

Иксарова Н. О., к.в.н., доцент, доцент кафедры міжнародної економіки Київського національного торговельно-економічного університету (Україна)

РОЗВИТОК ЕКОЛОГО-ОРІЄНТОВАНОГО БІЗНЕСУ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНОЇ ЕКОНОМІКИ

У статті досліджено сутність міжнародної конкурентоспроможності як економічної категорії та визначено основні фактори, що на неї впливають. Виявлено, що в нинішніх умовах особливого значення набуває екологізація виробництва, оскільки розвинуті країни, на ринки яких орієнтована значна кількість промислової продукції України, сьогодні у значній мірі зорієнтовані на покращення якісних параметрів довкілля. Було виявлено, що на екологізацію бізнесу мають спрямовуватися зусилля як держави, так і самих суб'єктів господарської діяльності, при чому в даному процесі повинні бути задіяні усі наявні ресурси: фінансові, трудові, виробничі, маркетингові. Лише за умови екологізації всіх сфер діяльності підприємств та проведення обґрунтованої політики в державі можливим є посилення конкурентоспроможності національної економіки. Доведено, що передумовою підвищення конкурентоспроможності за рахунок екологізації виробництва має стати впровадження на підприємствах маркетингового управління, що базується на відслідковуванні потреб споживачів та впровадженні змін у виробництво лише на основі фактично існуючих вимог, а також постійному наданні цільовому ринку інформації про переваги продукції. Підкреслено, що основним завданням держави є недопущення ситуації за якої екологізація призведе до підвищення зовнішньої та зниження внутрішньої міжнародної конкурентоспроможності – державна політика має бути направлена на підтримку споживання екологічної продукції і в Україні.

Ключові слова: Екологізація, міжнародна конкурентоспроможність, державна політика, маркетингове управління

Табл. 1, літ. 4.

Иксарова Н.А.

РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГО-ОРИЕНТИРОВАННОГО БИЗНЕСА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

В статье исследована сущность международной конкурентоспособности как экономической категории и определены основные факторы, на нее влияющие. Вывявлено, что в нынешних условиях особое значение приобретает экологизация производства, поскольку развитые страны, на рынки которых ориентирована значительное количество промышленной продукции Украины, сегодня в значительной степени ориентированы на улучшение качественных параметров окружающей среды. Было обнаружено, что на экологизацию бизнеса должны направляться усилия как государства, так и самих субъектов хозяйственной деятельности, причем в данном процессе должны быть задействованы все имеющиеся ресурсы: финансовые, трудовые, производственные, маркетинговые. Только при условии экологизации всех сфер деятельности предприятий и проведения обоснованной политики в государстве возможно усиление конкурентоспособности национальной экономики. Доказано, что предпосылкой повышения конкурентоспособности за счет экологизации производства должно стать внедрение на предприятиях маркетингового управления, базирующаяся на отслеживании потребностей потребителей и внедрении изменений в производство только на основе фактически существующих требований, а также постоянному предоставлению целевом рынке информации о преимуществах продукции. Подчеркнуто, что основной задачей государства является недопущение ситуации, при которой экологизация приведет к повышению внешней и снижению внутренней международной конкурентоспособности - государственная политика должна быть направлена на поддержку потребления экологической продукции и в Украине.

Ключевые слова: экологизация, международная конкурентоспособность, государственная политика, маркетинговое управление

Iksarova N.O.

THE DEVELOPMENT OF ENVIRONMENTAL-ORIENTED BUSINESSES AS A FACTOR IN THE INTERNATIONAL COMPETITIVENESS OF THE NATIONAL ECONOMY

This article explores the essence of international competitiveness as an economic category and the main factors that affect it. It is revealed that in the present circumstances, the greening of production plays important part in the competitiveness growth, as developed countries (target market for industrial Ukrainian companies) are focused on improving of environmental quality parameters. It was found that efforts on environmentalization

should be directed both by the state and by most business entities and this process should involve all available resources: financial, labor, production, marketing. Only in case of greening of all areas of business and reasonable policy in the country, it is possible to enhance competitiveness of the national economy. It is proved that a prerequisite for improving competitiveness through greening production should be addressed to business marketing management, based on the tracking of consumer needs and implementation of changes in production only on the base of actually existing requirements and provision of target market by constant information about the benefits of products. It is emphasized that the main task of the state is to prevent the situation when greening will lead to increase of foreign and decrease of domestic international competitiveness - public policy should be aimed at maintaining of ecological consumption in Ukraine.

