

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ФІРМИ В КОНТЕКСТІ КОНЦЕПЦІЇ ЕКОЛОГОЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ

Стаття присвячена впливу екологічних стандартів на конкурентоспроможність фірми на мікро- та макрорівнях.

In article influence of ecological factors of maintenance on competitiveness of private company on micro- and macrolevel.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентні переваги, екологія, екологічні стандарти, економічне зростання.

Keywords: competitiveness, competitive advantages, ecology, ecological standards, economic growth.

В Україні до цього часу, на жаль, серед більшості підприємців панує думка, що витрати на охорону навколишнього середовища можуть лише знизити конкурентоспроможність компаній, тобто, вони не змінили свого ставлення до екології як до затратного механізму. Однак, досвід промислово розвинених країн свідчить, що врахування екологічної складової в економічній діяльності є вигідним і в масштабах окремих країн, і для конкретних фірм і це підтверджує значна кількість досліджень у сфері використання конкурентних переваг на ринках екологічно чистої продукції, а також практична діяльність провідних компаній. Західними фахівцями підраховано, що оптимальна частка екологічної складової ВВП повинна становити 3-6%, що і є наразі характерною для промислово розвинених країн [1]. Головним позитивним моментом для екологічної ситуації в Україні за останнє десятиліття є поступова зміна відношення до екології вітчизняних підприємницьких структур, особливо тих, що працюють на зовнішньому ринку, які все частіше розглядають природоохоронну діяльність як сферу перспективного розвитку, можливість посилення власної конкурентоспроможності, а не як джерело додаткових витрат. На сьогодні ціла низка українських підприємств фінансують екологічні програми, впроваджують екологічно чисті технології, застосовують прогресивні міжнародні стандарти, екологічну звітність, аудит та інші інструменти природоохоронної політики, стаючи, таким чином, однією з рушійних сил екологізації виробництва. Світова фінансово-економічна криза 2008-2009 років, незважаючи на низку проблем, що постали як її наслідок, водночас надала національним підприємствам і економіці в цілому унікальну можливість підвищити енергоефективність та конкурентоспроможність, здійснити структурну перебудову і досягти стабільних темпів зростання на основі нових екологічно-орієнтованих галузей. Україна не може не враховувати той факт, що світова економіка переходить на екологічно збалансовані засади і принципи подальшого розвитку, у зв'язку з чим відповідним чином вибудовувати власну економічну стратегію, підтримуючи і розвиваючи підприємства і галузі, що виробляють екологічно чисту продукцію.

Привабливими сьогодні в ролі об'єктів інвестицій є ті галузі, котрі підпадають під найжорсткіше екологічне регулювання і існують всі підстави вважати, що у майбутньому ці тенденції тільки посилюватимуться.

Питання конкурентоспроможності підприємства, підходи до класифікації конкурентних переваг і стратегій конкурентоспроможності підприємства, рекомендації щодо відбору адекватних конкретним ринковим умовам різновидів конкурентних стратегій тощо, висвітлюються у працях багатьох зарубіжних і вітчизняних вчених: М.Портера, Ф.Котлера, Р.Уотермена, І.Ансоффа, Б.Карлофа, Р.Майлза, Г.Пірсона, Г.Л.Азоєва, Н.І.Ситника, Р.А.Фатхутдінова, Н.Ю.Іванової, О.В.Берзіна, О.Б.Чернеги, А.І.Кредісова, Я.Б.Олійника, А.П.Наливайка, В.І.Гончарова, П.С.Зав'ялова, Б.М.Курганської, Л.М.Кононової, Г.І.Кіндрацької, В.Ф.Оберемчук та ін. [2]. В цілому, вважається, що категорія «конкурентоспроможність фірми» відображає просто відмінності розвитку даної фірми від розвитку конкурентних фірм. Однак, на нашу думку, в своїй основі ця категорія повинна мати більш глибоке підґрунтя – здатність фірми реалізувати свій потенціал краще за конкурентів, оскільки саме реалізація потенціалу і є метою розвитку підприємства, а невід'ємною складовою цього потенціалу є екологічна.

