

ЕКОЛОГІЗАЦІЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВАРІВ СПОЖИВАННЯ

Агаєв А.Н., аспірант

Дем'яненко С.Г., к.е.н., доцент

Одеський державний екологічний університет, Україна

Проблема підвищення конкурентоспроможності в даний час є однією з найбільш актуальних в теорії і практиці економічної науки. Особливе значення і важливість це має для українських підприємств, конкурентні позиції яких на сучасних світових ринках ще досі є недостатньо високими. Конкурентоспроможність – це багатофакторне поняття, яке пояснює поведінку економічних суб'єктів на ринку в умовах певної ринкової ситуації в конкретно визначений період часу. Вона залежить від таких показників як: ефективне використання ресурсів, організація виробничого процесу, впровадження науково-технічних досягнень і інновацій, ефективне функціонування організаційної структури підприємства, здатність правильно й оперативно реагувати на зміни умов і вимоги ринку, якість і актуальність дослідження ринкової інфраструктури, доступ до інформації та ін. [1] Постійні зміни сучасних тенденцій вимагають пошуку нових конкурентних переваг, які зможуть задовольнити вимоги кожного потенційного покупця і суспільство в цілому.

В останні роки глобальна екологічна криза призвела до усвідомлення того, що необхідно переглянути традиційні принципи і пріоритети економічного розвитку суспільства. Техногенний тип розвитку, характерний для сучасної цивілізації, не є перспективним для успішної діяльності підприємств. В умовах деградації і виснаження природних ресурсів і посилення забруднення навколишнього середовища актуальності набуває фактор екологічний фактор. У зв'язку з чим, пріоритетним завданням для підприємств і економіки в цілому стає еколого- економічного забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

Екологічний фактор в конкурентному розвитку підприємств можна розглядати як підвищення загальної конкурентоспроможності шляхом екологічно безпечного, економічного і природоохоронного функціонування підприємств у всіх сферах їх діяльності [1]. У перспективі для збереження

природних ресурсів, нівелювання негативного впливу на навколишнє середовище, збереження здоров'я суспільства підвищувати конкурентоспроможність необхідно за рахунок використання різнобічних науково обґрунтованих, раціональних, безпечних для людини і навколишнього середовища систем господарювання.

Серед напрямків, які можуть посилити екологічну складову конкурентоспроможності можна виділити: збереження і відновлення екологічних систем; впровадження прогресивних технологій видобутку природного сировини; раціональне використання матеріальних ресурсів; створення і впровадження маловідходних і безвідходних виробництв; екологічно прийнятне розміщення і територіальна організація виробництва; скорочення і ліквідація забруднення навколишнього природного середовища. Реалізацію успішного поєднання економічних інтересів підприємств і екологічних потреб суспільства можна забезпечити на основі системи екологічного управління, екологічного маркетингу, просування на ринку екологічних інновацій.

Підприємства, які впроваджують ефективні засоби, способи і заходи, що сприяють зменшенню забруднення навколишнього середовища, зниження кількості відходів, а також економії енергії, можуть істотно заощадити фінансові ресурси і, таким чином, підвищити свою конкурентоспроможність. У таких сферах виробництва, як ефективне енергоспоживання, скорочення викидів і скидів, вторинне використання відходів, мінімізація споживання сировини, матеріалів і т.п., є ряд можливостей для організації екологічно чистого виробництва.

Величезне число негативних екологічних зовнішніх ефектів виникає також в процесі споживання. У зв'язку з цим виникає необхідність вирішення проблем не тільки екологізації виробництва, але і споживання. Об'єктом уваги стає вплив способу життя на навколишнє середовище. При цьому поступово відбувається зміна цінностей і викликана нею переорієнтація поведінки людей в сторону урахування екологічного чинника в повсякденному житті. Основні напрямки, за якими може здійснюватися екологізація споживання з метою зменшення негативного впливу на навколишнє середовище - це [2, с. 148]: використання товарів з більш тривалим терміном використання; спільне використання товарів; вибір товарів локального виробництва, які не потребують перевезень на великі відстані; відмова від зайвих і додаткових послуг;

мінімізація твердих побутових відходів; перевага «екологічно чистих» продуктів; раціоналізація споживання енергії.

З огляду на сучасні вітчизняні реалії, українські виробники повинні орієнтувати свою діяльність на задоволення екологічних потреб покупців. Екологічно безпечна продукція може отримати суттєву перевагу в порівнянні з продукцією конкурентів, які не приділяють належної уваги екологічним питанням, особливо при невеликій ціновій різниці.

Література:

1. Безкровна О.Ю. Підвищення конкурентоспроможності на основі екологізації діяльності підприємств / Теоретичні та прикладні аспекти підвищення конкурентоспроможності підприємств: Колективна монографія у 4 т./за ред. О.А. Паршиной. – Дніпропетровськ : «Герда», 2013. – Т. 2. – С.29-36.
2. Гришанова С.В., Татаринова М.Н. Проблемы экологизации потребления и экологическая маркировка продукции // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. – 2013. – Вып. № 9 (107). - С. 147-152.