Keywords: *Greening, international competitiveness, public policy, marketing management*

Основою стабільного розвитку будь-якого промислового підприємства в довгостроковому періоді є наявність стратегічного плану дій, складеного з урахуванням очікуваних вимог споживачів щодо якості продукції і передбачуваних обсягів споживання. Для досягнення планованих показників виробництва і збуту продукції в рамках маркетингової служби підприємства оцінюються можливості розкриття потенціалу компанії в двох головних напрямках: збільшення продажів традиційним покупцям у вже освоєному секторі ринку і розширення ринків збуту шляхом виходу на нові швидкозростаючі ринки, які характеризуються високим попитом і недостатньою ступенем його задоволення.

Сучасний вітчизняний ринок промислової продукції значною мірою характеризується браком вільних ніш, а також високим рівнем конкуренції з боку як вітчизняних, так і зарубіжних виробників. У зв'язку з цим, для українських промислових підприємств найбільш ефективним і економічно вигідним варіантом збільшення обсягу продажів є вихід на зовнішній ринок, де, проте, стандарти якості продукції, так само як екологічні вимоги до процесу її виробництва, є набагато вищими, що обумовлює необхідність переходу вітчизняних промислових підприємств до еколого-орієнтованої парадигми ведення бізнесу.

Посилення конкурентних процесів у світі, розширення пропозиції товарів та зміни у структурі попиту обумовлюють необхідність формування у вітчизняних компаній нецінових конкурентних переваг, що забезпечать їм прийнятні конкурентні позиції на зовнішніх ринках у довгостроковій перспективі. Екологізація виробництва є тривалим і ресурсо-витратним процесом і вимагає комплексного підходу. Проблемою вітчизняного бізнесу є сьогодні використання ним застарілих технологій, що не відповідають екологічним стандартам розвинутих країн, що вказує на неможливість кардинальної зміни стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності українського промислового комплексу. Разом з тим, складання довгострокових планів та поступова реалізація заходів у сфері переоснащення виробничих потужностей за одночасного підвищення екологічної орієнтації інших бізнес-процесів може стати джерелом конкурентних переваг вітчизняних компаній в довгостроковій перспективі.

Дослідженням проблем забезпечення міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних підприємств займалися такі вчені як Макагон Ю.В., Кравченко В.А., Кадуріна Л.О., Козик В.В., Кредісов А., Беседін В.Ф., Лозенко А. П., Яковлев А., Якубовський М., Фомічева Н., Циганкова Т., Хоберлер Г., Ф. Рута, Корден М., Пила В.І., Пузанов І.І., Пахомов Ю. Питанням екологізації вітчизняної промисловості присвячені роботи А. Алаєва, С. Дорогунцова, М. Долішнього, Д. Львова. А. Олійника. У той самий час, проблеми екологізації промислового комплексу України в контексті підвищення її міжнародної конкурентоспроможності не знайшли достатнього висвітлення у науковій літературі, що і обумовило інтерес до поглибленого дослідження даної проблеми.

Метою статті є дослідження ключових напрямів екологізації промисловості України в контексті підвищення конкурентоспроможності національної економіки. Завданнями статті є: дослідження сутності поняття міжнародна конкурентоспроможність та факторів, що на неї впливають; визначити фактори, що впливають на міжнародну конкурентоспроможність на нинішньому етапі; обґрунтувати місце екологізації в процесі підвищення міжнародної конкурентоспроможності; визначити основні напрями стимулювання розвитку еколого-орієнтованого бізнесу в Україні.

Конкурентоспроможність - це комплексна порівняльна характеристика, яка відбиває ступінь переваг над конкурентами по сукупності оціночних показників діяльності на певних ринках, за певний проміжок часу. Історично концепція конкурентоспроможності заснована на теорії використання в міжнародному поділі праці порівняльних переваг національних економік (дешеву працю, багаті природні ресурси, сприятливі географічні, кліматичні, інфраструктурні фактори і т. п.) для експорту продукції до країн, де таких переваг немає, та імпорту продукції з країн, які мають переваги порівняно з національною економікою країни-імпортера. Конкуренція становить основу динамічного розвитку індустріального суспільства, має спочатку форму вільної конкуренції приватних виробників на відкритих ринках і переважно ціновий механізм її реалізації на внутрішньому і зарубіжних ринках. При цьому саме поняття конкуренції в індустріальному суспільстві, що розвивається протягом трьох століть, динамічно змінюється [1, с. 145-147].

