

услуг теряет перспективы. Экспортная товарная политика предполагает необходимость как всестороннего знания своих экспортных возможностей, уровня конкурентоспособности, факторов их ограничения, так и возможностей товарных рынков в условиях конкурентной среды с настоящее время и в перспективе.

Литература

1. Ф. Козлер "Основы маркетинга" Санкт-Петербург АО "Коруна" АОЗТ "Литера Плюс" 1994 г. 698 стр.
2. "Маркетинг" словарь-справочник Минск "Вышэйшая школа" 1993 г. 333 стр.
3. "Основы менеджмента и маркетинга" под редакцией Сегедова Р.С. Минск "Вышэйшая школа" 1995 год 382 стр.
4. Н.К.Моисеева "Международный маркетинг" Москва Центр экономики и маркетинга 1998 год 320 стр.
5. Журнал "Маркетинг" №5 1996 стр.21 П.Завьялов "Проблемы международной конкурентоспособности товаропроизводителей и пути их решения".
6. Журнал "Маркетинг" № 2 1997 стр.53 Э.Смирнов "Выбор иностранного партнера при внешнеэкономической деятельности".
7. Журнал "Маркетинг" № 5 1998 стр.24 М.Пивоварова "Особенности международного маркетинга 90-х годов".

«ЗЕЛЁНАЯ» СТРАТЕГИЯ, КАК ПУТЬ ДОСТИЖЕНИЯ МАЛЫМИ И СРЕДНИМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ПРИБУЖЬЯ КОНКУРЕНТНОГО ПРЕВОСХОДСТВА НА РЫНКЕ

*Александр Рубахов, Святослав Валасюк,
Брестский государственный технический университет, Беларусь*

Резюме Произошедшая в постсоветский период экологизация мировой экономики воплотилась в идее устойчивого развития, инструментом которой на микроуровне являются корпоративные системы управления окружающей средой (СУОС). Стандарты на СУОС являются добровольными для предприятий и позволяют избежать значительного ущерба окружающей среде и достичь конкурентных преимуществ на рынке. Внедрение систем управления окружающей средой на малых и средних предприятиях (МСП) производится практически в том же ключе, что и на более крупных предприятиях, хотя имеется ряд отличий, обусловленных спецификой МСП. Среди МСП Белорусского Прибужья наилучшие возможности внедрения «зелёной» рыночной стратегии имеют предприятия, планирующие выход на внешние рынки. Имидж экологически чистого региона как нельзя более отвечает интересам устойчивого развития региона.

Роль функции управления окружающей средой в достижении предприятием конкурентного превосходства на современном рынке. В экономике послевоенного мира возобладали ряд тенденций, увеличивших зависимость преуспевавшего предприятия от степени соблюдения им интересов потребителя и гражданского общества. В 60-х годах в развитых странах мира произошло социальное явление, известное под названием «зелёная революция», суть которого сводится к переосмыслению личностью и гражданским обществом своих взаимоотношений с окружающей средой, осознания зависимости своего выживания и процветания от гармоничности сосуществования с природой. Данный социологический феномен оказал влияние и на развитие экономики в ряде аспектов:

- изменение покупательских предпочтений и, как следствие, сдвиг структуры потребления (отказ от фреонов, этилированного бензина, сокращение потребления животных белков);
- «демократизацию» фирм, увеличение их прозрачности и подверженности влиянию со стороны структур гражданского общества (местных сообществ, общественных организаций, профсоюзов);
- изменение правил игры – ужесточение требований и стандартов, связанных с состоянием окружающей среды;
- исчезновение ряда отраслей, не способных приспособиться к новым стандартам (китобойный промысел) и возникновение новых, обусловленных экологизацией общества (производство специального промышленного и бытового измерительного оборудования);
- изменение направления развития техники и технологии в пользу более экологических, альтернативных традиционным путей и решений (ветровая и геотермальная энергетика, энергосберегающие материалы и решения в строительстве);
- постоянный с конца 70-х годов интенсивный интеллектуальный поиск новой парадигмы развития экономики – от концепций отказа от роста до идеи устойчивого развития, оформившейся в 1992 году на Рио-де-Жанейрском саммите.

На микроуровне идея устойчивого развития получила своё воплощение в виде корпоративных систем управления окружающей средой (СУОС), рассматриваемого, как самостоятельная функция менеджмента предприятия. За последнее десятилетие СУОС получили своё нормативное оформление и стандартную базу в ряде развитых стран (стандарты BS 7750, IS 310), а также на международном уровне (EMAS, ISO 14000). Стандарты на СУОС:

- позволяют исключить непоправимо вредное воздействие предприятия на окружающую среду, т.е. задают более жёсткие требования, чем стандарты, обязательные к исполнению;
- являются добровольными к внедрению;

- требуют сертификации СУОС в компетентных государственных органах;
- дают дополнительный управленческий эффект, связанный с повышением мотивации персонала, реализацией принципа партисипатизма, а также облегчением информационного обмена на предприятии.

Стандарты СУОС являются хорошим примером рычагов государственного вмешательства в рыночную экономику, имеющих рыночную же природу. С одной стороны, фирма находится под постоянно растущим прессингом стандартов качества окружающей среды, в случае неисполнения которых ей угрожают штрафные санкции; с другой стороны, внедрив и сертифицировав СУОС, предприятие, как минимум, избегает штрафов путём минимизации ущерба, а при правильном выборе стратегии получает конкурентные преимущества, что достигается по альтернативным позициям, обозначенным на Рисунке 1.

