

УДК 504+330.341.1: 334.722

ОСОБЕННОСТИ «КАЙДЗЕН» ПОДХОДА К УПРАВЛЕНИЮ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЕМ

Садченко Е.В.

У статті розглядаються основні напрями формування «кайдзен» підходу до управління в природокористуванні. Розкриті особливості «кайдзен» управління інноваційно-екологічним процесом в природокористуванні. Визначено основні принципи екологічної стратегії «кайдзен».

В практике преуспевающих западных корпораций сложно определить тот из компонентов внутрифирменных структурных реорганизаций, который оказывает решающее воздействие на формирование организационной культуры «кайдзен» стратегии управления природопользованием. На сегодняшний день в условиях конкуренции меняется как техническая, так и организационная стратегия экологизации предприятия.

В контексте «кайдзен», менеджмент обладает двумя функциями: поддержка и улучшение. Поддержка относится к деятельности, направленной на соблюдение текущих стандартов в области технологий, менеджмента и поддержание этих стандартов путем обучения и дисциплины, поддерживайте и совершенствуйте стандарты. «Кайдзен» означает небольшие улучшения в результате осуществления усилий. При рассмотрении целей стратегии «кайдзен» приоритетными являются экологические направления.

На сегодняшний день, практически, нет исследований «кайдзен» стратегии с учетом экологических составляющих, кроме работ [2-9]. Экологическая стратегия «кайдзен» должна осуществляться в виде генеральных комплексных программ действий, которые позволят определить приоритетные для предприятия направления его развития, главные цели, а также средства, условия и оптимальное распределение ресурсов для их достижения. Экологическая стратегия «кайдзен» формулирует цели и основные пути их достижения, таким образом, что предприятия становятся заинтересованными сторонами в решении социо-эколого-экономических задач устойчивого развития. Так, экологическая стратегия «кайдзен» является долгосрочным плановым документом, результатом стратегического планирования, то есть это процесс осуществления совокупности систематизированных и взаимно согласованных работ по определению долгосрочных социо-эколого-экономических целей и направлений деятельности предприятия.

Целью данной статьи является определение особенностей экологической направленности «кайдзен» стратегии в развитии и экологизации предприятий. Стратегия «кайдзен» в управлении природопользованием помогает быстро заметить отклоняющиеся от нормы явления и процессы, сосредоточиться на постоянных усилиях к усовершенствованию предпринимательской деятельности, что приведет к формированию позиции конкурентного успеха компании.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи: определить особенности организационной культуры «кайдзен» подхода к управлению природопользованием, определить основные принципы экологизированной стратегии «кайдзен».

Экологическая культура «кайдзен» качества японских компаний, несмотря на активные интеграционные процессы последнего времени, имеет ряд особенностей, связанных с национальными традициями, политическим устройством и т.д. Они образуют своеобразный комплекс разделяемых членами компаний мнений, убеждений, способов ведения бизнеса и создают неповторимый облик компании.

С помощью концепции «кайдзен» возможно постепенное улучшение качества продукции с одновременным улучшением качества окружающей природной среды. Качество продукции – важнейший показатель деятельности предприятия, это авторитет фирмы, увеличение прибыли. В этих условиях прибыль предприятия зависит уже не столько от снижения издержек собственного производства, а в значительной мере от того, какое внимание уделяется исследованию рынка и конкурентов, качеству товара и окружающей природной среде, и организации успешного продвижения на рынок. В основе этих знаний о рыночной деятельности должны лежать главные положения современного экологического маркетинга. Как целостная система деятельности предприятия на рынке экологический маркетинг будет оказывать все большее влияние на развитие предпринимательской «кайдзен» методологии.

Несомненную ценность для современной производственно-хозяйственной деятельности имеет изучение «кайдзен» подходов в управлении природопользованием, накопленной ведущими межнациональными и транснациональными корпорациями.

