

ВИРОБНИЦТВО ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТОЇ ПРОДУКЦІЇ ЯК ОДИН ІЗ ФАКТОРІВ ФОРМУВАННЯ ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ

КОШЕВЕЦЬ В. В.

аспірантка

ШВІНДИНА Г. О.

кандидат економічних наук

Суми

З метою забезпечення конкурентоспроможності продукції на ринку, задоволення вимог споживачів щодо якості продукції, зменшення навантаження на навколишнє середовище виникає необхідність у виробництві екологічно чистої продукції (далі ЕЧП). Україна має значний потенціал для розвитку ринку ЕЧП, проте він майже не використовується. Це пов'язано з низькою екологічною свідомістю більшості громадян України, з лібералізацією митного законодавства, яке призвело до ввозу та територію України продуктів харчування низької якості, але більш дешевих, ніж продукти вітчизняних товаровиробників і з низькою інших проблем.

Серед вчених, дослідження яких присвячені взаємопов'язаним питанням розроблення методологічних засад визначення, оцінки та врахування ділової репутції, можна назвати таких: Р. Брейлі, Г. Даулінг, Е. Дюркгейм, П. Д. Лике, С. Майерс, І. Ф. Шер, а також С. В. Горін, К. С. Букша, О. Орлова, О. В. Родіонов, О. С. Дуброва, Т. І. Ковальова. Теоретичні та практичні аспекти проблеми екологізації економічного розвитку розкриті у працях Веклич О. О., Пірусова Е. В., Гофмана К. Г., Данилишина Б. М., Кислого В. М., Конищевої Н. І., Констанзи Р., Медоуза Д. Х., Мельника Л. Г., Мінеєва В. А., Мінца А. А., Мішеніна Є. В., Недіна І. В., Олдака П. Г., Пахомової Н. В., Праховника А. В., Реймерса Н. Ф., Ріхтера К. К., Туниці Ю. Ю., Ященко Б. В. та багатьох інших.

Останнім часом спостерігається зростання інтересу вітчизняних науковців до вивчення досвіду зарубіжних країн у сфері виробництва ЕЧП. Серед досліджень цього питання звертають на себе увагу дослідження Н. В. Зіновчука [2], яке присвячено проблемам державного регулювання виробництва екологічно чистої сільськогосподарської продукції та В. І. Артиша [3], який досліджує організаційно-економічні передумови формування ринку ЕЧП в Україні. При вивченні зарубіжного досвіду формування ринку ЕЧП слід приділити увагу дослідженням російських науковців, а саме Д. В. Горшкова [4].

Незважаючи на значний інтерес до виробництва ЕЧП та формування відповідного ринку, проблема розроблення чіткої методичної бази для ідентифікації ЕЧП та її стандартизації залишається невирішеною. Крім того, недосконалість нормативної бази та її спрямованість на вузьку номенклатуру продукції призводить до низького рівня відповідальності виробників.

Метою статті є дослідження взаємозв'язку між виробництвом екологічно чистої продукції та діловою репутацією підприємства, яке передбачає розроблення підходів до створення ЕЧП та ідентифікацію перешкод на шляху її просування.

Останні два десятиліття спостерігається швидкий розвиток ринку ЕЧП у розвинутих країнах. Ідея ЕЧП з'явилася у Сполучених Штатах Америки (далі США) у 60-х рр. минулого століття. Спочатку прихильників даної ідеї не сприймали серйозно, проте на даний момент більш ніж 25% населення США споживає лише ЕЧП. Розвиток ринку ЕЧП в США проходив в три етапи [2]:

- ✦ 60-70-ті рр. ХХ ст. – зародження ідеї виробництва ЕЧП. Для даного етапу характерним є зародження «зеленого руху», який пропагував турботу про навколишнє середовище і здоровий спосіб життя. Формування ініціативних груп, які переходять на вживання натуральних або біопродуктів, вирощених без використання хімічних добрив. Переважає натуральне господарство, виникають спеціалізовані мінімагазини. Активне проникнення на ринок харчових продуктів відсутнє.
- ✦ 80-ті рр. ХХ ст. – популяризація ЕЧП, формування попиту на них. Зростання популярності екологічних ідей, здорового способу життя. Поява активного попиту на ЕЧП – стихійне формування спеціалізованого ринку, зростання числа ековиробників, відкриття магазинів ЕЧП.
- ✦ 90-ті рр. ХХ ст. – початок ХХІ ст. – визнання і стандартизація ринку ЕЧП. Зростання інтересу до перспективного ринку ЕЧП з боку держави і великого бізнесу. Становлення системи державного регулювання ринку ЕЧП. Створення національних стандартів на ЕЧП і системи сертифікації. Динамічний розвиток ринку ЕЧП. Щорічні темпи зростання – 20 – 30%.