На сучасному етапі розвитку економіки ринок є досить мінливим. Постійна зміна умов зовнішнього

середовища, несталий купівельний попит, наявність великої кількості підприємств різних форм власності призводять до невизначеності та підвищення ризиків для функціонування підприємства. У подібних умовах компанія, що виходить на ринок з власною продукцією, повинна постійно відстежувати та оперативно реагувати на всі зміни, що відбуваються в конкурентному середовищі. Задля збереження своїх позицій на ринку та використання ефективних засобів конкуренції, які б відповідали сучасним ринковим вимогам, підприємство має правильно оцінювати ринкову обстановку.

Висока конкурентність ринкового середовища вимагає формування адекватних умовам сьогодення підходів до управління міжнародною конкурентоспроможністю. Сам процес формування конкурентоспроможності є складним і об'єднує елементи як внутрішнього, так і зовнішнього оточення, тому важливим є визначення чинників, які впливають на формування міжнародної конкурентоспроможності сьогодні. В умовах глобалізації світового господарства можна виділити ряд факторів, що визначають хід конкурентної боротьби в глобальному масштабі. Визначення цих факторів є ключовим елементом в системі забезпечення конкурентоспроможності національної економіки.

Усі фактори, що визначають рівень міжнародної конкурентоспроможності промислового комплексу країни, можна умовно поділити на зовнішні і внутрішні. Зовнішні фактори - це ті, на які економічний суб'єкт впливати не може і в своїй політиці повинно сприймати їх як дещо незмінне. До них відносяться наступні:

- Діяльність державних владних структур (фіскальна та кредитно-грошова політика, законодавство). Наприклад, в залежності від характеру податкової політики (розміри податкових ставок) підприємство буде отримувати високий прибуток чи, навпаки, зовсім його не отримувати.

- Розвиток родинних та підтримуючих галузей. В даному випадку мова йде про розвиток нових технологій (ресурсозберігаючих, технологій глибокої переробки), нових матеріалів та джерел енергії. Їх впровадження у виробництво підвищує науковий та виробничий потенціал підприємства.

- Господарська кон'юнктура, що складається. Вона включає кон'юнктуру ринків сировинних та матеріальних ресурсів, ринків трудових ресурсів, ринків засобів виробництва, ринків фінансових ресурсів.

- Параметри попиту. Вони включають ріст попиту на товари, що виробляються підприємством, його стабільність і дозволяють підприємству отримувати високий прибуток, а також закріпити своє положення на ринку. Нестабільний попит, зміна вимог покупця до якості продукції підприємства, зниження покупної можливості населення, навпаки, не створюють умов для забезпечення певної конкурентоспроможності підприємства.

На рівень міжнародної конкурентоспроможності промисловості суттєвий вплив мають також зміни зовнішнього середовища та здатність вчасно та адекватно відреагувати на ці зміни. До внутрішніх факторів відносять наступні:

- діяльність керівництва та апарату управління підприємствами галузі (організаційна та виробнича структури управління, професійний та кваліфікований рівень керуючих кадрів і т. д.);

- система технологічного оснащення в країні. Оновлення устаткування та технологій, тобто заміна їх на більш прогресивні, забезпечує підвищення конкурентоспроможності підприємства, підсилює внутрішню гнучкість виробництва;

- сировина, матеріали і напівфабрикати, на яких працюють підприємства галузі. Якість сировини, комплектист її перероблення та величина відходів серйозно впливають на конкурентоспроможність підприємства. Зменшення виходу готової продукції із використаної сировини (це особливо характерно для харчової промисловості), не комплексна її переробка приводять до збільшення витрат виробництва, а значить, до зменшення прибутку, що, в свою чергу, не дозволяє розширити виробництво. В наслідок цього знижується конкурентоспроможність. І навпаки, покращення використання сировини, його комплексна переробка понижують витрати виробництва, а значить, підвищують конкурентоспроможність;

- збут продукції: його обсяг та витрати реалізації. Цей фактор серйозно впливає на підвищення конкурентоспроможності підприємства: можна добитися непоганих результатів в виробництві, випускаючи продукцію вищої якості і відносно невисокої собівартості, але все буде зведене нанівець із-за непродуманої збутової політики[2].