«Кайдзен» означает не только «делать лучше», но экологическая стратегия «кайдзен» представляет собой новый концептуальный подход в стратегии «кайдзен», она реально позволяет продумать и разработать мероприятия имеющие экологическую ценность и избежать бесполезных видов деятельности, а это улучшит качество товара (работы, услуги), ценовое предложение и качество окружающей природной среды, а следовательно, и благосостояние людей. Достижению экологических целей стратегии «кайдзен» будет способствовать устранение потерь

времени, природных ресурсов, усилий, повышение качества товаров, снижение издержек на производство экологически чистых товаров и в конечном итоге повышение степени удовлетворенности потребителей.

Для реализации перспективных экологически ориентированных маркетинговых технологий существенное значение будет иметь развитие и внедрение «кайдзен» стратегии на предприятии. В процессе установления «кайдзен» стратегии следует постоянно работать с потребителем, осуществлять, а при необходимости модифицировать миссию предприятия, повышать авторитет и улучшать имидж предприятия, его товаров и услуг, прогнозировать рост профессионального уровня персонала, предвидеть возможности сотрудничества, глубоко анализировать уровень риска, экономико-экологически оценивать возможные результаты.

Экологическая концепция «кайдзен» обязательно имеет цели, которые сформулированы как улучшение, ведь необходимо знать, какие аспекты деятельности в бизнесе более всего нуждаются в улучшении: качество, цена и доставка.

«Кайдзен» стратегия в природопользовании должна рассматриваться, в первую очередь, как стратегия, связанная с минимальным вложением в усовершенствование управленческих, организационных и конструкторско-технологических разработок, обеспечивающая рациональное использование, сохранение, восстановление окружающей природной среды и улучшение качества жизни. Этот процесс позволит обеспечить медленно нарастающий прогресс, с учетом экологических составляющих, то есть использование экологически чистых технологий, ориентирование производства на эколого-безопасные товары, работы и услуги, поиском перспективных рынков сбыта, разработкой новых методов экоменеджмента и совершенствованием организационно-производственных структур.

Как концепция «кайдзен» стратегия представляет собой совокупность научно обоснованных представлений об управлении предприятием в условиях конкурирующей экономики. В соответствии с этим в основе организации производственно-сбытовой деятельности должны лежать точное знание, предвидение и учет требований рынка. С помощью экологической «кайдзен» стратегии возможно сориентировать предприятие на выпуск экологически высококачественной продукции, внедрить эффективные операционные инструменты, позволяющие постоянно добиваться усовершенствований организации и получить стратегическое преимущество в условиях постоянно развивающейся деловой среды.

Рассматривая японскую компанию как социальную группу можно выделить его специфическую черту: формирование установки на предприятии как на семью. Японская система менеджмента реализуется на основе принципа консенсуса, допускающего работников к известному участию в управлении организацией. Главной детерминантой всех управленческих действий на японских предприятиях является психология устойчивых групп. Конкурентные преимущества японских фирм основываются не только на социокультурной традиции, на пассивных факторах, но и на активном формировании у работников высокой трудовой морали и совершенствовании их квалификации. В современных рыночных условиях экологизация управления требует укрепления этических стандартов персонала, которые заключаются в участии в инновационно-экологических процессах. Это требует от работника новых экологических, технических знаний, тщательного анализа проблем, возникающих в производстве и государстве.

На сегодняшний день экологически чистые товары и экологически чистые технологии позволят сформировать позиции конкурентного успеха предприятия. Наличие совместимых потребностей определенных рыночных сегментов экологически чистых товаров и технологий и производственных возможностей их обеспечить создает фундамент экологически обоснованной стратегии «кайдзен».

Экологически ориентированной «кайдзен» стратегией является система мер по повышению конкурентоспособности предприятия путем непрерывного улучшения качества, путем максимального приспособления всей деятельности к требованиям рынка и потребителя.