Як у вітчизняній, так і зарубіжній економічній літературі конкурентні переваги часто ототожнюються з можливостями фірми більш ефективно розпоряджатися наявними ресурсами, тобто її конкурентоспроможністю. Необхідно зазначити, що така аналогія має під собою вагомий ґрунт, оскільки зміст конкурентоспроможності найчастіше трактується як здатність випереджати суперників в досягненні поставлених економічних цілей. Разом з тим між даними поняттями є причинно-наслідкова різниця. Конкурентоспроможність є результатом, який фіксує наявність конкурентних переваг, без останніх неможлива конкурентоспроможність. Однак наявність окремих конкурентних переваг не означає автоматичний їх вибір. Тільки в комплексі вони можуть здійснити вирішальний вплив при виборі кращого. Крім того, на конкурентоспроможність впливають стратегічні і тактичні зміни на ринку, не пов'язані з діяльністю підприємства (зміна попиту, демографічні зрушення, природні явища і т.п.). Із співставлення даних понять стає зрозумілим активний інтерес до дослідження конкурентних переваг. Він обумовлений бажанням зрозуміти механізм конкурентоспроможності підприємства, розкрити його внутрішні зв'язки, які сьогодні досліджуються багатьма вченими [3].

Загалом, згідно визначенню ОЕСР, конкурентоспроможність – це міра спроможності країни за умов вільного і справедливого ринку виробляти товари та послуги, що відповідають вимогам світових ринків при одночасному збереженні або підвищенні реальних доходів своїх громадян [4, с.126]. Поняття «конкурентна перевага» і «конкурентоспроможність» мають різні інтерпретації в залежності від об'єкту, до якого вони застосовуються. За системного вивчення даних понять виділяють ієрархічну структуру, яка послідовно включає оцінку товару, підприємства,

галузі, економіки з точки зору їх переважання аналогічних конкуруючих об'єктів [5, с. 61].

Принцип продуктивності використання ресурсів – капітальних, людських, природних, фізичних – безпосередньо пов'язаний з процесом у справі захисту навколишнього середовища, причому саме цього вимагають і сучасні умови глобальної конкуренції. Успіх фірми сьогодні базується на моделі економічної логіки, яка встановлює чіткий взаємозв'язок між навколишнім середовищем, продуктивністю ресурсів, інноваціями і конкурентоспроможністю [6]. Конкурентні переваги тісно пов'язані з випуском продукції нової якості, одержанням доходу завдяки ціновим надбавкам за «зелений» товар, зростанням обсягів продажу і оволодінням вигідних позицій на ринку через впровадження екологоконструктивних інновацій класів вдосконалення виробу, модернізації технологічних процесів і методів виробництва. М.Портер зазначає, що «у кінцевому підсумку таке підвищення продуктивності ресурсів робить компанії більш конкурентоспроможними, а не навпаки. З точки зору продуктивності ресурсів, захист навколишнього природного середовища і конкурентоспроможність неподільні» [7, с. 357].

Проте поняття конкурентоспроможності товару не слід ототожнювати з поняттям конкурентоспроможності фірми [8, с. 35-36]. Конкурентоспроможність товару відображає комплекс споживчих і вартісних (цінових) характеристик товару, які визначають його успіх на ринку, тобто перевагу саме цього товару над іншими в умовах широкої пропозиції конкуруючих товарів-аналогів [9]. Вона визначається конкурентними перевагами: з одного боку, якістю товару, його технічним рівнем, споживчими якостями, з іншого – цінами, які встановлюють продавці товарів. На нашу думку, виробництво і реалізація конкурентоспроможних товарів – обов'язкова умова конкурентоспроможності фірми, проте ототожнювати їх не можна. В більш широкому розумінні для забезпечення конкурентоспроможності необхідна систематична робота по всьому виробничо-господарському циклу, що призводить до конкурентних переваг в галузі НДПКР, виробництва, управління, фінансів, маркетингу і т.п. Конкурентоспроможність фірми є результатом її конкурентних переваг.