Етапи розвитку ринку ЕЧП в країнах Західної Європи принципово не відрізняються від етапів розвитку американського ринку і мають однакову спрямованість на стимулювання внутрішнього ринку ЕЧП. Проте для країн Східної Європи, в тому числі і України, характерним є експортний характер розвитку ЕЧП, що пов'язано з неготовністю внутрішнього ринку ЕЧП до споживання ЕЧП унаслідок зміни стандартів споживання під дією агресивного наступу західних товаровиробників та низького рівня екологічної свідомості.

Науковці одностайно підтримують думку про те, що неякісна продукція деструктивно впливає на організм людини та на навколишнє середовище. Тому при оцінці конкурентоспроможності продукції пропонують враховувати коефіцієнт екологічної чистоти продукції. Проте на даний момент відсутня чітка методика розра-

хунку даного коефіцієнта. Крім того, для різних продуктів методика розрахунку буде різною. Ще одним аспектом цієї проблеми, що вказує на недостатньо розроблену нормативно-законодавчу базу функціонування ринку, є те, що вимоги ЕЧП визначені лише для продуктів харчування. Ці вимоги визначені Законом України «Про безпечність та якість харчових продуктів» та низкою подібних нормативних актів. Крім того затверджено «Технічний регламент з екологічного маркування», згідно з яким екологічне маркування має необов'язковий (добровільний) характер. На нашу думку, вимоги ЕЧП слід застосовувати і до продукції, яка не використовуються людиною як продукти харчування, оскільки цей деструктивний вплив на навколишнє середовище є значним.

Під ЕЧП варто розуміти продукцію, яка протягом життєвого циклу свого існування не здійснює деструктивного впливу на споживачів, громадськість, навколишнє середовище. Екологічно чистий продукт або наслідки його використання повністю асимілюються навколишнім середовищем. Саме тому в європейських країнах подібне маркування отримують такі продукти, тара або упаковка яких повністю збирається та перероблюється виробником. Таке маркування отримують також товари, якщо після вилучення їх з обігу домогосподарств виробником здійснюється їх утилізація або перероблення.

Згідно з Міжнародною класифікацією товарів та послуг виділяють 34 класи товарів та 11 класів послуг. Дана класифікація не дає достатньої інформації стосовно вимог до екологічної чистоти того чи іншого продукту. На наш погляд, розглядаючи поняття ЕЧП варто ділити продукцію на дві групи – залежно від того, використовується продукт у харчуванні людиною чи для задоволення інших потреб. Згідно з даною класифікацією варто виділяти продукти харчування та нехарчові продукти. Така класифікація, перш за все, пов'язана з тим, що для того, щоб не наносити шкоди організмові людини продукти харчування мають бути натуральними на 100%, тобто в процесі їх виробництва повинна використовуватися лише натуральна сировина і якомога менше консервантів. При цьому консерванти мають бути натуральними. При виготовленні інших продуктів, у першу чергу, слід звертати увагу на зменшення навантаження на навколишнє середовище за рахунок використання ресурсозберігаючих та безвідходних технологій та зменшення викидів та скидів.

При виробництві ЕЧП контроль за дотриманням вимог слід проводити на всіх стадіях життєвого циклу продукції, починаючи від відбору більш якісної сировини і завершуючи утилізацією продукції. Процес виробництва продукції складається з трьох етапів: «вхід» сировини, енергоносіїв та комплектуючих у виробничу систему; процес переробки сировини; «вихід» готової продукції, відходів, викидів та скидів речовин у навколишнє середовище. Оцінка ЕЧП на всіх стадіях її життєвого циклу охоплює різні напрями господарської діяльності підприємства, які пов'язані з визначенням джерел і видів впливів на навколишнє середовище та організм людини.