Особенностью подхода экологически ориентированного «кайдзен» являются, мероприятия направленные на производственные процессы, которые будут улучшать результаты их деятельности. Подход, ориентированный на процесс, должен применяться в ходе введения различных стратегий «кайдзен». Наиболее значительными элементами в процессе «кайдзен» являются вклад и вовлеченность в данный процесс производства и реализация экологически чистых товаров (и условий). Для достижения успеха в реализации процесса «кайдзен» важно демонстрировать вовлеченность немедленно и постоянно предпринимать меры по охране и рациональному использованию окружающей природной среды. Подходы концепции кайдзен всегда планируются и реализуются с минимальными рисками.

Предложим принципы «кайдзен» в управлении природопользованием, которые сформулированы на основе классических принципов «кайдзен» [1] с учетом специфики и ориентации на экологию:

1. *Повышение морали.* Это непосредственная забота высшего руководства фирмы. Именно оно создает у персонала чувство

удовлетворенности и уверенности в будущем компании, а следовательно, и в благополучии ее персонала. Для японской системы ценностей характерны субъективные, основанные на частных характеристиках оценки исполнительности персонала, которые более качественны, так как служат мотивацией и являются моделью желаемого поведения сотрудников. В заработную плату японского рабочего включены надбавки на жизнь (сэйкацу тэатэ), включающие транспортные, жилищные, семейные расходы. Выдача этих надбавок не обусловлена какими-либо требованиями руководства к персоналу в отношении их трудовой отдачи и преследует исключительно цель развития чувства общности работника с компанией, гармонии внутрикорпорационной среды.

2. *Гармоническая интеграция членов группы.* Японская организация строится на основе системы вертикальных связей субординации. В виду этого резко возрастает роль лидера в группе, его возможности по поддержанию стабильных групп, сплочению их членов и устранению внутренних конфликтов. В руководстве ценятся такие качества, как умение понять и расположить к себе подчиненных в целях объединения их совместных усилий. Взаимоотношения членов группы, основанные на персональных прямых связях и предполагающие социальную и эмоциональную взаимообусловленность ее членов, отличаются от организации групп на западноевропейских и американских предприятиях, где предпочтение отдается профессиональным качествам персонала. В Японии важно уметь быть координатором, а не приказчиком в процессе принятия решений.

3. *Концентрация на клиентах.* Создание новой модели экономики и выход на траекторию динамического развития невозможно без учета экологических характеристик: эффективности использования природно-ресурсного потенциала страны, охраны и воспроизводства природных ресурсов. Чистые природные ресурсы и экологически безопасные условия жизни в конечном итоге составляют главную нужду, предпочтения, запросы и потребности людей. Предложенные предприятием товары должны соответствовать экологическим потребностям клиентов. Все усилия предприятие должно сконцентрировать на качестве товара, а именно, на производстве экологически чистых товаров, на экологически чистом производстве с использованием вторичных ресурсов, и малоотходных технологиях. Так, в основе «кайдзен» стратегии лежит концентрация на экологических потребностях потребителей.

4. *Непрерывные изменения.* На предприятии, использующего стратегию «кайдзен», поиск путей совершенствования не прекращается постоянно. Предприятие для соблюдения нормативов выбросов, сбросов загрязняющих веществ и захоронения отходов постоянно пересматривает

перечень природоохранных мероприятий: по охране поверхностных и подземных вод, охране атмосферного воздуха, охране земельных ресурсов, охране от шумового загрязнения, охране почв от отходов производства, охране растительного и животного мира, предотвращению последствий вероятных экологически опасных ситуаций, по повышению радиационной безопасности населения и окружающей природной среды. Выполнение предложенных мероприятий требует приведения в действие системы правовых, экономических и других рычагов, обеспечивающих эффективное управление природопользованием.

5. *Открытое признание проблем и пропаганда открытости.* Открытость экологических проблем это очень важный фактор в вопросах экологической безопасности, которая позволит предприятию не допустить нанесения ущерба окружающей природной среде.

Природоохранная деятельность и рациональное использование природных ресурсов в Украине должны быть скоординированы по вопросам экологической безопасности с другими государствами (или регионами) ввиду сходства ситуаций и их трансграничного характера.