Залежно від сфери походження фактори, що впливають на конкурентоспроможність, поділяються на науково-технічні, організаційно-економічні, соціальні, політичні, екологічні. Науково-технічні фактори відображують стан та динаміку науково-технічного прогресу, рівень техніки та технології, продуктивність та надійність устаткування, гнучкість виробничих процесів тощо.

Організаційно-економічні фактори відображують, з одного боку, стадію циклу розвитку економіки, розвиток інтеграційних процесів у економічному просторі, загальногосподарську та галузеву кон'юнктуру, методи та механізми регулювання господарської діяльності на рівні держави, регіонів та галузей; з іншого боку ці фактори характеризують структуру та ефективність системи управління підприємствами галузі, рівень організації його маркетингової та фінансово-економічної діяльності, характер організації виробничих процесів та організації праці, ступінь ефективності створених на підприємствах систем

прогнозування, стратегічного та поточного планування, моніторингу та оперативного регулювання тощо.

Соціальні фактори відображують стан та динаміку соціальних процесів, що відбуваються на макрота мкрорівнях. Вплив цієї групи факторів на міжнародну конкурентоспроможність є двобічним: з точки зору маркетингового аспекту, вони здійснюють суттєвий вплив на рівень, динаміку та специфічні особливості попиту на кожному конкретному ринку, а значить якоюсь мірою впливають на конкурентоспроможність продукції, що виробляється тим чи іншим підприємством галузі; з позиції економічної ефективності, ці фактори певною мірою відбиваються на рівні ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства.

Політичні фактори здійснюють суттєвий вплив на рівень конкурентоспроможності підприємства, що найяскравіше виявляється при реалізації продукції підприємства на зовнішніх ринках, або при придбанні імпорتنих ресурсів[3]. Екологічні фактори характеризують взаємозв'язок виробничо-економічної діяльності підприємств в країні зі станом оточуючого природного середовища.

На сьогодні екологічні фактори набувають все більшого значення для успіху підприємства на зовнішніх ринках. Динаміка економічного розвитку більшості країн свідчить на користь зростання ролі екологічного фактору у забезпеченні успіху промислових підприємств є виправданим. Споживач сьогодні звертає все більше уваги на те, яким чином виготовлена та чи інша продукція, тому підприємствам доводиться імплементувати еколого-орієнтовані технології для забезпечення вимог споживачів.

Чинники міжнародної конкурентоспроможності, що впливають на екологічні параметри підприємств, можна поділяти на економічні, управлінські, технологічні. Економічні, в свою чергу, можна поділити на фінансові, маркетингові тощо – підприємства сьогодні повинні не лише знаходити фінансові ресурси для імплементції зелених технологій, але і правильно просувати їх, інформуючи про те, яким чином була виготовлена продукція і який ефект отримує сам споживач та суспільство в цілому за умови її споживання.

Виробничі чинники екологічної складової конкурентоспроможності підприємства – це ті технологічні особливості, які дають конкурентні переваги порівняно з конкурентами у якості, собівартості продукції, термінах її виготовлення за одночасного позитивного впливу на параметри навколишнього середовища. Залежно від особливостей галузі, де працює підприємство, частина цих чинників може бути невідкорена підприємству, їх поява або відсутність спричиняється об'єктивними умовами.

Маркетингові чинники конкурентоспроможності еколого-орієнтованого підприємства формуються і підтримуються маркетинговими службами. Їх наявність повністю залежить повністю залежить від політики підприємства та якості роботи маркетологів. Маркетингові чинники, в свою чергу, можна класифікувати за видами маркетингової діяльності, за складовими комплексу маркетингу тощо. На нинішньому етапі, для посилення міжнародної конкурентоспроможності маркетингові чинники набувають виключного значення, прі чому популяризувати ідею екологізації повинні не лише підприємства самі по собі, але і держава, яка повинна створити умови для інформування своїх зарубіжних партнерів про зрушення у екологізації промислового комплексу країни.