Дійсно, конкурентоспроможність фірми, в кінцевому рахунку, характеризується конкурентоспроможністю конкретного товару на конкретному ринку. Однак, на думку Д.Дея, існує принаймні дві принципові відмінності визначення конкурентоспроможності товару від конкурентоспроможності підприємства, які треба враховувати при оцінці останнього [10, с. 428]. По-перше, конкурентоспроможність підприємства, яка відображає відмінності конкретного підприємства від інших виробників, може застосовуватись до досить довгого проміжку часу, конкурентоспроможність товару визначається впродовж будь-якого малого часового інтервалу. По-друге, оцінку діяльності виробника дає не тільки споживач, але й сам виробник, при цьому він вирішує, чи вигідно йому в масштабах і умовах конкретної економічної ситуації займатися виробництвом і реалізацією тих чи інших товарів. Отже, конкурентоспроможність фірми - це відносна характеристика, що віддзеркалює

відмінності розвитку даної фірми від розвитку конкурентних фірм за ступенем задоволення своїми товарами потреб споживачів та за ефективністю виробничої діяльності і характеризує можливості і динаміку її пристосування до умов ринкової конкуренції. Вона може виявлятися на рівні: абсолютного лідерства; наявності відносних переваг; ринкового самозбереження.

Для забезпечення конкурентоспроможності підприємство повинно враховувати екологічні вимоги суб'єктів ринку. Основними варіантами базової маркетингової товарної екологічної стратегії є: адаптивна (підприємство прагне рухатися в своїй товарній політиці синхронно змінам ринку, виступає послідовником, імітатором екологічних вдосконалень компаній-новаторів) та експансіоністська стратегія (інноваційне вдосконалення екологічних властивостей продукції, створення екологічних новинок, створення ринку (сегменту, ніші) під екологізовану продукцію). Економічна діяльність створює відповідний тиск на навколишнє природне середовище, на його здатність до самовідтворення на суспільно прийнятному рівні за трьома основними напрямками: зменшення ресурсної бази; забруднення навколишнього природного середовища, зниження рівня його якості та рекреаційного потенціалу; погіршення демографічних показників. Це можна розглядати як соціально-екологічні екстернальні ефекти. Ефект зворотної дії полягає в тому, що накопичення екологічних екстернальних наслідків обертається ресурсними (екологічними) обмеженнями зростання. У той же час за ставленням підприємств до значення екологічних факторів для конкурентоспроможності, їх можна розділити на такі групи: екологічно індиферентні; орієнтовані на «екологічність виробництва»; орієнтовані на «екологічність продукту»; системно екологічно орієнтовані. До чинників, які визначають місце «екологічності» в маркетингових стратегіях підприємств в цілому, а також характер екологічної орієнтованості, слід віднести: галузеву приналежність; масштаби діяльності підприємства; особливості екологічного регулювання держави; ринкову стратегію підприємства, місце в ній екологічної складової конкурентоспроможності.

Оскільки, позиція споживача є ключовим фактором ринкової конкурентоспроможності підприємства, то і послідовність дії факторів екологізації його поведінки є наступною: потреби в екологічній безпеці; інтерес до екологічних питань; екологічні товарні пріоритети; сприйняття вартості екологічної продукції; конкретизація ступеня екологізації у попиту; еластичність попиту за «екологічною» ціною.

Відомо, що скасування технічних бар'єрів у торгівлі (згідно привил СОТ і ЄС), отримання «перепустки» на міжнародні ринки пов'язано з екологічною сертифікацією діяльності компаній (ISO 14000 і 14001). Вигоди, що отримують компанії від дотримання екологічних стандартів – це і зниження матеріальних витрат завдяки рециркуванню вторинної сировини і раціональному споживанню вхідної, відсутність непередбачених витрат на оплату страхових полісів, залучення кваліфікованого, високоосвіченого персоналу, зміцнення репутації фірми-виробника. Втрати, що несуть

компанії через недотримання екологічних вимог, досить вагомі – це і зростання матеріальних витрат порівняно з конкурентами і відставання у перспективних НДПКР, гірші можливості для залучення інвесторів, зростання штрафів за порушення екологічних вимог, підвищена увага з боку влади, зниження іміджу фірми. Підприємство може мати три стратегічних варіанти вирішення проблеми зростання екологоресурсних витрат: перекладання витрат, що збільшилися, на споживачів; зменшення ресурсних витрат на одиницю продукції; інноваційна заміна ресурсів виробництва. Можлива й певна комбінація варіантів.