6. *Экологическое образование и воспитание.* Одной из ключевых проблем охраны экосистем является непонимание людьми того факта, что не только ресурсы, а и все звенья экосистем требуют бережного отношения, что здоровье людей и дикой природы напрямую связано с состоянием экосистем.

Для формирования ценностных установок в отношении окружающей природной среды необходимо:

- повышать уровень сознательности населения, развивать у него чувства бережного отношения к природе, озабоченности ее проблемами, обеспечить подготовленность к нравственному поведению в природной среде через экологическое воспитание и образование;
- пропагандировать задачи охраны природы и воспроизводства природных богатств;
- активно привлекать к решению этих проблем широкие слои населения.

Следует добиваться взаимопонимания и сотрудничества предприятия с общественностью;

- принимать к действию реализацию стандартов по руководству социально-экологически ответственного предпринимательства

7. *Формирование «поддерживающих» взаимоотношений.* Ключевой фактор на предприятии, использующий «кайдзен» – внимание к процессу управления, экологическому менеджменту.

Главное требование предъявляемое к механизму управления ресурсами в условиях экономической самостоятельности состоит в том, чтобы, с одной стороны, он содействовал формированию рыночной

системы природопользования, обеспечивая рост экономико-экологической эффективности производства, сбалансированности спроса и предложения, выявлению экологических предпочтений, повышению качества товаров и услуг, а с другой – ограничивал развитие рыночных отношений при возникновении проблем, которые не в состоянии решить рынок, прежде всего социальных и экологических.

Большое значение имеет введение законодательства об экологической отчетности предприятий, корпораций и компаний. Значительно облегчаются экономико-экологические расчеты благодаря разработанным в ряде стран национальным стандартам системы экоуправления (BS 7750, серия ISO 14000, ISO 26000). Экологический менеджмент как стандартизированная система управления вопросами охраны окружающей среды способствует созданию информационного самообеспечения предприятия, что, при условии успешного выполнения, повышает его способность к управлению рисками.

8. *Информационная инфраструктура экологической деятельности предприятия.* Информационная система – постоянно действующая система взаимодействия людей между собой и с окружающей природной средой, методических приемов, методик, информационных и телекоммуникационных технологий. Она предназначена для отбора источников информации, сбора, анализа, классификации, оценки и распространения информации с целью использования ее распорядителями в сфере экологической деятельности, в том числе совершенствования планирования, проектирования, программирования, управления и контроля, претворения в жизнь экологических мероприятий. Стратегическое планирование представляет собой самую сложную задачу в маркетинговой и, соответственно, экомаркетинговой деятельности ввиду того, что ошибки здесь могут негативно сказаться на производственно-хозяйственной деятельности предприятия и конкурентоспособности его экологических товаров, услуг. Поэтому информационное обеспечение экомаркетинга, представляющее собой совокупность различных видов исходных данных, привлекаемых в ходе анализа рыночных процессов и возможностей предприятия, фирмы, компании для разработки и обоснования стратегии и тактики его экомаркетинговой деятельности, является важным и необходимым [10, стр. 49].

Для получения качественной информации, а без этого невозможна инновационная деятельность в природопользовании, необходимо: сформулировать цели, определить потребности, построить информационные базы. Подлинная информация для предпринимателя существует лишь в том случае, если предварительно имеется замысел, цель, проект.

В «кайдзен» менеджменте, прежде всего, принимается стратегическое решение: определение направления работ. Принятие этого решения (замысла) определяет потребность в конкретной информационной базе. Далее принимаются тактические решения по выбору наилучшего пути достижения цели (и этим определяется потребность в соответствующей информационной базе) и, наконец, ежедневно принимаются оперативные решения конкретных инновационных вопросов по экологии.

Таким образом, роль информации базируется на принципе неразрывности триады: цели - потребности - базы (в [1] это называется принципом 3В - по французски *buts-besoins-bases*).

