

можливість визначити ефективність залучення чи використання яких саме видів ресурсів зумовлює зростання рівня конкурентоспроможності підприємства.

Запропонований підхід до визначення конкурентоспроможності підприємства, а також узагальнення чинників її формування є передумовою для розробки методичного інструментарію з оцінки конкурентоспроможності підприємства, що є перспективним напрямком для подальших наукових досліджень.

Список літератури: 1. *Воронкова А.Е., Калюжна Н.Г., Оленко В.І.* Управлінські рішення в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства: організаційний аспект: Монографія. – Х.: ВД „ІНЖЕК”, 2008. – 512 с.; 2. *Гальвановский М., Жукова В., Трофимова И.* Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерениях // Российский экономический журнал. – 1998. – №3 – С. 67 – 76.; 3. *Дейнека О.* Стратегія забезпечення конкурентоспроможності торговельного підприємства // Вісн. Терноп. акад. народного господарства – 2002. – Вип. 7/3. – С. 119 –122.; 4. *Жаліло Я.Л., Кияк А.Т.* Конкуренція і джерела конкурентоспроможності // Наук. вісті Нац. техн. університету України “Київський політехнічний інститут” – 2000. – №2 – С. 123-133.; 5. *Иванов Ю.Б.* Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночной экономики: Монография. – Харьков, 1997. – 267 с.; 6. *Карлоф Б.* Деловая стратегия. – М.: Экономика, 2006. – 296 с.; 7. *Піддубний І.О., Піддубна А.І.* Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Навч. посібник. – Х.: ВД “ІНЖЕК”, 2004. – 264 с.; 8. *Портер М.* Международная конкуренция. Пер. с англ. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.; 9. *Савицкая Г.В.* Анализ хозяйственной деятельности предприятия: 4-е изд., перераб. и доп. – Минск: Новое знание, 1999. – 688 с.; 10. *Синько В.* Конкуренция и конкурентоспособность: основные понятия // Стандарты и качество. 2000. – №4 – С. 54-59.; 11. *Сіваченко І.Ю.* Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації): Навч. посібник. – Київ: ЦУЛ, 2003. – 186 с.; 12. *Фатхутдинов Р.А.* Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 528 с.; 13. *Фатхутдинов Р.А.* Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002. – 892 с.; 14. *Экономическая стратегия фирмы.* Учеб. пособие. Под ред. А.П. Градова. 2-е изд. испр. – СПб.: Спецлит, 2000. – 192 с.

Надійшла до редколегії 22.11.2011

УДК 336

Н.П. ГОРБУНОВ, канд. екон. наук, доцент, НТУ «ХПИ», Харків,
О.И. ОЛЬХОВСКАЯ, асистент, НТУ «ХПИ», Харків,

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ СЕРТИФИКАЦИЯ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ И УСПЕХА НА КОНКУРЕНТНОМ РЫНКЕ

Робота посвящена рассмотрению проблем экологической безопасности продукции для человека и окружающей среды и возможных путей решения с помощью проведения обязательной и добровольной экологической сертификации.

Робота присвячена розгляду проблем екологічної безпеки продукції для людини та навколишнього середовища та можливим шляхам вирішення цих проблем за допомогою проведення обов'язкової та добровільної сертифікації.

Work is sanctified to consideration of problems of ecological safety of products for чело-века and environment and possible ways of decision by means of realization of обязатель-ной and voluntarily ecological certification.

С каждым годом растет интерес потребителей к экологическим качествам товаров и услуг. Различные виды загрязнителей потребительской продукции связаны с экологическим состоянием окружающей среды, производственными процессами и другими видами деятельности человека. Эти вредные вещества не только опасны для здоровья ныне живущих людей, но и оказывают свое пагубное воздействие на человека через поколения.

На сегодняшний день в Украине сложилось напряженное экологическое состояние окружающей природной среды. Для сравнения:

- по словам С. Берзиной, президента организации «Живая планета», на 1 млн. ВВП Украина производит 15 тыс. тонн отходов, в то время, как Франция, получившая замечание от Европейской комиссии, производит 438 тонн;

- по годовому суммарному выбросу вредных веществ наши автомобили в среднем хуже американских в 3 раза (1117 и 338 кг, соответственно), по токсичности – в 9 раз;

- наши самолеты не удовлетворяют международным требованиям по шуму и загрязняющим выбросам.