Вимоги до ЕЧП передбачають максимально можливе виключення із процесу виробництва токсичних матеріалів і речовин, сировинних компонентів, які можуть переходити в незмінному вигляді в готову продукцію або створювати вторинні шкідливі речовини при взаємодії з допоміжними матеріалами. Ці вимоги в кінцевому рахунку спрямовані на усунення викидів токсичних речовин в навколишнє середовище. Для продуктів харчування та нехарчових продуктів вимоги до екологічної чистоти продукції будуть різними (рис. 1).

Виробництво ЕЧП має переваги:

- 1) підвищує конкурентоспроможність продукції та підприємства в цілому;
- 2) надає можливість вийти на міжнародні ринки;
- 3) позитивно впливає на гудвіл підприємства, формуючи образ екологічно та соціально відповідального виробника;
- 4) підвищує вартість компанії, привертає увагу іноземних інвесторів, полегшуючи їх залучення до проєктів організації;
- 5) створює передумови стійкого розвитку суспільства та середовища для його подальшого існування;
- 6) зменшує навантаження на природні ресурси та сировинну базу відповідних регіонів країни, підвищуючи тим самим економічний потенціал регіонів і відповідних галузей (наприклад, сільського господарства).

Прямо пропорційний позитивний вплив виробництва ЕЧП на ділову репутацію підприємства-виробника пов'язаний з тим, що випуск ЕЧП задовольняє інтереси стейк-холдерів, що в свою чергу призводить до зростання їх лояльності. Наприклад, споживачі отримують більш якісну продукцію і їх кількість поступово збільшується, що призводить до зростання частки ринку та отримання додаткових прибутків. Крім того, виробництво ЕЧП передбачає зменшення шкідливості виробництва та покращення умов праці і, як наслідок, зростає лояльність робітників. Зменшення забруднення навколишнього середовища задовольняє вимоги громадськості, зменшує ризики захворювання працездатного населення, збільшуючи продуктивність праці відповідного прошарку населення.

Проте існує ряд проблем, з якими пов'язане впровадження екологічно чистого виробництва:

- 1) висока вартість реалізації проєктів виробництва екологічно чистої продукції;
- 2) відсутність державних стандартів на екологічно чисту продукцію, використання в процесі виробництва Технічних умов України (ТУУ), що зменшує ймовірність притягнення до відповідальності за випуск неякісної та шкідливої продукції;
- 3) збільшення змінних витрат на виробництво екологічно чистої продукції, пов'язаних із залученням більш якісної вхідної сировини;
- 4) зменшення терміну зберігання продукції;
- 5) більш жорсткі вимоги до транспортування;
- 6) складності при розміщенні продукції в торгових точках поряд з неорганічною продукцією;
- 7) недостатня підтримка виробників сільськогосподарської продукції та відсутність крупних компаній-виробників, що ускладнює процес контролю вхідної сировини;