«Кайдзен» стратегия природопользования провозглашает постоянное усовершенствование, улучшение, охватывающее как процессы, так и качество товара и окружающей природной среды. Поддержка уровня качества жизни равнозначна поддержке уровня качества окружающей природной среды и направлена на соблюдение текущих стандартов в области охраны окружающей природной среды, технологий, менеджмента.

«Кайдзен» стратегия в природопользовании должна рассматриваться, в первую очередь, как стратегия, связанная с новыми организационными и с новыми конструкторско-технологическими разработками техники, обеспечивающей рациональное использование, сохранение, восстановление окружающей природной среды и качество жизни; с созданием на ее основе новых технологий, производство эколого-безопасных товаров и услуг, поиском перспективных рынков сбыта, разработкой новых методов управления и новых организационно-производственных структур. Как концепция «кайдзен» стратегия представляет собой совокупность научно обоснованных представлений об управлении предприятием в условиях конкурирующей экономики. В соответствии с этим в основе организации производственно-сбытовой деятельности должны лежать точное знание, предвидение и учет требований рынка. Концепция экологически ориентированной кайдзен стратегии направлена на производственные процессы, которые должны улучшать результаты. Подход, ориентированный на процесс, должен применяться в ходе введения различных стратегий «кайдзен». Наиболее значительными элементами в процессе «кайдзен» являются вклад и вовлеченность в данный процесс производства и реализации экологически чистых товаров (и условий) высшего руководства предприятия, государственных органов власти и органов местного самоуправления. Для достижения успеха в реализации процесса «кайдзен» важно не только продемонстрировать вовлеченность немедленно и постоянно, но и предпринимать меры по охране и рациональному использованию

окружающей природной среды. А как направление действий - маркетинг экологически ориентированной «кайдзен» стратегии является системой мер по повышению конкурентоспособности предприятия путем непрерывного улучшения качества, путем максимального приспособления всей деятельности и вырабатываемой или намечаемой к производству продукции к требованиям рынка и потребителя.

Первый шаг в процессе «кайдзен» – установить цикл планирование-выполнение-проверка-действие в качестве средства обеспечивающего постоянство процесса «кайдзен», вследствие экологической политики поддержки и усовершенствования стандартов качества товаров и окружающей природной среды.

Планирование проводится на всех уровнях, от общего к частному. Оно проходит ряд последовательных, взаимосвязанных этапов:

- планирование генеральной политики фирмы,
- планирование маркетинговой политики,
- разработка программы по каждому из элементов деятельности на рынке,
- составление программы по каждой отдельной операции.

Маркетинг стратегии «кайдзен» в природопользовании - это постоянные изменения, усовершенствования на всех этапах производственно-сбытовой деятельности предприятий, направленные на достижение эколого-эффективного и эколого-безопасного конечного результата.

Маркетинг стратегии «кайдзен» в природопользовании - принятие решения или целой цепочки решений влияния качества товара на экологию производственно-хозяйственной, сбытовой деятельности, потребителей и окружающую природную среду. Концепция «кайдзен» представляет собой процесс разрешения проблем. Для этого необходимо реализовать стратегии «кайдзен».

В условиях рыночной экономики, характеризующейся наличием конкурентной среды во всех сферах деятельности, основными целями деятельности любого рыночного субъекта становятся обеспечение прибыльности и гибкости. Прибыльность достигается совершенствованием всех сфер производственно-хозяйственной деятельности субъекта, обеспечивающих минимизацию ущерба, наносимого природной среде и качеству жизни. Гибкость производства в плане совершенствования своего рабочего места и использование концепции кайдзен представляет процесс разрешения экологических проблем, обеспечивает экономико-экологическую эффективность функционирования субъекта, которая в конечном итоге в условиях рынка создает ему конкурентные преимущества. Они проявляются в удовлетворении запросов (в том числе экологических) потребителей,

учитывающих рациональное использование природных ресурсов, а также сведение к минимуму отрицательного воздействия отходов (сбросов, выбросов) промышленности, сельского хозяйства, транспорта, коммунального хозяйства на окружающую среду, на воспроизводство растительного и животного мира, на условия жизни, труда и отдыха населения.