Наразі в Україні питанням врахування екологічної складової в діяльності підприємств не надається достатньої системної уваги. Можна констатувати, що фактично відсутнє врахування реалій сьогодення, передового міжнародного досвіду, а екологічний чинник не розглядається як один з пріоритетів екологічно збалансованого, економічного розвитку. За рейтингом міжнародної конкурентоспроможності Україна посідає 82 місце серед 133 країн і перебуває у групі латиноамериканських і африканських країн, що розвиваються, а безпосередніми її сусідами за рейтингом є Гамбія та Алжир [11]. Незважаючи на офіційні заяви про важливість переходу економіки нашої держави на засади екологічно збалансованого, інноваційного розвитку фінансування у цій сфері залишається недостатнім. Витрати на охорону навколишнього середовища впродовж останніх п'яти років коливаються в межах 1,4% від ВВП [12]. Незважаючи на певні позитивні зміни у відношенні українських підприємств до екологічної проблематики, значна їх частина і на сьогодні розглядають екологічні чинники як гальмо внутрішньої і зовнішньої конкурентоспроможності і воліють сплатити штрафні санкції за забруднення аніж здійснювати природоохоронні заходи, впроваджувати екологічно чисті технології. Показник впровадження маловідходних, ресурсозберігаючих і безвідходних технологічних процесів в Україні за період 1991-2010 рр. зменшився у 3,8 рази, причому у 2010 р. він знаходився на рівні 2000 р. [13, с. 25-26]. Обов'язкове врахування екологічного чинника під час розробки стратегій, планів та програм розвитку України, впровадження екологічного управління на підприємствах, екологізація господарської діяльності були проголошені Законом України №2818-VI від 21.12.2010 р. Проте, оновлена державна екологічна політика України на період до 2020 року лише декларативно засвідчує рішучість України щодо переходу до визнаних міжнародних екологічних стандартів та природоохоронних норм, що діють у країнах Західної і Центральної Європи. Варто лише констатувати наступний факт. В Україні через збір за забруднення держава чинить дуже ліберальний тиск на підприємства, для яких наразі вигіднішим є внесення екологічних платежів, в т.ч. штрафів, ніж інвестування в природоохоронні технології. Крім того, платежі за забруднення утримуються не з прибутку, а включаються до собівартості продукції, тобто ці витрати фактично компенсуються підприємству.

Аналіз зарубіжного досвіду свідчить, що зацікавленості та економічній доцільності здійснення приватними фірмами природоохоронних та

ресурсозберігаючих заходів сприяють такі інструменти як, по-перше, екологізація ціноутворення (через механізм введення екологічної надбавки до ціни продукції та запровадження системи екологічного маркування); по-друге, екологізація податкової системи (через пільгове оподаткування). Останній інструмент передбачає наступні пільги в оподаткуванні: а) суб'єктів підприємницької діяльності, що здійснюють екологоорієнтовані види діяльності (звільнення від податку на прибуток, податку на землю, зниження місцевих податків); б) інвестицій екологічного призначення (ПДВ, податок на прибуток; у Німеччині, Франції, Японії і США існують податкові знижки з продажу екотехніки); в) пільги на екологічно чисту продукцію, що дає можливість замінити екологічно шкідливі продукти (податок на прибуток). Крім цього, у міжнародній практиці широко застосовуються механізми прискорених норм амортизації фондів природоохоронного призначення, пільгових кредитів на природоохоронне устаткування (у США широко розповсюджені безвідсоткові позики інвестиційних банків для придбання «чистих технологій» під державні гарантії, а також довгострокові позики (до 30 років) обсягом 0,5 млн.дол. при 6,66% річних), екологізації кредитної, інвестиційно-інноваційної та митної політик, досвід яких міг би бути використаний в Україні.

У цьому контексті механізмом та інструментами забезпечення екологобалансованого розвитку національної економіки, а відповідно і посилення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств є реформа податкової системи з урахуванням екологічної складової. Аналіз нового Податкового кодексу України свідчить, що із 18 його розділів вісім безпосередньо пов'язані з еколого-ресурсними аспектами оподаткування, зокрема модернізацією екологічного податку (раніше – плата за забруднення навколишнього природного середовища), зміною рівнів ставок і розширенням бази оподаткування. Запровадження ресурсно-екологічних податків є складовою еко-податкової реформи, яка дає можливість врахувати зовнішні екологічні чинники, трансформуючи їх у внутрішні витрати виробництва і впроваджуючи принцип «платить той, хто забруднює». Зміна системи оподаткування дає змогу українським компаніям залучати інвестиції в екологічно-чисті технології, зменшувати енерго- і матеріаломісткість виробництва, здійснювати структурну перебудову і підвищити конкурентоспроможність на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Сьогодні на вітчизняному ринку конкурентоспроможність промислових товарів практично не залежить від екологічної чистоти його виробництва. Отже, мова може йти лише про створення інтегрованої екологоорієнтованої моделі зовнішньоторговельної політики України, яка б на мікрорівні створила передумови для забезпечення ув'язки екологічного менеджменту з ринковими стратегічними цілями підприємства, а на макрорівні стала б основою для двох органічно поєднаних складових: імплементації екологічних нормативних вимог СОТ у вітчизняну практику господарювання і гармонізації правового поля із міжнародними екологічними стандартами. Лише подібне інституціональне забезпечення здатне ефективно

