

як це робиться в усіх розвинених країнах і в такий спосіб відчутно зменшити потребу в зовнішніх запозиченнях.

Висновки. Очевидно, що криза в банківській системі створена штучно. Якщо щось і загрожує нашим банкам, так це масова паніка серед вкладників. НБУ, як регулювальник банківської системи, дуже пасивний і не здатний прогнозувати ситуацію, приймаючи рішення лише постфактум. Незнання і нерозуміння основ банківських операцій населенням, а також негативний досвід з вкладками Держбанку — потужний антистабілізаційний чинник, який банкам необхідно враховувати при розробці своїх депозитних продуктів. Так, зараз в депозитній лінійці банків багато продуктів, які носять умовно-терміновий характер, — тобто характеризуються прибутковістю термінового депозиту, але мають бути повернені клієнту за першою вимогою. Саме такі депозитні продукти зараз викликають найбільші запитання. Криза показала, що банки самі сприяли кризі: по-перше, вони не здатні об'єднуватися для вирішення загальних завдань, по-друге, не завжди чесно і відкрито поведінкою (наприклад, небажанням розкривати ефективну ставку за кредитами) банки сформули в цілому негативний імідж і будь-яка незначна помилка з їх боку сприймається тепер як непорядність по відношенню до своїх клієнтів, підживляючи основу банківської справи — довірчі стосунки. Це означає, що вірогідність корпоративного дефолта вища, ніж державного. Публічна заборгованість банків, яка повинна бути виплачена цього року, за різними оцінками, складає від 3,3 до 5 млрд. дол. Це та заборгованість, яка повинна бути виплачена обов'язково. Якщо платежі за синдикованими кредитами і єврооблігаціями не будуть здійснені, це призведе до необхідності оголошення дефолту багатьом банкам.

УДК 332.012

ЛІТЕРАТУРА

1. Бобров Є. А. Аналіз причин виникнення світової фінансової кризи та її вплив на економіку України // Фінанси України. — 2008. — №12. — С. 33 — 43.
2. Вахненко Т. П. Фінансова криза в Україні: фактори, механізми дії, заходи подолання // Фінанси України. — 2008. — №10. — С. 3 — 21.
3. Зовнішня торгівля товарами за 2008 рік // Урядовий кур'єр. 2009. — №28. — 17 лют. — С. 9.
4. Іноземний капітал повірив в іноземні банки? // <http://pravda.postbox.kiev.ua/news/498ac583c2a0c>.
5. Мельник В. М. Фіскальна політика держави в умовах фінансової кризи // Фінанси України. — 2008. — №11. — С. 11— 17.
6. Місячний макроекономічний огляд / Департамент макроекономіки Міністерства економіки України. — 2009. — №1. 8 с.
7. НБУ: Высокая доля иностранного капитала в украинской банковской системе фактор ее стабильности // <http://www.rbc.ua/rus/newsline/2008/11/27/470891.shtml>.
8. НБУ создал все условия, чтобы украинская банковская система перешла в руки иностранцев // www.domik.net/mod/main/news/id201830159.
9. Тимошенко: Основною причиною кризи в українській економіці є ситуація у банківській сфері // <http://agroconf.org/uk/node/7833>.
10. Федосов В. М., Опарін В. М., Львовчикін С. В. Інституційна фінансова інфраструктура України: сучасний стан та проблеми розвитку // Фінанси України. — 2008. — №12. — С. 3 — 21.

Надійшло до редколегії 19.02.09 р.

Н. В. Коваленко, к. е. н.
ІЕП НАН України м. Донецьк

АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

У статті обґрунтовано необхідність забезпечення екологізації виробництва, з метою підвищення його конкурентоспроможності. Проаналізовано напрями підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товарів на основі забезпечення екологічності їх виробництва.

Ключові слова: конкурентні переваги, топ-характеристики, екологія, соціально-етична концепція маркетингу

Як свідчить сучасний світовий досвід, вирішення екологічних проблем є одним з пріоритетних напрямів соціально-економічного розвитку кожної держави. В ситуації коли турбота про екологію стає елементом конкурентної боротьби бізнесу, очевидно, що врахування екологічної складової в визначенні конкурентоспроможності підприємства є необхідним. Важливість екологічної складової як елементу конкурентоспроможного потенціалу підприємства обумовлює і вступ України до ВТО (Всесвітньої торгової організації), тому що відповідність продукції, що виготовляється, між

The necessity of providing production ecological with the purpose of increase of its competitiveness is substantiated in the article. Directions of increase of competitiveness of domestic commodities are analysed on the basis of providing of ecological of their production.

