

Овечкина Елена Андреевна,

канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры экономики предприятий Технологического института Восточнoукраинского национального университета им. В. Даля (г. Северодонецк);

Маслош Ольга Владимировна,

канд. хим. наук, доцент, доцент кафедры экономики предприятий Технологического института Восточнoукраинского национального университета им. В. Даля (г. Северодонецк)

ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ-ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ДРЕВЕСНОСТРУЖЕЧНЫХ ПЛИТ

В статье рассмотрены вопросы формирования экологической составляющей конкурентоспособности продукции отечественных предприятий деревообрабатывающей промышленности, обоснована необходимость формирования экологического сознания всех участников рынка ДСП.

Ключевые слова: экологическая составляющая конкурентоспособности, формирование, древесностружечные плиты.

Постановка проблемы в общем виде. Отечественная деревообрабатывающая промышленность, в целом пережив кризис 90-х годов прошлого века, в настоящее время развивается достаточно высокими темпами. Особая роль в этой отрасли принадлежит производству плит на древесной основе, включающих древесностружечные (ДСП). Простота производства, доступность сырьевой базы, высокая концентрация населения на фоне незначительного снижения его покупательской способности в Украине и в соседних государствах обеспечивают постоянство спроса на ДСП и изделия из них.

Как известно, для изготовления ДСП необходимы две основные сырьевые составляющие: древесина и связующий компонент. Отечественные предприятия самостоятельно удовлетворяют потребность в древесине, запасы которой в Украине значительны и состоят из разнообразного ассортимента лесных пород. Потребность предприятий-производителей ДСП в связующем веществе – карбамидо-формальдегидных смолах (КФС) – практически полностью (на 75-80 %) обеспечивается отечественной химической промышленностью.

Перечисленные факторы носят долговременный характер и определяют основу конкурентных преимуществ отечественных предприятий-производителей ДСП. Однако формирование и реализация их конкурентных возможностей на внутреннем и внешнем рынках зависит от действия целого комплекса других факторов, результаты исследования которых имеют исключительно важное значение для выбора и корректировки поведения не только производителей, но и всех других экономических субъектов, функционирующих в отечественном и «импортном» секторах национального рынка продукции деревообрабатывающей промышленности.

Анализ последних исследований и публикаций и выделение не решенных ранее проблем. Над теоретическими основами оценки эффективности развития деревообрабатывающей промышленности в разные периоды времени работали такие исследователи, как А.В. Ивануса [1], В.Б. Загорняк [1], Г.В. Сомар [2], О.Б. Цисинская [2] и др. Указанными авторами проблемы оценки экономической эффективности производителей ДСП рассматриваются в аспекте экологической

ориентации их деятельности как составляющих лесопильного комплекса. В настоящее время в аналитических обзорах рынка продукции деревообрабатывающей промышленности особое внимание уделяется изучению объективных и субъективных факторов, определяющих особенности рыночного поведения субъектов рынка ДСП. Так, в работах О.В. Вартановой, Л.С. Лисовской к таким объективным факторам отнесено: усложнение конкурентных взаимоотношений предприятий-олигополистов на данном отраслевом рынке; динамику реального обменного курса гривны; налоговую и таможенную политику государства, действующую систему таможенных пошлин, практику возврата НДС экспортерам и т.д. [3; 4]. Исследованию воздействия субъективных факторов на рыночное поведение предприятий деревообрабатывающей продукции посвящены работы Ю.В. Малиновского, И.П. Малиновского, Л.Р.Цивок [5]. Авторы считают, что стремление руководства лидировать на рынке ДСП, манипулировать предпочтениями покупателей с помощью рекламы и т.д. становится важнейшим аргументом принятия решений в сфере экологической деятельности деревообрабатывающих предприятий.

В то же время, выделяя значимость основных факторов, объективного и субъективного характера воздействия на принятие решений не только производителями ДСП, но и всеми участниками коммуникаций рынка продукции деревообрабатывающей отрасли, теоретики-исследователи [1-5] уделяют недостаточно внимания решению практической проблемы комплексного обеспечения экологического содержания данной продукции, что позволило бы существенно повысить ее конкурентоспособность.

С учетом сказанного, **целью** исследования в данной статье является обоснование способов решения на практике проблемы создания и поддержания экологической составляющей конкурентоспособности продукции конкретных отраслевых предприятий. Достижение поставленной цели предполагает решение следующих задач: 1) характеристика особенностей создания экологической составляющей конкурентоспособности продукции отечественных предприятий деревообрабатывающей промышленности; 2) выделение принципов построения экологоориентированной модели управления производством и сбытом ДСП; 3) обоснование необходимости формирования экологического сознания всех участников рынка ДСП и выявление преимуществ экологических рекламных мероприятий.