Досить важливим чинником екологічної конкурентоспроможності є персоналу, оскільки лише у разі відповідального ставлення працівників до процесу екологізації можна очікувати максимально ефективного впровадження зелених технологій у діяльність підприємства. За відсутності у працівників інтересу щодо освоєння нових технологій чи за їх невідповідального ставлення до параметрів роботи підприємства, кошти, спрямовані на екологізацію, можна вважати використаними неефективно, оскільки значного позитивного ефекту не спостерігатиметься.

Як зазначалося вище, особливе значення у процесі переходу до еколого-орієнтованого розвитку відіграють фінансові чинники. Їх наявність є передумовою для виникнення всіх інших внутрішніх елементів екологічної конкурентоспроможності підприємства. Вони визначаються, з одного боку, нормами рентабельності та прибутковості продукції та інвестованого капіталу, а з іншого, - наявністю початкових і поточних інвестицій та фінансовою політикою підприємства. На даному етапі виключно важливим є координація зусиль держави та бізнесу у досягненні міжнародної конкурентоспроможності, оскільки, як свідчать факти, у вітчизняних підприємств недостатньо фінансових ресурсів для екологізації діяльності, і лише політика держави щодо забезпечення доступу до недорогих кредитів, а також надання еколого-орієнтованим підприємствам податкових пільг, може кардинально змінити існуючу ситуацію. При цьому, держава повинна не лише створити умови для переходу промислового комплексу на екологічну рейку, але і забезпечити контроль над даним процесом – має бути сформована система обліку використання кредитних та акумульованих внаслідок економії на податках коштів, а також визначено механізм відшкодування державі втрат внаслідок наданих пільг за умови невиконання поставлених вимог.

Сьогодні можна з впевненістю сказати, що конкурентоспроможність промислового комплексу країни забезпечується значною кількістю груп факторів, які для спрощення процесу управління можна розділяти на різні групи. Відповідно до концепції ієрархії чинників конкурентоспроможності підприємства, запропонованої професором японського університету Гакусюїн (м. Токіо) Тойохіро Коно, конкурентоспроможність визначає п'ятирівнева ієрархія чинників. Перший рівень ієрархії формує частка

ринку, що належить підприємству. Важливе значення на даному етапі відіграє маркетинг як інструмент інформування споживачів про перевагу екологізації діяльності підприємства. На другому рівні цієї ієрархії конкурентоспроможність має бути підкріпленою трьома важливими чинниками – здатністю до розвитку, виробничими та збутовими потужностями належного рівня. На даному етапі важливого значення набуває впровадження на підприємстві екологоорієнтованої філософії, а також освоєння нового обладнання, що завдає мінімальну шкоду навколишньому середовищу. На третьому рівні ієрархії конкурентоспроможність визначається правильним вибором ринково-продуктової стратегії підприємства, яка втілюється у стратегії конкурентної боротьби, спрямованої на покращення або збереження ринкових позицій підприємства. На даному етапі важливого значення набуває впровадження екологізації в усі сфери діяльності підприємства, а не тільки у виробничі процеси. На четвертому рівні ієрархії конкурентоспроможність визначається здатністю вищого керівництва компанії приймати такі рішення, що реалізують на практиці перші три рівні у ієрархії чинників конкурентоспроможності підприємства – важливим є незмінне ставлення менеджменту до процесів екологізації та незмінність його позицій з цього питання. На п'ятому рівні – результати діяльності компанії у попередньому періоді, серед яких найбільш важливим є прибуток як джерело ресурсів у боротьбі за ринок, оскільки чим більше прибутку – тим вище конкурентоспроможність та навпаки, а також більшими є можливості щодо подальшого екологоорієнтованого розвитку.

За нинішніх умов на ринках економічного розвинутих країн висока екологічна конкурентоспроможність підприємства є гарантом одержання високого прибутку в ринкових умовах. При цьому підприємство має за мету досягти такого рівня конкурентоспроможності, що допомагав би їй вижити протягом тривалого періоду. З огляду на це, еколого-орієнтований розвиток промислового комплексу має передбачати сукупність дій як самого підприємства, так і держави для систематичного вдосконалення екологічних параметрів продукції, постійного пошук нових каналів збуту, нових груп покупців, шляхів поліпшення сервісу, реклами.