Key words: competitive edges, top-descriptions, ecology, socially ethics conception of marketing

народним стандартам є нормою життя в умовах розвинутої економіки.

Таким чином аналіз впливу екологічної складової на конкурентоспроможність підприємства є актуальним.

Проблематиці визначення впливу екологізації виробництва на його конкурентоспроможність присвячено роботи таких вітчизняних вчених, як: Д. Лук'яненко, Л. Мельник, М. Шапочка, С. Ілляшенко, О. Прокопенко, Г. Шоган та ін. Незважаючи на важливість вищевказаних досліджень, на нашу думку, вплив екологічної складової, як одного з найважливіших елемен-

тів соціальної відповідальності підприємства, на його конкурентоспроможність — є недостатньо обґрунтованим.

Метою цієї статті є аналіз впливу екологізації підприємства на його конкурентоспроможність в сучасних умовах господарювання

Сьогодні Україна є однією з найнебезпечніших в екологічному відношенні країн. Спеціалісти оцінюють екологічну ситуацію в Україні як кризову, про це свідчить індекс екологічного виміру (0,477) за показником якого Україна посідає 108-е місце серед 145 країн світу, які було оцінено [1].

Серед головних причин, що призвели до незадовільного стану довкілля фахівці [2, 3] називають такі: застарілі технології виробництва з високою енерго- та матеріаломісткістю, що перевищують у два-три рази відповідні показники в розвинених країнах;

високий рівень концентрації промислових об'єктів у деяких регіонах;

відсутність ефективних природоохоронних технологій (зворотних систем водозабезпечення, очисних споруд тощо), незадовільний рівень експлуатації існуючих природоохоронних споруд;

відсутність ефективного правового й економічного механізмів, які сприяли б використанню екологічно безпечних технологічних процесів.

Необхідність покращення екологічної ситуації що склалася розуміють майже всі учасники ринку (держава, підприємства, споживачі), але існуючі механізми регулювання суттєво не впливають на покращення екологічної ситуації.

Україна підписала понад 70 міжнародних двосторонніх і багатосторонніх екологічних угод. Основні зобов'язання які викладено у цих угодах-приведення внутрішніх законів і нормативно-правових актів у відповідність з діючими нормами міжнародного права.

В найближчі роки за прогнозами експертів можна очікувати значного зростання міжнародних зобов'язань, оскільки існує цілий ряд конвенцій, приєднання до яких буде мати істотне політичне значення і значно підсилить можливості в сфері охорони навколишнього середовища, використання і відтворення природних ресурсів [4]. Використання ринкового механізму регулювання шкідливого впливу промислових підприємств у процесі виробничої діяльності може бути більш діючим. Одним з елементів такого механізму може бути врахування екологічної складової при визначенні конкурентоспроможності промислової продукції та визначення її як топ-характеристики підприємства.

Топ-характеристики підприємства відображають умови та здатність підприємства виконувати певні види діяльності, які складають ланцюг його цінностей. Топ характеристики підприємства розподіляються на: міжфункціональні (управлінські, фінансово-економічні, інноваційно-технологічні, природно-географічні тощо) і спеціалізовані, які характеризують рівень компетентності окремих підрозділів, структур та напрямів бізнесу підприємства.

Топ-характеристики підприємства — необхідна умова ведення бізнесу та виживання у конкурентному середовищі. Трансформація топ-характеристик підприємства у його конкурентні переваги здійснюється не автоматично, а на основі певних стратегічних рішень та дій, які дозволяють виявити та ідентифікувати найбільш важливі, активізація яких може створювати ефект важеля та синергії [5].

Використання екологічної складової як топ-характеристики підприємства та конкурентної переваги ґрунтується також на соціально-етичній концепції маркетингу, яка в останні роки набуває дедалі більшої популярності.

Концепція соціально-етичного ведення бізнесу передбачає визначення потреб споживачів та їх задоволення ефективніше, ніж конкуренти, з урахуванням усіх членів суспільства.

Ця концепція виникла під впливом багатьох зовнішніх факторів, зокрема погіршення якості довкілля, обмеженості природних ресурсів, стрімкого приросту населення тощо [6]. Концепція вимагає збалансування трьох чинників: прибутку підприємства, споживчих потреб цільової аудиторії, інтересів суспільства.

Завдяки орієнтації на концепцію соціально-етичного ведення бізнесу деякі зарубіжні компанії уже досягли значного зростання обсягів продажу та прибутковості, оскільки завоювали довіру споживача.

Необхідність визначення екологічної складової конкурентоспроможності була обґрунтована у 1992 році, після конференції з навколишнього середовища та розвитку в Ріо-де-Жанейро.