Главными причинами, которые привели к такому состоянию окружающей среды, являются:

- высокий уровень концентрации промышленных объектов;
- неблагоприятная структура промышленного производства с высокой концентрацией экологически опасных производств;

- отсутствие надлежащих природоохранных систем (очистных сооружений, оборотных систем водообеспечения), низкий уровень эксплуатации существующих природоохранных объектов;

- отсутствие надлежащего контроля охраной окружающей среды;
- устаревшая технология производства и оборудования, высокая энергоемкость и материалоемкость, которые превышают в несколько раз соответствующие показатели развитых стран.

В связи с этими обстоятельствами фактически экологически чистых продуктов питания быть не может. Можно говорить лишь о «безопасной» и «опасной» для здоровья человека продукции. «Безопасной» считается продукция, в которой содержание опасных веществ (токсичных элементов, пестицидов, радионуклидов и др.) не превышает установленные предельно-допустимые нормы

(в разных странах они разные и устанавливаются Минздравом). Чем меньше содержание в продуктах вредных веществ, тем продукция «чище».

Во всем мире ученые занимаются проблемами минимизации содержания в продуктах питания вредных чужеродных веществ. Соответственно, продукты, содержащие условный минимум чужеродных веществ, относят к, так называемым, «экологически чистым».

Европейская комиссия «Кодекс Алиментариус», действующая в качестве постоянного органа ФАО-ВОЗ, опубликовала соответствующие нормы и указания по содержанию и применению в продуктах питания чужеродных веществ. В Украине эти нормы пока не обязательны для производителей пищевой продукции. Но спрос на «экологически чистые» продукты питания как у нас в стране, так и во всем мире все больше увеличивается.

Часть потребителей, в развитых странах, покупает экологически чистую продукцию по ценам, которые на 40-50% и более превышают цены на продукцию, изготовленную по традиционным технологиям. Согласно данным опроса в г. Киеве, большинство потенциальных покупателей и на Украине согласны купить экологически чистую продукцию на таких же условиях.

Одно из направлений в удовлетворении этого спроса – отказ в сельском хозяйстве от применения пестицидов и антибиотиков, отказаться от методов, которые угрожают жизни, истощают ресурсы и загрязняют воздух, воду и почву. Но есть и другой способ. Не утруждая себя заботами об экологичности, но желая быть конкурентоспособным одни производители декларируют характеристики, которыми продукция на самом деле не обладает, маркируют свою продукцию всевозможными надписями и знаками, никем и ничем неподтвержденными, но утверждающими, что продукция «натуральная», «экологически чистая» или используют в своих корпоративных названиях или названии продукции необоснованные утверждения, наподобие "био-", "эко-", "натур-". Другие, подчеркивают качественные показатели продукции на основании сертифицированных систем управления производством в соответствии с международными стандартами ISO 9001, ISO 14000, ISO 22000 (НАССР) и др. Информация подается в виде декларации: "Продукция соответствует международному сертификату качества" и прочее, что явно вводит в заблуждение потребителя.

Такому подходу с позиции «зеленой», или экологической, темы в маркетинге способствовали два обстоятельства. Первое – маркетологи постоянно ищут «пунктики», которые выделили бы их продукт в ряду аналогичных. Второе – в наше время постоянных стрессов, связанных с техногенными катастрофами, террористическими актами, внедрением в пищевую промышленность разработок генной инженерии и глобальным потеплением, жить в гармонии с природой становится все труднее. Вот люди и стараются хоть как-то защититься и уберечь себя и близких, покупая товары без консервантов, красителей, стабилизаторов, нося натуральную одежду, придерживаясь по мере возможности активного, здорового образа жизни. Согласно международным правилам честной торговли "Fair trade" Всемирной торговой организации (ВТО), все экологические утверждения должны быть проверены независимым органом сертификации, или же производитель должен быть готов по требованию любой заинтересованной стороны предоставить необходимую документацию для доказательства такого утверждения. Но с другой стороны, сегодня в законодательстве Украины, к сожалению, нет четкого разграничения между допустимыми приемами в маркетинге и теми, которые вводят в заблуждение потребителя. И это несмотря на то, что национальные стандарты гармонизированы с серией стандартов ISO 14020, введенной в 1998 году Международной организацией стандартизации, и которая устанавливает общие требования, принципы и методы по применению экологической маркировки и деклараций.