Философия «кайдзен» - это постоянное движение вперёд, поиск возможностей улучшить окружающий мир. Для японского менеджера, который пытается усовершенствовать производство и снизить затраты, «кайдзен» - это путь, на котором встречаются эффективные решения эколого-экономических проблем. «Кайдзен» - это коллективная игра. В последние два десятилетия борьба за качество, которая традиционно была предметом неослабевающего внимания в японских корпорациях, распространилась и на область управления затратами, где особое место занял «кайдзен»-костинг - простой и в то же время сложный инструмент снижения себестоимости и создания дружественной по отношению к человеку системы производства.

Рассматривая причины возникновения системы «кайдзен»-костинг, следует обратить внимание на заметно изменившийся в последние десятилетия облик бизнеса. Сегодня одним из главных факторов успеха и конкурентоспособности компаний являются инновационные продукты. Производители во многих отраслях уже не могут продавать огромные партии стандартных изделий, полагаясь на относительно стабильные рынки и технологии. Современные рынки являются изменчивыми, а технологии прогрессируют очень быстро, что заставляет менеджеров использовать новые подходы к управлению, ориентируясь на поведение потребителей, и разрабатывать соответствующие инструменты планирования, измерения, учёта и контроля затрат, которые объединяются в систему управления затратами (cost management).

Если ранее традиционные методы управления и учёта затрат (например, стандарт-костинг) полностью оправдывали себя, то теперь многие специалисты считают, что настало время пересмотреть привычные подходы, которые не соответствуют требованиям современной конкурентной среды.

В настоящее время развитие мировой экономики характеризуется обострением конкурентной борьбы за рынки сбыта, инвестиций и ускорение нововведений. Многие предприятия активно создают «стратегические партнерства» на международном уровне. Совместные предприятия позволяют реализовать новые идеи, концентрировать высокие технологии и ресурсы для создания эффективных систем экоманеджмента и экомаркетинга. Одна из основных целей стратегии экологической безопасности - формирование эффективной

инвестиционной экологической политики и поддержка конкурентоспособных экологических товаров, услуг и условий. Решение всех этих задач и приводит к необходимости рассмотрения и внедрения экологического маркетинга «кайдзен» стратегии. Эколого-инновационная функция инвестиций не сводится к замене устаревших фондов новыми, на том же предприятии и для производства тех же продуктов (товаров или услуг). С помощью инвестиций осуществляется межпродуктовое (в основном в рамках предприятия) и межотраслевое перераспределение амортизации, прибыли и привлеченных средств для осуществления экоинноваций. Причем при освоении микроинноваций и улучшающих инноваций такое перераспределение осуществляется в минимальной степени. При освоении и распространении базисных инноваций, новых поколений техники (технологий) и технологических укладов межотраслевое и межпродуктовое перераспределение экологических инвестиционно-инновационных ресурсов производится в крупных масштабах.

Новое техногенное пространство, организованное вокруг новых потоков экономико-экологической информации, трансформируя производственные потоки, создавая множественность глобальных индустриальных сетей, включая ведущие экоинновационные среды, с одной стороны, способствуют созданию территориально-пространственных экорегионов, экометрополисов. С другой стороны, ведет к обособленности регионов для ведения, например, там органического земледелия, сохранения традиционных форм природопользования, биоразнообразия. Новая глобальная экономика и возникающее информациональное общество имеют новую пространственную форму, которая включает экологические факторы в их разнообразии.

В условиях рыночных отношений требуется углубленная теоретическая проработка совокупности возможных рычагов управления на основе изучения объективных экономико-экологических процессов и реальных товарно-денежных отношений. В конкурентной борьбе лидирует, то предприятие, у которого экологическая конкурентоспособность товара выше. А это зависит не только от технико-экономических параметров, но и экологических, а достичь их качества можно используя не только инновационные механизмы, но и стратегии «кайдзен».