Изложение основного материала. Анализируя состояние национального рынка деревообрабатывающей промышленности, исследователи отмечают, что украинские производители достаточно умело планируют свое поведение, используя влияние объективных факторов. Так, воспользовались введением в 2004 г. ввозных пошлин на продукцию деревообрабатывающей промышленности, субъекты отечественного сектора рынка ДСП захватили более двух третей национального рынка этой продукции в сравнении с 2000 г., когда основными продавцами на всех секторах украинского рынка ДСП были производители Польши, Венгрии, Словакии [6]. Характеризуя влияние на рыночное поведение отечественных производителей ДСП такого важнейшего объективного фактора, как модель конкурентной борьбы, практики отмечают, что он поделен в основном между несколькими крупнейшими олигополистами-производителями. Лидирующие позиции на отечественном секторе рынка ДСП занимают «ООО «Свиспан Лимитед», ООО «ЛК Интерплит Надворная», завод «Кроно-Львов», компания «Аверс, Киевский завод древесностружечных плит» [7; 8]. Предприятия-олигополисты, делая акцент на методы неценовой конкуренции, определяют, что основными показателями, определяющими конкурентоспособность производимой продукции, являются качество, сервис, цена,

маркетинговое окружение.

Формируя конкурентоспособность ДСП, отечественные олигополисты особое внимание уделяют качественной составляющей продукции, включающей: технические характеристики ДСП (физико-механические свойства), их соответствие технологическим стандартам, экологичность (определяется эмиссией свободного формальдегида с поверхности сухой плиты (мировой стандарт – класс эмиссии Е-1: выделение формальдегида <10 мг/100 г сухой плиты). Физико-механические свойства ДСП у большинства отечественных предприятий соответствует мировым стандартам. В тоже время, экологичность ДСП у некоторых украинских производителей соответствует только классу Е-2 (выделение формальдегида >10 мг/100 г сухой плиты). В 2007 г. национальные лидеры в производстве ДСП (в частности «ООО «Свиспан Лимитед») вплотную приблизились к мировым, приступив к выпуску ДСП с классом эмиссии Е-0 (выделение формальдегида 6,5-8,5 мг/100 г сухой плиты) [9].

Сравнительная характеристика качества ДСП конкурирующих отечественных производителей-олигополистов позволяет сформировать ценовую составляющую конкурентоспособности продукции, используя ее стоимостные конкурентные преимущества (уровень цены на ДСП непосредственно определяется экологичностью: плита класса Е-1 обычно на 20-25 % дороже плиты Е-2, а плита Е-0 в 1,5-2 раза дороже Е-1. Очевидно, что руководству отечественных предприятий-производителей ДСП следует концентрировать внимание на повышении экологичности выпускаемой продукции ДСП, что, в свою очередь, возможно за счет снижения токсичности связующего компонента – КФС (разработка и использование новых малотоксичных смол в комплексе с добавками-акцепторами формальдегида). Данная продуктовая инновация на практике позволит отечественным производителям выйти на уровень мировых лидеров за счет производства ДСП с классом эмиссии формальдегида Е-0, повысив, следовательно, свою конкурентоспособность на национальном рынке (увеличив размеры отечественного сектора внутреннего рынка продукции деревообработки и стимулируя рост спроса на продукцию химического комплекса) и на мировом рынке (потеснив лидирующих иностранных монополистов). Тем самым производство ДСП отечественными олигополистами может стать не только источником импортозамещения, но и специфической точкой инновационного «роста» отраслей химического комплекса национальной экономики.

В последнее время на функционирование отечественных производителей плит, эффективность их экологической деятельности негативно повлияла остановка химических предприятий, которые, возобновив производство КФС, повысили цены, мотивируя свое решение увеличением подорожанием природного газа. Фактором замедления темпов производства ДСП стало также снижение темпов производства и потребления мебели: в 2009 г. объемы ее производства снизились на 36,2 % по сравнению с 2008 г. Негативную тенденцию падения объемов производства древесностружечных плит было остановлено в 2010 г., когда объемы производства плит увеличились на 13,6 % по сравнению с 2009 г. [10, с. 114].

