ю. В. узагальнено теоретичні основи і удосконалено науково-методичних підходи до врахування екологічних чинників у процесі управління товарорухом, розроблено еколого-економічний механізм управління логістичною системою торговельного підприємства, визначено завдання екологічної логістики [4].

Проте теоретичні положення, які б дозволили обґрунтувати доцільність та розробити практичні механізми і заходи екологізації діяльності торговельних підприємств залишаються в процесі розробки, тому автор вважає актуальним дослідити способи реалізації потенціалу екологічного підприємництва як форми торговельного підприємництва для забезпечення екологічної відповідальності суб'єктів торгової діяльності на взаємовигідних умовах для вирішення цих проблем, що і становить мету дослідження.

Відомо, що екологоекономічні інтереси є відображенням екологоекономічних потреб споживача, а поведінку споживача продуктів екологічного підприємництва визначають на основі пріоритетного розгляду зазначених потреб. Детальне вивчення потреб споживача визначається їх значущою роллю щодо корисності продуктів підприємницької діяльності в рамках впливу компонентів екологічної системи. В якості джерела виникнення корисності продукту виступає його здатність задовольняти потреби ринкового агента безпосередньо або опосередковано (через реалізацію інтересів ринкового агента).

Традиційною формою збору (заготовки) вторинних матеріальних ресурсів на пострадянському просторі є практика заготівельна мережі споживчої кооперації, яка займає лідируюче положення в порівнянні з іншими заготівельними організаціями по збору відходів паперу, картону, текстилю та скла, тобто для організації роздільного збору встановлені спеціалізовані контейнери і спеціалізована техніка для організації збирання, вивезення комунальних відходів. Система

збирання та заготівлі відходів, яка сформувалася на цей час в Україні, має дві взаємодоповнюючі складові, а саме збирання та заготівлю через мережу приймальних пунктів і формування роздільних потоків відходів, поєднане із сортуванням сміття [6].

Аналіз ринку вторинних ресурсів дає підстави охарактеризувати стихійність розвитку цієї галузі, яка призвела до дисбалансу як у територіальному (регіональному) так і виробничому аспектах [1].

Плата за продукцію, як екологічний податок, нараховується та сплачується за упаковку у випадку розміщення на внутрішньому ринку упакованих продуктів підприємствами, що здійснюють роздрібну торгівлю на торговельній площі більше 500 м² або в роздрібному підрозділі із загальною торговельною площею більшою ніж 5000 м². Зазначені торговельні об'єкти, які не виконали зобов'язання щодо забезпечення належного рівня утилізації та переробки відходів упаковки, зобов'язані сплатити розмір плати за продукт згідно наведеної формули [7]:

$$N = W \times (P - O) \times 100\% \times S, \quad (1)$$

де: N – розмір належної плати за продукцію, грн.; W - вага упаковки що надходить на ринок, кг; P - необхідний рівень утилізації чи відновлення, %; O - досягнутий рівень рециклінгу або рекуперації, %; S - вартість одиниці плати за продукт в грн. за кілограм.

Відтоді, певним етапом екологічного торговельного менеджменту слід вважати оцінку впливу діяльності на навколишнє середовище, формування і реалізацію екологічної політики, моніторинг і оцінку ефективності торговельного екоменеджменту, інтеграцію систем управління навколишнім середовищем з системами управління якістю реалізованих товарів. Альтернативним способом оцінювання ефективності впровадження системи екологічного менеджменту у торговельну діяльність є обчислення інтегральної екологічної оцінки торговельного об'єкту.

Інтегральний (підсумковий) показник екологічного стану об'єкту торгівлі може бути обрахований за формулою [2]:

$$Y_{A3C} = [(V_{вод} + V_{атм} + V_{зем})/3 + V_{еел}], \quad (2)$$

де Y_{A3C} – інтегральний показник екологічного стану об'єкту торгівлі; $V_{вод}$ – інтегральний показник стану водних ресурсів; $V_{атм}$ – інтегральний показник стану атмосферного повітря; $V_{зем}$ – інтегральний показник стану ґрунтів, $V_{еел}$ – інтегральний показник відновлення вторинних відходів.

У такий спосіб, рівень показника характеризує екологічну спроможність економічних суб'єктів та ефективність екологічного менеджменту і забезпечує торгівельній діяльності кредит довіри у відносинах з усіма сторонами, зацікавленими в її діяльності.

