

**Унтила Е.Н.**

## **Экологическая составляющая конкурентоспособности фирмы.**

Способностью предприятия производить конкурентоспособную продукцию за счет его умения эффективно использовать финансовый, производственный потенциал, определяется конкурентоспособность фирмы. В современных исследованиях при определении конкурентоспособности предприятия во главу угла чаще всего ставится конкурентоспособность товара. Отдавая должное такому подходу и учитывая реалии сегодняшнего дня, а также практический опыт отечественных фирм, представляется вполне очевидным, что уровень конкурентоспособности предприятия должен отвечать требованиям, предъявляемым к лидерам соответствующих товарных рынков.

С момента создания и в процессе функционирования каждая промышленная и коммерческая компания поставлена перед проблемой обеспечения конкурентоспособности, в том числе международной. Международная конкурентоспособность любого хозяйственного субъекта складывается из ряда преимуществ, которые выявляются на мировом рынке путем сопоставления с соответствующими показателями зарубежных фирм-конкурентов.[2]

К важным конкурентным преимуществам относятся рентабельность производства, характер инновационной деятельности, уровень производительности труда, эффективность стратегического планирования и управления фирмой, ее способность быстро реагировать на меняющиеся требования и условия рынка [3]. Очевидно, что чем шире у компании набор конкурентных преимуществ, чем благоприятнее предпосылки для ее успешной деятельности на мировом рынке, тем более устойчивые позиции она может занять в отдельных сегментах этого рынка.

Среди украинских компаний в экспортоориентированном секторе производства заняты лишь те, которые обладают реальной международной конкурентоспособностью. Сегодня нельзя не учитывать, что на мировом рынке поступательные процессы поиска новых машин и технологий, более совершенных товаров становятся непрерывными и постоянными. Объективно украинские производители отстали от этого стремительного движения, и выход из сложившегося положения единственный – повышать уровень своих конкурентных возможностей, а для этого нужны более жесткие критерии оценки уровня конкурентоспособности предприятия. Во многом этот уровень определяется получением согласия ведущих международных фирм не только приобретать у предприятия продукцию, но и активно сотрудничать с ним на взаимовыгодных партнерских условиях. Именно так формируется современный потенциал предприятия, и повышаются его конкурентные возможности. Как свидетельствует зарубежный опыт, сотрудничество, выполнение части заказов по поручению авторитетных фирм являются одной из наиболее прогрессивных форм взаимоотношений партнеров в современном мировом бизнесе [2]. Все в большей степени фирмами, способными выдерживать сильную конкуренцию, становятся те, которые находят новаторские пути кооперирования и сотрудничества.

В последние годы важное значение в обеспечении международной конкурентоспособности товаров приобрел экологический фактор. Сочетание более жестких экологических стандартов и более острой конкуренции на мировом рынке заставляет компании при разработке новых изделий использовать принципы предупреждения загрязнения в комплексе с экологическим самоконтролем.

Необходимо совершенствовать рыночные и фискальные механизмы работы предприятия таким образом, чтобы экологические издержки включались в себестоимость выпускаемой продукции, и исключались из налогооблагаемой базы. Цены на товары и услуги должны учитывать экологический фактор их производства, а также экономии на дальнейшей утилизации и удалении и рециркуляции отходов [2]. Сейчас потребители не только развитых стран, но и украинцы предпочитают продукцию из экологически чистого сырья и материалов, производство которой находится в экологически чистой зоне. Следовательно, пользуясь большим спросом, такие товары смогут удерживать лидирующие позиции в конкурентной борьбе.

В настоящее время на первый план в мировой конкурентоспособности выходят неценовые факторы, из которых важнейшее значение приобретает качество товаров и его новизна. Абсолютно конкурентными являются новые виды товаров, не имеющие аналогов на рынке. Большинство стран обеспечивают повышение конкурентоспособности своих товаров путем внедрения инноваций, разработки высокотехнологических продуктов, производство которых невозможно без использования научно-технического потенциала. Эффективность такого подхода обеспечивается органичной взаимосвязью и взаимоподдержкой всех факторов, определяющих конкурентную стратегию фирмы.

В борьбе на мировых рынках компании часто используют лишь ценовые факторы. Нередко, чтобы закрепиться на зарубежном рынке, они прибегают к продаже товаров по демпинговым ценам. Однако, в долгосрочной перспективе, такая политика может иметь обратный эффект, то есть привести не к расширению рынка сбыта и сохранению конкурентоспособности, а, наоборот, – к сужению доли на рынке или полному вытеснению с него. Поэтому необходимо использовать не только ценовой фактор в современной борьбе за мировые рынки, а также преимущества научно-технической революции и международного разделения труда.

Основным принципом повышения международной конкурентоспособности является повышение конкурентных возможностей предприятия, укрепление его позиций на мировом и внутренних рынках, достижение устойчивого развития за счет создания и поддержания долгосрочных конкурентных преимуществ.

С точки зрения устойчивого развития природоохранная работа связана не только с ростом издержек производства, но и в значительной степени с получением преимуществ в конкурентной борьбе. Отдельные компании, взявшие на вооружение эту концепцию, эффективно используют более совершенные технологические процессы, повышают производительность труда, снижают затраты на выполнение экологических требований и наилучшим образом используют возможности рынка [1]. Такие товаропроизводители всегда будут обладать преимуществом перед своими конкурентами, не использующими новые подходы в своей деятельности. Предприятия, не сумевшие перестроиться на принципы устойчивости, не смогут на равных конкурировать на мировой арене. В настоящее время все большее число транснациональных корпораций и банков, средних и мелких фирм начинают осознавать, что наиболее разумный путь к процветанию и повышению конкурентоспособности на внешнем рынке – это использование принципов устойчивого развития во все сферы предпринимательской деятельности.

#### Литература.

1. Иванов Н. Конкурентоспособность предприятия: системный подход. Экономика Украины, 4, 2000.
2. Андрианов В. Конкурентоспособность России в мировой экономике. Международная экономика и международные отношения, 3, 2000.
3. Скударь Г. Стратегия подъема конкурентоспособности предприятия. Экономика Украины, 6, 2000.