На наш погляд, серед вітчизняних досліджень стосовно визначення екологічного компоненту конкурентоспроможності підприємства слід виокремити методику запропоновану вченими факультету міжнародної економіки і менеджменту КНЕУ ім. В. Гетьмана.

Відповідно до їх рекомендацій основними характеристиками екологічної складової конкурентоспроможності підприємства є:

1. Продуктовий індекс
2. Індекс ресурсозбереження
3. Фінансовий індекс
4. Соціальний індекс
5. Кліматичний забруднювальний індекс
6. Іміджевий індекс
7. Управлінський індекс

Продуктовий індекс екологічної конкурентоспроможності означає рівень екологічності продукції, тобто її безпечність у процесі споживання, відсутність негативних впливів на природне оточення, можливість раціональної утилізації і т.ін.

Індекс ресурсозбереження являє собою показник раціонального використання підприємством ресурсів на всіх етапах його виробничо-господарської діяльності: постачанні, виробництві, збуту, після продажному обслуговуванні та утилізації.

Фінансовий екологічний індекс означає співвідношення між витратами підприємства на екологізацію бізнесу та отриманими результатами (доходами, прибутком, доданою вартістю і т. і.)

Соціальний екологічний індекс показує рівень турботи підприємств про здоров'я їх працівників, насамперед, про безпечні умови праці.

Кліматичний забруднювальний індекс показує вплив виробничої діяльності підприємства на стан повітряного та водного басейнів, а також ґрунтів.

Іміджевий екологічний індекс віддзеркалює оцінку широкою громадськістю природоохоронної діяльності підприємства, її участі у роботі численних організацій екологічного спрямування, ставлення до розв'язання конкретних екологічних проблем

Управлінський екологічний індекс показує наявність у підприємства систем екологічного менеджменту та їх дієвість.

Як свідчить світовий досвід, стійкий розвиток підприємств, що поєднує економічні, соціальні і екологічні фактори, веде до зниження підприємницьких ризиків, підвищує конкурентоспроможність, сприяє зростанню ефективності персоналу, лояльності споживачів та поліпшує імідж підприємства.

Таким чином, однією з найважливіших причин урахування екологічного фактору підприємствами є поява нових можливостей їх розвитку.

Слід зауважити, що більшість вітчизняних підприємств не вважають доцільним збільшувати витрати на забезпечення екологізації виробництва. Це, на наш погляд, пов'язано з тим, що більшість власників компаній цілком згодні з американським економістом Мілтоном Фрідманом, який у своїх працях писав: "існує лише одна соціальна відповідальність компанії — використовувати свої ресурси та енергію в діях, що ведуть до збільшення прибутку" [7]. Другою причиною, є те, що більшість власників бізнесу прагнуть отримати великий поточний прибуток, та не враховують довгострокові наслідки.

Але, сучасні економічні дослідження та соціальні опитування доводять,

що соціальна поведінка підприємства є необхідною умовою підвищення її конкурентоспроможності та забезпечення її стійкості.

Це, насамперед, пов'язано з тим, що наприкінці 20 сторіччя світова економічна практика показала, що прибуток вже не є основним критерієм успішності функціонування підприємства та його конкурентоспроможності.

Аналіз досліджень світової практики визначення критеріїв конкурентоспроможності підприємства та результати раніше проведених досліджень [8], в яких було обґрунтовано що критерій конкурентоспроможності підприємства визначається з балансу інтересів усіх інституцій, що впливають на його діяльність (держава, регіональна влада, власники підприємства, працівники, споживачі та ін.), дозволили зробити наступний висновок. В сучасних умовах в якості одного з основних показників, що визначає конкурентоспроможність підприємства можна розглядати зростання вартості підприємства.

В останні роки в закордонних виданнях все більшого розповсюдження набуває визначення ринкової вартості підприємства з урахуванням економічної доданої вартості (EVA (economic value added)). Відповідно до цього підходу ринкова вартість підприємства може бути визначена за формулою 1.

$$\begin{aligned} \text{Ринкова вартість підприємства} = \\ = \text{чисті активи (за балансовою вартістю)} + \\ + \text{EVA майбутніх періодів, приведена} \\ \text{до теперішнього моменту часу} \end{aligned} \quad (1)$$

Економічна додана вартість (EVA) є прибутком підприємства від звичайної діяльності за вирахуванням податків, зменшена на величину плати за інвестований в підприємство капітал.