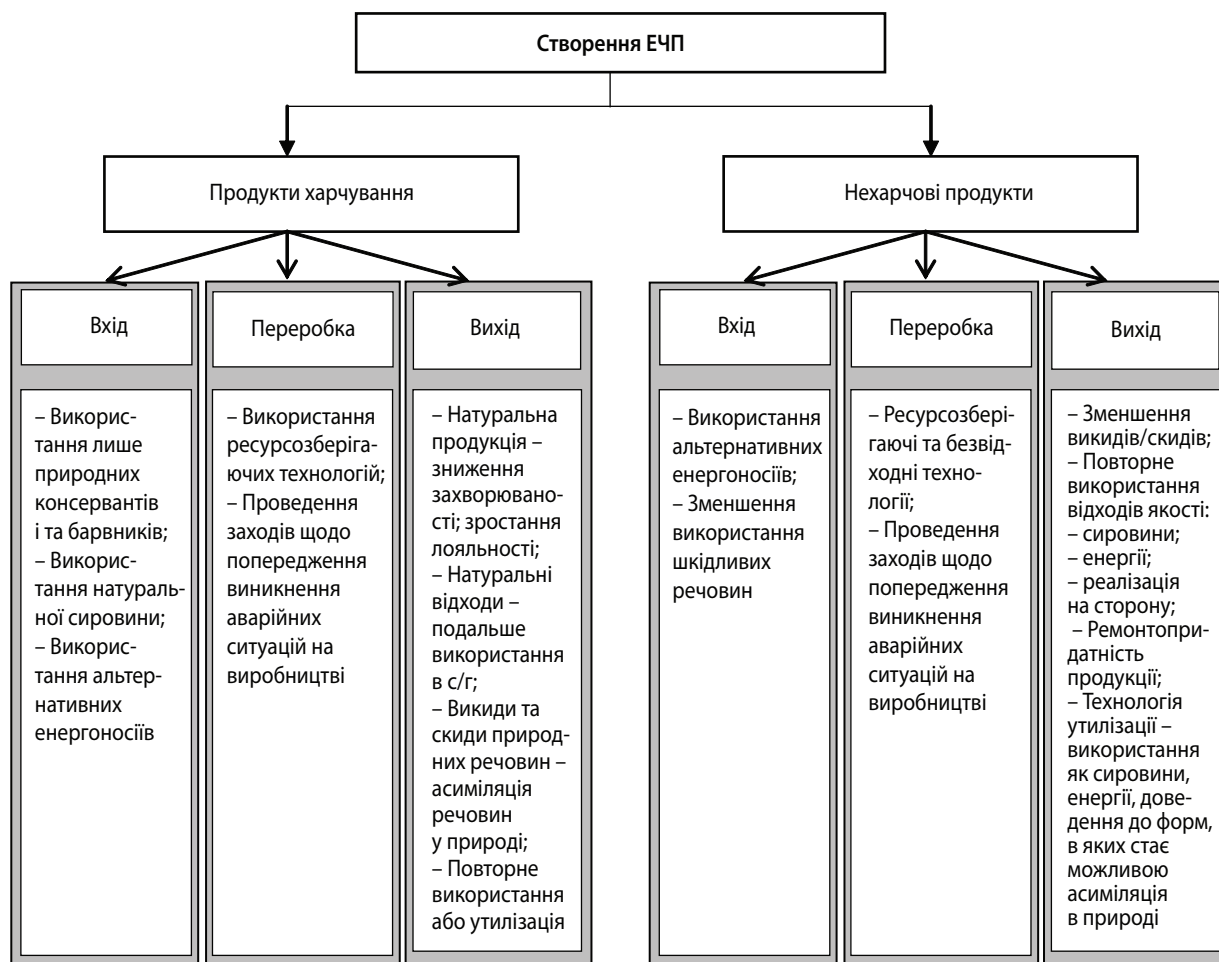


Рис. 1. Підходи до створення ЕЧП та відповідних вимог до «екологічної чистоти»

8) слабка поінформованість стосовно маркування продукції, її складу та вмісту шкідливих речовин, недосконалість нормативної бази в питаннях маркування продукції, і як наслідок - низький рівень екологічної свідомості населення.

ВИСНОВКИ

На даний момент українське суспільство не готове до підтримки виробників екологічно чистої продукції, а виробники, у свою чергу, не приділяють достатньої уваги підвищенню екологічності продукції, оскільки попит на такі товари на даний момент не є значним, а витрати доволі високі. Тому метою діяльності виробників, державних органів має стати пропагування необхідності споживання екологічно чистої продукції. Дане питання є проблематичним, проте закордонні компанії, які мають дочірні підприємства на території України, прагнуть до екологізації виробничого процесу, продукції та свідомості працівників і громадськості. З метою підтримки наявних ринкових часток, їх розширення та виходу на нові ринки збуту, вітчизняні організації мають вживати заходи для підвищення своєї конкурентоспроможності та утримання позитивної ділової репутації. Споживачі скоріш за все оберуть ту продукцію і ті послуги, що мають надійне підтвердження про відсутність збитку для здоров'я безпосереднього споживача і його майбутніх поколінь. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. **Артиш В. І.** Організаційно-економічні передумови формування ринку екологічно чистої продукції в Україні / В. І. Артиш // Економіка АПК. – 2009. – № 2. – С. 117 – 120.
2. **Горшков Д. В.** Рынок экологически чистых продуктов: зарубежный опыт и перспективы России / Д. В. Горшков // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – № 6. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.dis.ru/library/market/archive/2004/6/3494.html>
3. **Зіновчук Н. В.** Деякі аспекти державного регулювання виробництва екологічно чистої сільськогосподарської продукції в Україні / Н. В. Зіновчук // Науковий вісник НАУ. – 2002. – № 2. – С. 51 – 56.
4. **Кислый В. Н.** Экологизация управления предприятием: монография / В. Н. Кислый, Е. В. Лапин, Н. А. Трофименко. – Сумы : Университетская книга, 2002. – 232 с.