Отже, підвищення ефективності використання потенціалу торговельних підприємств може здійснюватися шляхом диверсифікації, що передбачає спеціалізацію на комплексному обслуговуванні еколого-орієнтованих сегментів ринку у формі виробничо-торгівельних структур, які функціонують за принципами екологічного підприємництва у сфері вторинної переробки ресурсів. В цілому ситуацію розвитку систем еколого-орієнтованого управління характеризує прагнення до формування моделей, що передбачає його гармонійну вбудову у структуру загального менеджменту торговельного підприємства як елемент інфраструктури екологічного підприємництва. Отримані результати є основою для подальших досліджень розвитку вторинного ресурсокористування як елементу ресурсозберігаючої і природоохоронної політики у торгівельній діяльності.

1.Маковецька Ю. М. Відходи упаковки в контексті закордонного та вітчизняного досвіду / Ю. М. Маковецька // Матеріали VI Міжнародної конференції [“Сотрудничество для решения проблемы отходов”], (Харьков, 8-9 апр. 2009 р.). – Харьков, 2008. – С. 21 – 22. 2.Павленко О.О. Теоретичні аспекти екологізації торговельної діяльності [Текст] / О.О. Павленко // Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка.-2003.-№5(51).С.85-89. 3.Саприкіна Л.М. Формування парадигми екологічно відповідального споживання// Бізнесінформ, № 7 .- 2013.- С.186-191. 4.Чортюк Ю. В. Еколого-економічний механізм управління логістичною системою торговельного підприємства [Текст]: автореферат. канд. екон. наук, спец.: 08.00.06 - економіка природокористування та охорони навколишнього середовища / Ю. В. Чортюк. - Суми: Сумський державний університет, 2010. - 21 с. 5.Решетнікова І.Л.. Методичні підходи до еколого-орієнтованого управління торговельним підприємством. // Механізм регулювання економіки, 2009, № 4, Т. 1 . С-42-47 6. Формування і оцінювання асортименту, властивостей та якості непродовольчих товарів: Матеріали 1-ої міжнародної наук.-практ. конф.: (Львів, 22 листопада 2013 року): тези доповідей: у 3 ч. Ч.1 / Відп. ред. П.О. Куцик. Львів : Львів. комерц. акад., 2013. – С.29-32. 7. Broszura informacyjna. Opłaty za korzystanie ze środowiska. Opłata produktowa. Opłata za substancje kontrolowane. Opłaty wynikające z ustawy o bateriach i akumulatorach. Udostępnianie informacji o środowisku i jego ochronie. - Urząd Marszałkowski Województwa

ІНСТРУМЕНТАРІЙ ЕФЕКТИВНОГО КЕРІВНИЦТВА ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

Колінко Н.О.

Національного університету “Львівська політехніка”

Важливим елементом діяльності будь-якого підприємства є його система керівництва, адже саме вона визначає ефективність виробництва. Кожне підприємство відповідно до ринкових умов функціонує, використовуючи ті чи інші інструменти керівництва, які дозволяють найкращим чином управляти процесом розвитку інноваційної діяльності, а оптимальне їх поєднання принесе найбільшу користь діяльності будь-якого підприємства. Для того, щоб зробити керівництво ефективним, керівник повинен використовувати та розвивати у своїй інноваційній діяльності інструменти керівництва [1]. Цими інструментами є: вплив, влада та стиль (рис. 1).



Рис. 1. Інструменти керівництва інноваційною діяльністю

До вивчення проблеми та аналізу поняття впливу, влади та стилю керівництва, зверталися багато зарубіжних та українських філософів, соціологів, політологів, психологів та економістів серед яких, слід відзначити фундаментальні праці І. Адізеса, Ф. Бекона, Е. Брукінга, Д. Вечслера, Н. Макіавеллі, Л. Орбан-Лембрика, Д. Коттера, Г. Огарьова, - аналіз трактування поняття “вплив” та класифікація методів впливу; Х. Арендта, Р. Арона, Б. Беррі, М. Вебера, Е. Гідденса, Х. Лассуелла, Ч. Мерріама, Т. Парсонса, Б. Рассела, М. Фуко, М. Дороніної, В. Ільїна, У. Конноллі, В. Копилова, А. Кредісова, В. Ледяєва, І. Риженкова, Д. Ронга, О. Сердюка, Д. Френча та Б. Рейвена, Х. Хекхаузена – аналіз феномену “влади” та класифікації форм влади; Р. Блейка та Д. Моутона, М. Виноградського, В. Врума та Ф. Йеттона, О. Донченко та