Таким чином розрахунок економічної доданої вартості (EVA) може мати такий вигляд:

$$\begin{aligned} \text{EVA} &= (P - T) - IC \cdot \text{WACC} = \\ = NP - IC \cdot \text{WACC} &= (NP/IC - \text{WACC}) \cdot IC = \\ &= (\text{ROI} - \text{WACC}) \cdot IC \end{aligned} \quad (2)$$

де P — прибуток від звичайної діяльності; T — податки та інші обов'язкові платежі; IC — капітал, що інвестовано у підприємство; WACC — середньозважена ціна капіталу; NP — чистий прибуток; ROI — рентабельність інвестованого капіталу.

Середньозважена ціна капіталу (WACC) розраховується за наступною формулою:

$$\text{WACC} = P3K \cdot d3K + PCK \cdot dCK \quad (3),$$

де P3K — вартість позикового капіталу; d3K — частка позикового капіталу в структурі капіталу; PCK — вартість власного капіталу; dCK — частка власного капіталу в структурі капіталу

Таким чином вартість підприємства зростає, якщо середньозважена ціна капіталу (WACC) зменшується, а рентабельність інвестованого капіталу (ROI) збільшується.

Останні дослідження впливу соціальної поведінки підприємств на ефективність функціонування [10] демонструють, що постійно зростає кількість інвесторів, які вкладають гроші в розвиток підприємств, що дотримуються соціально відповідальної поведінки, погоджуючись отримувати меншу віддачу від капіталу ніж від вкладень капіталу у компанії з негативним іміджем. Така ситуація характеризує зниження вартості залученого капіталу соціально орієнтованими підприємствами у зрівнянні з іншими.

Крім того, соціальна поведінка підприємств впливає на доступність капіталу який залучається, що є суттєвим фактором збільшення вартості підприємства в майбутньому.

Також соціальна цінність підприємства впливає на прихильність споживачів та його імідж і репутацію. Репутація формує вартість нематеріальних активів підприємства. Таким чином, віддача власних активів підприємства може бути підвищена за рахунок соціальної складової нематеріальних активів.

Виходячи з цього, у сучасній економіці екологічна складова, як один з найважливіших елементів соціальної відповідальності підприємства має великий вплив на його конкурентоспроможність.

Підприємства, які займають позиції лідерів на світовому ринку, вже не розглядають екологічну складову своєї діяльності як неминучі витрати, а бачать в її врахуванні використання додаткових можливостей.

На думку провідних світових вчених імідж, репутація підприємств сьогодні напряму залежить від того, яку екологічну політику вони проводять. Як наслідок, від цього залежить і їх прибуток. Так, наприклад, завдяки випуску компанією Toyota нового екологічно чистого автомобілю Prius вона заробила в 2006 році 12 млрд доларів. А компанія Ford, яка не інвестувала в подібне виробництво, втратила 13 млрд. доларів.

Провідні світові гравці, щоб утриматись на ринку, витрачають величезні гроші на екологічність свого виробництва. Так компанія DuPont витрачає на такі цілі 1,9 млрд. доларів на рік. В результаті за останні 15 років вона скоротила викиди на 75%. Alcoa — провідний виробник алюмінію, розглядає для себе скорочення викидів, як можливість підвищення своєї ринкової вартості.

Фахівці вважають, що основними перспективними напрямками розвитку екологізації підприємств є формування стрімко зростаючого світового ринку екологічно чистої продукції. Незважаючи на те, що таку продукцію поки ще не виокремлено в окрему графу ні міжнародною, ні національною статисткою, попит на екологічно безпечну продукцію (ЕБП) зростає з кожним роком. В обсязі зовнішньої торгівлі розвинених країн частка екологічного сектора складає від 1 до 4 %, причому темпи зростання продажу природоохоронних технологій і устаткування досягають 10 % за рік. Обсяг світового ринку екологічних товарів (виробів, послуг) складає бли-

зько 398 млрд дол., у тому числі його Східноєвропейський сектор (разом із країнами СНД) — близько 18 млрд дол. (4,37 % світового ринку) [3].

Тому, екологічні вироби та послуги можна вважати вигіднішим для національної економіки товаром. Це сприятиме:

підвищенню експортного потенціалу виробничого комплексу України шляхом розвитку перспективної групи екологічних товарів і послуг;

розширенню ринків збуту українських товарів та послуг;

залученню інвестиційних засобів, які можна буде використати для розвитку перспективних напрямів економіки і подальшого підвищення її ефективності;

вирішенню самою Україною екологічних проблем шляхом використання екологічно спрямованих технологій власного виробництва нового покоління;

вирішенню проблем матеріального та енергетичного забезпечення, головним чином, шляхом істотного зменшення потреби у відповідних ресурсах.