Как ни покажется странным, но подобной законодательной определенности нет и во многих западных странах. Поэтому там активно прибегают к добровольной экологической сертификации. Существует несколько вариантов национальных и международных систем такой сертификации. Прошедшие подобное испытание товары маркируются специальными знаками. В Германии это национальный экологический знак «Голубой ангел», в странах Скандинавии, Швейцарии и Голландии – «Скандинавский лебедь», странами-членами ЕС используется интернациональный «Цветок». В Украине – национальный знак «Экологически чисто и безопасно» (эмблема «Зеленый журавль»). Все эти системы входят в сеть экологического маркирования Global Ecolabelling Network (GEN), чем и обеспечиваются их международное признание и авторитетность. Ведь созданная в 1994 г. GEN тесно сотрудничает с Всемирной торговой орга-

низацией, а одним из ее членов является Комиссия ЕС по вопросам экологической сертификации и маркирования. К слову сказать, Украина в этой сети – пока единственное государство из постсоветского пространства.

Единственный способ выяснить, содержатся или не содержатся в продукции вредные вещества, – выполнить соответствующие аналитические исследования, т.е. выполнить гигиенический контроль. Но гигиенический контроль даст ответ лишь на один вопрос: является ли продукт безопасным. Выдачу документа, подтверждающего экологическую чистоту, то есть при прямом понимании этого термина – отсутствие в продукте загрязняющих веществ, этот вид контроля не предусматривает как потому, что это не является его задачей, так – и, прежде всего, потому, что в полном смысле слова экологически чистая продукция в наше время – это миф. Можно вести речь лишь об уровне загрязнения, или, если привязываться к термину «экологически чистая продукция», – о степени экологической чистоты.

Решить эту задачу и призвана **экологическая сертификация** продукции, являющаяся одним из направлений Системы сертификации качества. Продукция, успешно прошедшая экспертизу, получит законное право на рекламу в качестве экологически чистой, а уровень экологической чистоты будет закреплён в виде числа. Это число показывает повышенную полезность по сравнению с аналогичными продуктами, имеющими гигиенические показатели на уровне нормативов.

Согласно Декларации Конференции ООН по окружающей среде и устойчивому развитию (UNCED-92) в XXI в. экологическая составляющая станет неотъемлемой частью и процесса производства. Международные стандарты серии ИСО 14 000 создали необходимую нормативно-методическую базу для внедрения в производство экологических технологий и методов управления. Стандарты ИСО 14 001 и ИСО 14 004 содержат требования к системе управления окружающей средой (СУОС), рекомендации по созданию и обеспечению ее функционирования. Первые 5 международных стандартов данной серии приняты странами мирового сообщества в качестве национальных.

Экологическая сертификация продукции относится к добровольной системе и обосновывается на установлении дополнительных требований ко всему жизненному циклу: от сырья (материалов) до утилизации продукта, а также

оценки ее соответствия установленным требованиям – экологическим критериям. Но это единственный путь, который даст покупателю объективные ориентиры при выборе продукции по характеристикам экологического загрязнения и создаст условия для добросовестной конкуренции предпринимателей.

Основными целями экологической сертификации являются:

- повышение качества продукции путем создания условий для открытой свободной конкуренции предприятий на едином рынке товаров и услуг на основе информации об уровне экологической чистоты продукции;
- защита потребителя от недобросовестной деятельности изготовителя продукции;
- подтверждение показателей, определяющих качество продукции в части экологической чистоты;
- содействие потребителю в компетентном выборе продукции;
- побуждение фирм, прошедших и желающих пройти экологическую сертификацию, к саморазвитию в производстве и реализации экологически качественной продукции.
- стимулирование производителей к внедрению таких технологических процессов и разработке таких товаров, которые в минимальной степени загрязняют природную среду и дают потребителю гарантию безопасности продукции для его жизни, здоровья, имущества и среды обитания.