Анализируя последствия влияния разнообразных факторов на рыночное поведение производителей ДСП, участники Форума делового сообщества «Изменение климата и экология промышленного города», прошедшего в сентябре 2012 г., призывают к социальной ответственности за процессы экологизации; демонстрации готовности всех экономических субъектов к реальным экологическим инновациям, способным стать мощным рыночным рычагом формирования экологического сознания потребителей и общества в целом за счет использования при этом экологических решений для увеличения прибыльности своего бизнеса [11]. Понимая социальную ответственность

бизнеса перед обществом, лидеры отечественного сектора национального рынка ДСП осознают необходимость объединения усилий для интенсификации процессов экологизации производства и сбыта продукции деревообработки. Первоочередной задачей в этой сложной работе является создание экологоориентированного механизма управления производством и сбытом ДСП.

Практическая потребность отечественных производителей ДСП в формировании такого механизма хозяйствования обуславливает актуальность дальнейших теоретических разработок принципов принятия решений экономическими субъектами в условиях интенсификации их экологической деятельности. Исследователи считают, что экологическая политика предприятий-производителей ДСП должна быть направлена не только на обеспечение конкурентоспособности продукции, но и на создание соответствующего базиса экологоориентированного развития взаимосвязанных с ними рыночных партнеров и клиентов [12; 13]. Важнейшим элементом этого базиса является необходимый уровень финансирования экологической деятельности производителей ДСП. В то же время следует отметить, что многие предприятия по производству ДСП имеют серьезные финансовые проблемы. Так, крупная международная компания *Kronospan* (Австрия) приостановила реализацию инвестиционных проектов по развитию своего украинского завода – «Кроноспан УА» (Нововолыньск Волынской обл.) в связи с решением Антимонопольного комитета Украины оштрафовать 14 участников ассоциации «Мебельдеревпром» (в том числе «Кроноспан УА») за сговор на аукционах по продаже необработанной древесины. *Kronospan* решила сосредоточить основные усилия на развитие своего проекта в Белоруссии – строительства самого крупного завода компании по выпуску ДСП.

С этой точки зрения логически обоснованным представляется участие отечественных предприятий деревообрабатывающей промышленности в кластерных структурах. Некоторые авторы считают, что одним из перспективных направлений формирования механизма управления экологизацией производства ДСП является создание территориально-производственных структур типа кластеров. Кластерные структуры позволяют создать необходимые условия для совершенствования экологической составляющей конкурентоспособности деревообрабатывающей продукции путем совместного финансирования разработки и внедрения экологических инноваций. Примером является кластер деревообработки в Словении, который объединяет предприятия лесной, деревообрабатывающей промышленности, наиболее крупные исследовательские институты, совместная деятельность которых обеспечивает высокую экологичность продукции [14, с. 248].

Мы считаем, что современным перспективным направлением создания механизма управления экологизацией производства и сбыта ДСП является мотивация и вовлечение всех заинтересованных субъектов (персонала, потребителей, поставщиков, посредников) в экологическую деятельность предприятия [13], что на практике означает: объединение экологических целей и экономических задач хозяйственной деятельности всех заинтересованных партнеров с распределением между ними функций и ответственности [14]; формирование материальной базы экологической культуры производства и сбыта. Для осознания руководством предприятий-изготовителей ДСП необходимости совершенствования существующего механизма управления процессами производства и сбыта продукции необходимо организовать и профинансировать исследование состояния покупательского спроса с целью выявления реакции покупателей на появление продукции, материализующей экологические инновации; оценки степени адаптации существующих механизмов управления процессом

внедрения экологически ориентированных инноваций выявленным изменениям в потребительском спросе в пользу/ущерб экологической продукции [13-16]; идентификации представления потребителей о степени актуализации перехода общества к экологоориентированному производству и потреблению, с использованием комплекса приемов статистико-математического анализа и экспертных методов оценки [17-19]. Результатом подобных исследований покупательского спроса на рынке ДСП (отечественном и «импортном» его секторах) станут: оценка сложившегося уровня экологического сознания производителей и покупателей и ее воздействия на конкурентоспособность ДСП и предприятий-производителей продукции [16; 19; 20]; принятие решения об активизации работы по созданию экологической репутации предприятий-производителей ДСП, которые особенно активно сотрудничают по экологическим аспектам деятельности и позиционируют себя как экологоориентированных субъектов, показывающих примеры «гармоничного сосуществования с той средой, в которой они существуют и развиваются» [21] и создающих положительную экологическую репутацию. Экологическая репутация создается благодаря использованию экологически «чистого» образа предприятия, восприятие которого покупателями, конкурентами, финансовыми структурами, органами власти может стать: во-первых, эффективным рекламным инструментом производственной деятельности и продукции производителя; во-вторых, дополнительным стимулом для различного рода финансовых структур к спонсированию, кредитованию или инвестированию экологически чистых производств, не конфликтных с природой, и соответственно не конфликтных с общественным мнением; в-третьих, способом усиления инвестиционной привлекательности экологических проектов [21].