Нажаль, в теперішній час, вітчизняні товаровиробники вимушені здійснювати свою виробничу діяльність в умовах світової фінансової кризи.

Але в умовах кризи світової економіки зростання значення екологічної складової конкурентоспроможності підприємства може стати одним із напрямів підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товарів, як на внутрішньому, так і на світовому ринках. Насамперед, це відноситься до тих галузей, які мають значний потенціал розвитку в умовах інтернаціоналізації економіки України. Це вітчизняний агропромисловий комплекс, фармацевтична промисловість, харчова промисловість, машинобудування, хімічна промисловість, чорна металургія, легка промисловість, деревообробна промисловість, друкарські послуги. Існує малоосвоєний вітчизняними товаровиробниками, але дуже важливий для здоров'я людей сектор ринку екологічних товарів для побуту — меблів, електропобутових приладів, шпалер, покриття підлоги, дитячих іграшок і т.д.

Слід підкреслити і те, що значна кількість екологічних проблем України має транскордонний характер. Це створює надійні передумови для того щоб зайняти провідні позиції в міжнародних екологічних програмах, що сприятиме підвищенню ефективності пошуку інвестиційних ресурсів з метою екологізації вітчизняних підприємств.

Найважливішим, на наш погляд, є і той факт, що в умовах кризи з метою захисту вітчизняних товаровиробників та підвищення їх конкурентоспроможності можливо застосування екологічних чинників при формуванні економічних інструментів регулювання торгівельних процесів.

До методів та інструментів які могли би сприяти не тільки досягненню екологічних цілей, а й наданню конкурентних переваг можна віднести наступні:

впровадження екологічних стандартів (міжнародним стандартам серії ISO 9000 та ISO 14000);

податкове коригування при ввезенні /вивезенні товарів (екологічний податок, екологічний збір);

встановлення екологічних ввізних мит (чи підвищення митних тарифів) для екологічно несприятливих товарів.

Висновки:

1. У сучасній економіці екологічна складова, як один з найважливіших елементів соціальної відповіда-

льності підприємства має великий вплив на його конкурентоспроможність.

2. В теперішніх складних зовнішніх та внутрішніх умовах господарювання, пов'язаних з світовою економічною кризою, зростання значення екологічної складової конкурентоспроможності підприємства може стати одним із напрямів підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товарів, як на внутрішньому, так і на світовому ринках

3. В умовах кризи з метою захисту вітчизняних товаровиробників та підвищення їх конкурентоспроможності можливо застосування екологічних чинників при формуванні економічних інструментів регулювання торгівельних процесів.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Згуровський М.* Україна у глобальних вимірах сталого розвитку. — Дзеркало тижня. — 2006.20.06. — С. 14

2. *Управління міжнародною конкурентоспроможністю в умовах глобалізації економічного розвитку:* Монографія: У 2 т. —Т.2/Д.Г. Лук'яненко, А.М. Поручник, Л.А. Антонюк та ін.; За заг. ред. Д.Г. Лук'яненка, А.М. Поручника. — К.:КНЕУ, 2006. —592 с.

3. *Основи екології.* Екологічна економіка та управління природокористуванням: Підручник/ За заг. ред. д.е.н. проф. Л.Г. Мельника та к.е.н., проф. М.К. Шапочки.- Суми:ВТД "Університетська книга", 2005. — 759 с.

4. *Мороз Л.А., Чухрай Н.А.* Маркетинг: Підручник /за редакцією Л.А.Мороз. — 2-е вид.-Львів: національний університет "Львівська політехніка" (Інформаційно-видавничий центр "ІНТЕЛЕКТ"+ "Інститут післядипломної освіти"), "Інтелект захід" 2002. — 224 с.

5. *Піддубний І.О., Піддубна А.І.* Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства. Навчальний посібник /.—Х.:ВД "ІНЖЕК".2006. — 270 с.

6. *Івашура А.А., Орехов В.М.* Екологія:теорія та практикум: Навчальний посібник. — Х.:Видавничий Дім "ІНЖЕК", 2004. — 208 с.

7. *Туркин С.* Зачем бизнесу социальная ответственность// Управление компанией, —2004. — № 7.

8. *Акмаєв А.І., Коваленко Н.В.* Удосконалення оцінки конкурентоспроможності підприємства в умовах глобалізації// Культура народів Причорномор'я, —2007. — № 99. — С. 7 — 11.

9. *Е. Ларионова* Экономическая добавленная стоимость <http://www.vmggroup.ru/publications/public11.htm>

10. <http://www.vestnikmckinsey.ru> — офіційний веб-сайт журналу "Вестник McKinsey" в Росії

Надійшла до редколегії 02.02.09 р.