реалізувати національні інтереси екологічної безпеки України у загальну концепцію екологозбалансованого розвитку світового господарства і міжнародної спільноти.

Література

1. О. Веклич. «Зелений» валовий внутрішній продукт України.// Дзеркало тижня, 3.03.2012., с.7
2. М.Портер. Конкуренция. М., «Вильямс», 2005, 608с.; М.Портер Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов. М., «Альпина», 2006, 454с.; Кіндрацька Г.І. Стратегічний менеджмент. К., Знання., 2010., 406с.; Іванова Н.Ю. Економічна теорія управління фірмою. К., Центр учбової літератури, 2010, 266с. ; Ситник Н.І. Управління персоналом., К., Інкос., 2009., 472 с.; Кредісов А.І. Менеджмент в історичному розвитку як теорія. К., Знання України., 2009., 515 с.
3. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004-2015 роки). К., 2004., 416 с.; Берзін О.В., Берзіна Л.М., Буренко Н.В. Економіка підприємства., К., Знання.,2009.,390с.; Олійник Я.Б. Шищенко П.Г., Гавриленко О.П. Основи екології, К., Знання., 2012., 558с.; Дергачова В.В. Міжнародна конкурентоспроможність національної економіки в контексті забезпечення економічного зростання. Донецьк., ДонДУЕТ. 2006., 392с.; Кошель Н.М., Писарчук А.В. Екологічна криза в Україні., К. 2011.; Коренков О.В. Управління потенціалом розвитку промислових підприємств: Дис... канд. екон. наук: 08.06.07/ Європейський університет фінансів, інформаційних систем, менеджменту і бізнесу. – К., 2008.–233с.; Damodaran A., Value Creation and Enhancement: Back to the Future. – Los Angeles, Stern School of Business, 2008. - 128 pp.; Miles R.E., Snow C.C. Organizational Strategy, Structure and Process. – New York: McGraw-Hill, 2008. – 198 pp.; Steiner G.A. & Steiner J.F. Business, Government and Society. – N-Y: McGraw-Hall, 2008.
4. OECD Environmental Performance Reviews. Sweden. – Paris: OECD Publications. 2004. – 211 pp.
5. Белошарка В.А., Загорий Г.В. Стратегическое управление: принципы и международная практика. – Киев: Абсолют – В, 2008. – 352 с.
6. Global Competitiveness Report 2008. – Internet-ресурс: [http://www // weforum.org](http://www.weforum.org).
7. Портер М. Конкуренція / Пер. с англ. – М., Из-во «Вильямс», 2005. – 608 с.
8. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.
9. Collins James C. and Porras Jerry I., "Building Your Company's Vision", Harvard Business Review, September-October, 2006, p. 65-77.
10. Дэй Джордж, Стратегический маркетинг: Пер. с англ./ Джордж Дэй. – М.: ЭКСМО – Пресс, 2004. – 640 с.
11. (Звіт про конкурентоспроможність України 2010: Назустріч економічному зростанню і процвітанню. – Інтернет-ресурс – <http://www/fed.org.ua>)
12. Національна доповідь про стан навколишнього природного середовища в Україні у 2011 р. – К., Центр екологічної освіти та інформації.– 2011. – 254с.
13. Л.Акуленко. Екологія під грифом «секретно» .- «День»., 27.03.2012р., с.6.
14. Податковий кодекс України: чинне законодавство із змінами і доповненнями на 7.02.2011р., к. Алерта, ЦУЛ. 2011., 424с.