Российские аналитики рынков экологической продукции считают, что средствами обеспечения экологически «чистого» образа предприятия на практике выступают: рекламное участие предприятий в конкурирующих программах экологической направленности; участие в финансировании социальных и экологических программ, инициированных центральными и местными органами власти [22]; предоставление соответствующей экономической и технической информации для демонстрации экологической «дружелюбности» потребителям и обществу в целом. На практике принципами создания экологически «дружелюбного» производителя ДСП являются: 1) проведение собственных рейтинговых оценок результатов экологической деятельности и независимая экспертиза данных результатов внешним аудитом (осуществление систематического экологического аудирования); 2) обеспечение открытости информации (публикация в открытой печати комментариев и сведений об эффективности экологической деятельности предприятий). Согласно высказываниям аналитиков Независимого экологического рейтингового агентства – АНО «НЭРА» (Россия), создание таких рейтингов – это оптимальный способ подачи экологической информации, выделение в информационном потоке сведений об успешной экологической деятельности предприятий (так называемая экологизация информации о предприятии) [23]; 3) участие в проектах развития общественного экологического сознания и в широком смысле экологической культуры, инициированных центральными и местными органами власти [24]; 4) систематическое участие в конкретных практических акциях по охране природы и окружающей среды, подключаясь к системе добровольного экологического страхования и экологической благотворительности; 5) изготовление печатно-рекламной продукции и формирование электронных экологических ресурсов предприятий-производителей ДСП, а также аналогичные базы данных, доступ к которым осуществляется через Интернет и т.д. [25].

Выводы. Обобщая изложенный в статье материал, необходимо отметить, что создание и поддержание экологической составляющей конкурентоспособности продукции отечественных предприятий деревообрабатывающей промышленности – достаточно сложный процесс, предполагающий решение целого комплекса практических проблем, возникающих под действием различного рода объективных и субъективных факторов. Решение указанных проблем должно опираться на аналитическую информацию об особенностях рыночного поведения покупателей экологически «чистых» ДСП, экологической репутации партнеров, экологически ориентированной позиции инвесторов, центральных и местных органов власти и т. д. с тем, чтобы выявить «слабые» места процесса интенсификации экологической направленности хозяйственной деятельности всех заинтересованных рыночных партнеров предприятий-производителей ДСП.

Дальнейшие исследования в этом направлении могут быть связаны с поиском новых средств и инструментов экологической рекламы и углубленным изучением ее влияния на экологическое сознание и культуру потребителей, производителей и общества в целом.

1. Івануса А.В. Екологічні аспекти меблевого виробництва / А.В. Івануса, В.Б. Загорняк // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.9. – С. 71-75.
2. Сомар Г.В. Екологічна оцінка діяльності лісопилно-деревообробного підприємства / Г.В. Сомар, О.Б. Цісінська // Науковий вісник. – 2007. – Вип. 17.4. – С. 78-82.
3. Вартанова О.В. Аналіз компетенцій промислового підприємства [Електронний ресурс] / О.В.Вартанова. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Emp/2011_23_1/24Vart.htm.
4. Лісовська Л.С. Визначення конкурентних переваг вітчизняного промислового підприємства [Електронний ресурс] / Л.С. Лісовська. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Ekonomika/2008_628/90.pdf.
5. Малиновський Ю.В. Стратегічне планування маркетингової діяльності на підприємстві / Ю.В. Малиновський, І.П. Малиновський, Л.Р. Цівок // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип. 22.11. – С. 271-276.
6. Дмитренко Я. Мокрое дело. «Униплит» продлил свое существование на рынке ДВП как минимум на четыре года [Електронний ресурс] / Я. Дмитренко. – Режим доступу: http://www.depo.ua/ru/delovaja-stolica/2010_ds/2010_3_ds/474_toc/art42829.htm.
7. Собко А. «...меня не надо учить, какое сырье выгодно покупать...» : [Беседа с вице-президентом ЗАО «Энран» Собко А. / Записал Руденко О.] // Бизнес. – 2004. – № 24. – С. 110-112.
8. Швагуляк-Шостак О. Дефицитная ДСП: Производство древесностружечных плит сегодня / О. Швагуляк-Шостак, Б. Малиновский // Украинский деловой еженедельник «Контракты». – 2003. – № 41. – С. 25-29.
9. Стандарти качества для ДСП и ЛДСП [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.dyatkovo-ldsp.ru/useful_information/useful_articles/standarti_kachestva_dlya_dsp_i_ldsp.
10. Салаба Р.Г. Аналіз виробництва стружкових плит в Україні / Р.Г. Салаба, Р.О. Козак, І.І Салабай // Науковий вісник НЛТУ України. – Львів. – 2011. – Вип. 21.14. – С. 111-116.
11. Никитчук И.И. Приветственное слово участникам форума «Изменение климата и экология промышленного города» [Електронний ресурс] / И.И. Никитчук. – Режим доступу: <http://erz-euroguss.com/ru/erz/oproekteerz/privetstviya-chlenov-euroruss-e.v.-nikitchuk.html>.
12. Петрусенко М.М. Принципи моделювання організаційного механізму екологізації промислового підприємства / М.М. Петрусенко, Т.В. Бондар, Т.Г. Гриценко // Вісник СумДУ. – Серія економіка. – № 1. – 2011. – С. 72-82.
13. Боронос В.Н. Проблемы согласования эколого-экономических интересов в условиях рынка / В.Н. Боронос, В.В. Буряковский, П.Н. Рубанов // Екологічна економіка та управління. – Суми : Видавничо-виробниче підприємство «Мрія -1» ЛТД, 1997. – Т. 2. – 270 с. – С. 22-27.