Welford подчёркивает, что внедрение СУОС не обязательно ведёт к росту прибыли и сокращению издержек за счёт более эффективно использования издержек и мобилизации проэкологически настроенного сегмента потребителей: «...в других условиях процесс может привести к увеличению издержек и потребности назначения более высоких цен».¹ Однако, количество предприятий, которые сертифицировали СУОС согласно по стандарту ISO 14000 в мире неуклонно растёт, при чём тенденция является общей как для промышленно-развитых, так и для развивающихся стран.² Тенденция, однако, затрагивает МСП гораздо в меньшей степени, чем крупные предприятия.



Рис.1 Альтернативные позиции достижения конкурентного преимущества

Источник: Beaumont et al (1993) *Managing the Environment*. Butterworth-Heinemann Ltd, Oxford

Особенности внедрения СУОС на малых и средних предприятиях (МСП) Прибужья. В экономической науке разных стран приняты различные способы

¹ R. Welford : *Corporate Environmental Management*, Earthscan Publications Ltd, London, 1996. – стр. V

² ISO World <http://ecology.or.jp/isoworld>

классификации предприятий, согласно которых к МСП могут относиться предприятия, имеющие определённое значение показателей оборота, среднесписочной численности работающих; занимающие определённое место в цепочках поставщиков и потребителей. Данные классификации зачастую имеют отраслевую специфику и варьируются в зависимости от степени развитости экономики данной страны – в развитых, новых индустриальных и развивающихся странах могут существовать различия по поводу отнесения сопоставимых по своим характеристикам предприятий к МСП. Общей характерной чертой производственных МСП, которую отмечают многие авторы, является их замкнутость прежде всего на ограниченное число деловых партнёров, часто относящихся к более крупным предприятиям, и ограниченность контактов с конечным потребителем продукции. В торговле и сфере услуг, наоборот, МСП играют роль последних звеньев цепочки потребления, непосредственно контактируя с конечным потребителем. Так или иначе, МСП характеризуются повышенной зависимостью от факторов внешней среды, прежде всего в рыночном, организационном и финансовом плане. Характерной чертой производственных МСП Беларуси и Прибужья, как одного из её регионов, является высокий процент предприятий государственной формы собственности. В то же время, Брест и Кобрин являются пилотными городами в программе МФК «Малая приватизация в Беларуси», в процессе выполнения которой в частную собственность перешло более 60% малых предприятий (МП) торговли и сферы услуг в этих городах. В остальных городах Белорусского Прибужья, а также в сельской местности данный процесс проходит более медленными темпами. Предприятия частной формы собственности, как правило, имеют более чёткую ориентацию на потребителя и получение конкурентных преимуществ в условиях рынка.

O'Loaige утверждает, что «...внедрение систем управления окружающей средой на МСП производится практически в том же ключе, что и на более крупных предприятиях»¹

Таблица 1. Факторы, оказывающие влияние на внедрение СУОС на МСП

| <i>Содействующие</i> | <i>Препятствующие</i> |
|--|--|
| + <i>централизованность коммуникаций</i> | - <i>ограниченность финансовых ресурсов</i> |
| + <i>ограниченность экологических аспектов</i> | - <i>подверженность влиянию среды</i> |
| + <i>опора на личный вклад работников</i> | - <i>зависимость от человеческого фактора</i> |
| + <i>локальный характер деятельности</i> | - <i>отсутствие специалистов в структуре</i> |
| + <i>давление со стороны крупных партнёров</i> | - <i>замкнутость на ограниченное число партнёров</i> |

¹ O'Loaige, R.Welford: The EMS in the SME in R.Welford: Corporate Environmental Management, Earthscan Publications Ltd, London, 1996 – стр 202

Существует ряд факторов, как объективно содействующих процессу внедрения системного управления окружающей средой на МСП, так и естественные преграды на пути этого процесса, основные из которых перечислены в Таблице 1.

Из факторов, специфических для региона Прибужья, в наибольшей степени препятствующими внедрению СУОС на МСП являются неблагоприятное финансовое положение, несовершенство нормативной базы Беларуси в области природопользования и корпоративных СУОС, а также отсутствие национального прецедента сертификации СУОС по стандарту ISO 14000 и, как следствие, отсутствие прессинга со стороны более крупных партнёров. Недостаточными на данный момент в Беларуси являются конкурентные преимущества, связанные с внедрением «зелёной» стратегии – соответствующий тип потребителя на отечественном рынке ещё не сложился.

Наилучшую перспективу внедрения СУОС авторы видят для тех МСП Прибужья, которые имеют экспортную ориентацию либо стремятся выйти на внешние рынки, прежде всего в таких традиционно связанных с экологическими аспектами отраслях, как строительство, переработка сельскохозяйственной продукции, пищевая промышленность, экспортно ориентированный экотуризм. Показателен в данном случае пример Ирландии, значительное число МСП которой, целенаправленно используя свой проэкологический профиль, смогли выйти на рынки Европы и успешно конкурировать, используя полученные таким образом преимущества. Имидж Прибужья, как региона Беларуси, в наибольшей степени сохранившего свою экологическую чистоту и биотическое разнообразие – «последние девственные просторы Европы», как нельзя более отвечает интересам устойчивого развития региона.

Проблемы нехватки финансовых, кадровых и организационных ресурсов у МСП решаются путём поэтапного выполнения требований стандартов на СУОС, а также широкого сотрудничества со структурами гражданского общества и местными сообществами.

Литература

1. A.Miszczuk.: Agroturystyka jako czynnik rozwoju obszarów wiejskich polskiej części Euroregion Bug, Euroregion Bug, tom3, Norbertinum, Lublin, 1996.
2. ISO 14000 и системы экологического менеджмента. Материалы к семинару, Эколайн, Минск, 1998.
3. R.Welford.: Corporate Environmental Management, Earthscan Publications Ltd, London, 1996.
4. Малая приватизация в Бресте, МФК, Брест, 1993.