Благодаря экологической сертификации продукции производитель и продавец получают следующие преимущества:

1. Расширение номенклатуры товаров за счет создания новых видов продукции на базе уже производимых с использованием знака экологической сертификации.
2. Значительное увеличение оборота за счет попадания маркированного товара в новую, еще не занятую конкурентами нишу экологически благополучных товаров.
3. Успех в конкурентной борьбе в группе аналогичных товаров за счет доказательств новых показателей качества своей продукции, которые потребитель ждет.

4. Мощная рекламная поддержка сертифицированного товара за счет осуществления рекламно-имиджевой программы по представлению потребителю Знака экологической сертификации.

5. Дополнительная защита сертифицированного товара от подделок при использовании специальных защитных марок со знаком экологической сертификации.

6. Устранение опасного влияния отходов на среду обитания и максимального их использования в качестве вторичного сырья.

Для достижения целей экологической сертификации нами видятся следующие мероприятия:

- принятие законодательного акта, который бы способствовал воплощению в жизнь принятой программы развития экологического маркирования, цель которой – развитие механизма экологического стимулирования предприятий-производителей продукции, соответствующей критериям экологичности;

- одновременно с добровольной экологической сертификацией ввести обязательную;

- определить объекты экосертификации среди которых можно выделить:

- объекты окружающей среды;
- антропогенные источники загрязнения окружающей среды;
- продукция природоохранного назначения;
- информационные ресурсы, продукты и технологии, относящиеся к сфере защиты природы.

ре защиты природы.

- законодательно определить термины «органический продукт», «экологически чистый», «биологический продукт». Не должно быть свободного определения этих важных понятий;

- определить принципы экологической сертификации:

а) ущерб для окружающей среды предотвращать в первую очередь путем ликвидации источников загрязнения;

б) эффективность сертификации должна напрямую зависеть от критериев безвредности продукции, услуги, процесса или другого объекта экосертификации для окружающей среды. Эти критерии должны превосходить по своей сущности (всесторонности, охвату) параметры экологичности, содержащиеся в стандартах;

в) определение критериев должно осуществляться на основе широких маркетинговых исследованиях, которые позволят установить критерии для каждой конкретной группы товаров в зависимости от степени их воздействия на окружающую среду. На каждом этапе жизненного цикла продукции для этого необходимы изучение уровня использования природных ресурсов, загрязнения атмосферы, гидросферы и почвы, ущерба для лесов, полей, воды, а также исследование эстетических, осязательных и обонятельных параметров.

Список литературы: 1. *М.І. Шаповал.* Менеджмент якості: Підручник. – Київ.: Знання. 2006. 206 с. 2. *Г.Д. Крылова.* Основы стандартизации, сертификации, метрологии. – М.: 2001. – 711 с. 3. *Ю.А. Хостунцев.* Экология и экологическая безопасность. Учебное пособие. – М.: Академия, 2004. – 480 с.

Надійшла до редколегії 22.11.2011

УДК 519.816

Т.А. ГРЕЧКО, ст.викладач, СННІГОТ УПА, Стаханов

МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЕКТІВ В УМОВАХ РИЗИКУ

В статті розглянуто методологію аналізу ефективності інвестиційних проектів в умовах ризику.

В статье рассмотрена методология анализа эффективности инвестиционных проектов в условиях риска.

In the article methodology of analysis of efficiency of investment projects is considered in the conditions of risk.

Класична методологія оцінки ефективності інвестиційних проектів являє собою сукупність цілком конкретних показників. Сукупність критеріїв, що описуються, дозволяє відібрати проекти для подальшого розгляду, проаналізувати проектні альтернативи, оцінити проект з погляду інвестора та таке інше. Ухвалення відповідного рішення базується на порівнянні прогнозного результату з так званою «точкою відліку» (cut of point). Крім того, експертиза проекту покликана порівняти ситуацію «без проекту» із ситуацією «з проектом», тобто проаналізувати тільки ті зміни у витратах і вигодах, які обумовлені даним проектом [1].

Іншими словами:

$$\begin{array}{l} \text{Цінність} \\ \text{проекту} \end{array} = \begin{array}{l} \text{Зміна вигоди} \\ \text{в результаті проекту} \end{array} - \begin{array}{l} \text{Зміна витрат} \\ \text{як результат проекту} \end{array}$$