Сьогодні промислове виробництво здійснюється в нових ринкових умовах. У своїй господарській діяльності виробники мають приймати не тільки рішення щодо виробництва й ефективності організації виробничого процесу, але й управлінські рішення, в тому числі про реалізацію виробленої продукції. Це, в свою чергу, вимагає розвитку системи збуту продукції, обмежуючим фактором чого виступає на сьогодні обмеженість у фахівців сфери екологічного бізнесу та зокрема маркетингу.

Перш за все, слід відзначити, що збут екологічної продукції визначається її особливістю, яка полягає у тому, що, з одного боку, товари, виготовлені з застосуванням зелених технологій, є товарами з високим рівнем попиту, а з іншого боку, така продукція зазвичай є дорожчою, тому без належних маркетингових зусиль продати її досить важко. Тому сьогодні одним із завдань держави має стати впровадження в Україні програм підготовки фахівців у сфері зеленого бізнесу навіть якщо така спеціалізація підготовки не вписується в існуючі стандарти.

За останні роки значна кількість українських підприємств (особливо тих, що працюють у сфері малого та середнього бізнесу, освоїли інтенсивні технології виробництва, почали використовувати якісне обладнання та обробні технології, що привело до збільшення обсягів виробництва якісної продукції, що спрямовується на експорт. При цьому на внутрішньому ринку така продукція є, зазвичай, неконкурентоспроможною, через її високу ціну, що призводить до ситуації. За якої на внутрішньому ринку, за умов наявності передумов для виробництва якісної продукції, ми споживаємо імпортні аналоги, які за своїми параметрами поступаються вітчизняним товарам. Виникає ситуація, за якої екологічна продукція характеризується зовнішньою міжнародною конкурентоспроможністю, але у той самий час не є внутрішньо конкурентоспроможною – зазначений парадокс свідчить про невідповідність структури виробництва інтересам внутрішнього споживача та вимагає від держави дій для забезпечення підтримки внутрішнього споживання якісної вітчизняної продукції шляхом введення експортних квот або ж надання пільг підприємствам для купівлі екологічної вітчизняної продукції, що використовується для проміжного споживання.

Щоб завоювати зарубіжний ринок, промисловим підприємствам доцільно застосовувати стратегію інтегративного росту, при цьому головну роль в даному процесі можуть відігравати як малі та середні підприємства, які є більш мобільними, і, відповідно, більш сприйнятливими до нових технологій, так і великі компанії, які, проте, потребують повного оновлення та модернізації, коштів на що а ну у самих підприємств, а ні у держави сьогодні немає. При цьому завданням держави залишається створення передумов для ефективного розвитку інфраструктури, що забезпечить доставку якісної продукції до споживача. Важливою функцією уряду є також реалізація загальної екологічної політики для підготовки споживачів до сприйняття нової якісної продукції.

Підприємствам, які планують диверсифікувати власне виробництво шляхом виробництва нових видів продукції чи розширення існуючого асортименту, слід починати з оцінки ринкового попиту на певну продукцію. Це допоможе вирішити, який канал реалізації і яка продукція найкраще задовольнить потреби та вимоги споживачів. Оцінка прибутковості повинна включати витрати на маркетинг продукції, а також виробничі витрати. Нині, коли в Україні все ширше розвивається багатукладна економіка, ринкові

відносини дедалі більше стають основним чинником регулювання виробництва екологічної продукції. Адже співвідношення між попитом і пропозицією на ринку плодів і овочів зумовлює перелив капіталу та переміщення різного роду ресурсів між галузями та регіонами, впливає на рівень і динаміку цін і, таким чином, є ключовим чинником формування доходів товаровиробників.

У сучасних умовах трансформації економіки України, характерною особливістю якої є диспропорція розвитку попиту і пропозиції на ринку, винятково важливе значення має розробка економічного механізму формування і забезпечення ефективного функціонування системи збуту екологічної продукції. Адже нині ринкові відносини дедалі більше стають основними чинниками регулювання виробництва цієї продукції, впливають на рівень і динаміку цін та інші показники ефективності. Потенціал екологічного виробництва промислової продукції залишається нереалізованим з причин довготривалого становлення вітчизняного ринку. Це вимагає визначення особливостей та опрацювання обґрунтованих рекомендацій щодо його формування та розвитку.