14. Похильченко О.А. Аналіз можливостей та загроз розвитку деревопереробної промисловості / О.А. Похильченко // Національний університет «Львівська політехніка». – 2009. – С. 245-249.

15. Заїка Ю.А. Економічна поведінка підприємства: сутність, умови формування і фактори впливу / Ю.А. Заїка // Збірник наукових праць Хмельницького кооперативно-торгівельного економічного інституту. – Економічні науки. – 2011. – № 2. – С. 81-83.

16. Маликова О.И. Экологизация структурных изменений в экономике: вопросы теории и практики : дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05 [Электронный ресурс] / О.И. Маликова. – М. – 2001. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/ekologizatsiya-strukturnykh-izmenenii-v-ekonomike-voprosy-teorii-i-praktiki>.

17. Робул Ю.В. Холістична концепція ефективності маркетингу / Ю.В. Робул // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – Т. II, № 4. – С. 124-130.

18. Ілляшенко Н.С. Трендотчинг як інструмент визначення стратегічних напрямків розвитку / Н.С. Ілляшенко, А.С. Росохата // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 2. – С. 29-35.

19. Грищенко В.Ф. Економічна оцінка трудового потенціалу території з урахуванням екологічного фактора в контексті інноваційного розвитку / В.Ф. Грищенко, Л.Ю. Коваленко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 2. – С. 231-237.

20. Петрушенко М.М. Принципи моделювання організаційно-економічного механізму екологізації промислового підприємства / М.М. Петрушенко, Т.В. Бондар, Т.Г. Грищенко // Вісник СумДУ. – Серія «Економіка». – 2011. – №1. – С. 72-82.

21. Евстафьев В.А. Экологические аспекты в рекламе и связях с общественностью. [Электронный ресурс] / В.А. Астафьев. – Режим доступа: <http://www.biodat.ru/doc/ecorec/recl1.htm>.

22. Мартынов А.С. Обзор российской практики использования экологической проблематики в рекламе и связях с общественностью [Электронный ресурс] / А.С. Мартынов, М.В. Мирутенко. – Режим доступа: <http://www.biodat.ru/doc/ecorec/recl2.htm>.

23. Мартынов А.С. Доклад на заседании Независимого экологического рейтингового агентства АНО «НЭРА» [Электронный ресурс] / А.С. Мартынов, М.В. Мирутенко. – Режим доступа: <http://www.biodat.ru/doc/ecorec/recl2.htm>.

24. Концепция формирования экологической культуры населения Санкт-Петербурга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ecounion.ru/ru/site.php?content=detailcontent.php&blockType=151&blockID=623>.

25. Центр экологического просвещения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ecorb.ru/45>.

О.А. Овечкіна, О.В. Маслош

Практичні аспекти формування екологічної складової конкурентоспроможності вітчизняних підприємств-виробників деревостружкових плит

У статті розглянуто питання формування екологічної складової конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств деревообробної промисловості, обґрунтована необхідність формування екологічної свідомості всіх учасників ринку ДСП.

Ключові слова: екологічна складова конкурентоспроможності, формування, деревостружкові плити.

О.А. Ovechkina, O.V. Maslosh

Practical aspects of ecological competitiveness component of domestic hardboards enterprises-producers formation

The questions of ecological making competitiveness of products of woodworking industry domestic enterprises forming are considered in the article, necessity of ecological consciousness forming between all flakeboardss market participants is grounded.

Key words: competitiveness ecological amaking, forming, hardboards.

Отримано 03.10.2012 р.