В результате анализа стратегии кайдзен можно сделать вывод, что наравне с инновационными стратегиями в области экономики природопользования следует развивать экологоориентированные стратегии «кайдзен». А ведь «кайдзен» – ключ к успеху

конкурентоспособности, поэтому можно сказать, что «кайдзен» с учетом экологических целей – ключ к конкурентному успеху экологизации предпринимательства. «Кайдзен» играет ведущую роль в реализации качества путем построения системы обеспечения качества товара, качества окружающей природной среды, оптимальной цены и оптимальных условий. Качество окружающей природной среды – это не только целостная, но и относительно устойчивая совокупность признаков, определяющая специфику данного предмета. Новые экономические условия требуют новой методологии экологизации предпринимательства: экологизации стратегии «кайдзен». Инновационная деятельность, связанная с разработкой принципиально новых экологических товаров, продуктов, процессов, техники, технологий и их экологизацией, способна повлиять на образ жизни населения, обеспечить выход страны на мировой рынок товаров и услуг, соответствующих мировым экологическим стандартам. Она является эффективным инструментом привлечения отечественных и зарубежных инвестиций в сферу науки и производства, и способна принести реальный экономико-экологический и социальный эффект.

Литература:

1. Гольдштейн Г.Я. Основы менеджмента. 2-е издание. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2003. – 230 с.
2. Коленсо Майкл Стратегия кайдзен для успешных организационных перемен. – Москва: ИНФРА-М, 2002. – 174 с.
3. Нічитайлова Н.С. Екологічна свідомість споживачів, як чинник формування вимог до екологічної якості товарів // Механізм регулювання економіки. - № 3 (48). – Т.2. – 2010. – С. 205-209.
4. Ничитайлова Н.С. Роль концепции кайдзен в совершенствовании экологического менеджмента в регионе / Н.С. Ничитайлова // Проблемы регионального и муниципального управления. Сборник докладов международной научной конференции, апрель 2010 г. – М.: Российский государственный гуманитарный университет, 2010. – С.132-136.
5. Садченко Е.В. Сущность технологии кайдзен управления экологическими конфликтами / Е.В. Садченко, Н.С. Ничитайлова / Экологические конфликты в современной системе природопользования / под ред. д.е.н., проф. С.Н.Бобылева и к.е.н., доц. В.В. Сабадаша. – Сумы: Университетская книга. – 2010. – С. 242-251
6. Садченко Е.В. Экомаркетинговые стратегии «кайдзен» // Механізм регулювання економіки. - № 4 (44). – Т.2. – 2009. – С. 107-114.

7. Садченко Е.В. Экологическая цель стратегии кайдзен // Вісник Одеського національного університету. - Т.14. - Випуск 15. Економіка. – 2009. – С.119-130.

8. Садченко Е.В. Маркетинг стратегии «кайдзен» для целей экологизации бизнеса // „Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу”: Збірник тез доповідей Третьої міжнародної науково-практичної конференції (1-3 жовтня 2009 року). – Суми: видавничо-виробниче підприємство „Мрія-1” ТОВ, - 2009. – С.188-193.

9. Титенберг Том. Экономика природопользования и охрана окружающей среды / Пер. с англ. К.В. Папенова; Под ред. А.Д. Думного и И.М. Потравного. – М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2001. – 591 с.

10. Экономическая оценка проектов и направлений политики в области окружающей среды. Практическое руководство. – France: OECD (для русской версии), 1997. – 174 с.

Abstract

Sadchenko E.V.

Peculiarities of «kaidzen» approach to the environmental management.

The article considers the main directions of «kaidzen» approach to the management of natural resources. Main peculiarities of «kaidzen» management of innovation and ecological processes in nature environmental management are revealed. The basic principles of environmental «kaidzen» strategy are defined.