Забезпечення населення високоякісними та екологічними промисловими товарами вітчизняного виробництва є основним соціально-економічним завданням в умовах формування ринкових відносин. Освоєння нових методів та підходів господарювання переконливо показує необхідність здійснення ефективної збутової діяльності, як одного із ринкових інструментів, який дозволяє задовольнити потреби ринку і поєднати інтереси господарюючих суб'єктів у цій галузі.

На сьогодні умовою одержання підприємством комерційного успіху на ринку є орієнтація кінцевих результатів діяльності на потреби та запити кінцевих споживачів та забезпечення більш ефективного їх задоволення. Це означає, що підприємство для уникнення проблем збуту екологічної продукції на ринку повинно постійно вивчати поведінку споживачів, їх вимоги, рівень задоволення потреб у конкретному продукті, мотиви покупки, товарну структуру ринку і т.п. і корегувати свою виробничу діяльність згідно з цими вимогами. Забезпечити виконання цього принципу можливо лише за умови впровадження маркетингової концепції у практичну діяльність еколого-орієнтованих підприємств, яка ставить перед собою такі задачі (табл. 1.).

Таблиця 1.

Засади впровадження системи маркетингового управління у практичну діяльність еколого-орієнтованих підприємства

Стадії відтворення	Задачі підприємства
1. Виробництво	Виробництво товарів, які відповідають стандартам якості, в тому числі екологічним стандартам розвинутих країн Доочистка, транспортування, складування сировини без нанесення шкоди оточуючому середовищу Розширення товарного асортименту за рахунок товарів, які можна виробляти із залишків, що раніше не використовувалися (вторинне виробництво) Розробка нових видів упаковки продукції Маркування готової продукції відповідно до міжнародних стандартів
2. Збут	Організація збуту екологічної сировини на внутрішньому та зовнішньому ринках Організація обміну продукції за умови неналежної якості Розробка гнучкої цінової політики для збуту екологічної продукції Формування заходів формування попиту і стимулювання збуту продукції як самим підприємством, так і на рівні держави
3. Робота зі споживачами	Задоволення існуючих потреб у продукції галузі Виявлення позитивних і негативних властивостей продукції в процесі споживання Надання достовірної інформації про споживчі властивості продукції

На нашу думку, діяльність еколого-орієнтованих промислових підприємств, побудована на визначених засадах, дозволить посилити позиції вітчизняної промисловості на внутрішньому та зовнішніх ринках у довгостроковій перспективі.

Висновки. Міжнародна конкурентоспроможність – комплексна категорія, що характеризує спроможність економічного суб'єкта брати участь у конкурентні на рівні з іноземними суб'єктами, при чому як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Одним з основних факторів міжнародної конкурентоспроможності підприємств промислового комплексу стає сьогодні екологізація їх діяльності, оскільки у всьому світі значна увага приділяється сьогодні захисту навколишнього середовища.

Сьогодні, для реалізації завдань екологізації діяльності промислових підприємств важливо не лише використовувати нові технології, але й активно застосовувати маркетингову концепцію, при чому реалізувати зазначені заходи на рівні підприємств та держави для досягнення максимального ефекту. Саме за таких умов можливо досягти забезпечення і росту обсягів виробництва екологічної продукції, оскільки

формування економічних умов інтенсифікації галузі на основі новітніх технологій виробництва продукції та їх переробки дозволить забезпечити її конкурентоспроможність.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ

1. Жамойда Олексій Анатолійович. Організація управління конкурентоспроможністю промислових підприємств: монографія / Донецький національний ун-т економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. — Донецьк : [ДонНУЕТ], 2009. — 319с.
2. Кирчата Ірина Миколаївна, Поясник Георгій Володимирович. Управління конкурентоспроможністю підприємства в глобальному середовищі: монографія / Харківський національний автомобільно-дорожній ун-т. — Х. : ХНАДУ, 2009. — 160 с.
3. Гирусов Э.В. Экология и экономика природопользования/Э.В. Гирусов. – М.: Юнити. – 2013. – 519 с.
4. Коніщева Н.Й. Демографічні наслідки розвитку еконокризових промислових регіонів/ Н.Й. Коніщева// економічний вісник Донбасу. – 2008. - №2. - с. 4-11.