

N. Kostenko

## CIVILIZATION ASPECTS OF ECONOMIC INTEGRATION PROCESSES

The article clarifies nation's interaction factors that represent the core of civilization development. Author considered views to economic integration through the prism of the past with extrapolation to the present. Arguments for regional economic integration were phrased as well.

**Key words:** *autarky, integration, civilization, factors, socio-economic development.*

© Н. Костенко

Надійшла до редакції 06.04.2012

УДК 332.142.6+339.138

## ПОТЕНЦІАЛ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЛАКОФАРБОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В АСПЕКТІ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ЇХ ВИРОБНИЦТВА

**ОЛЕНА ОВСЧКІНА,**

*кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки підприємства*

*Технологічного інституту Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля,  
м. Северодонецьк*

**ОЛЬГА МАСЛОШ,**

*кандидат хімічних наук, доцент кафедри економіки підприємства*

*Технологічного інституту Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля,  
м. Северодонецьк*

У статті розглянуто теоретико-практичні питання екологізації суспільного виробництва та охарактеризовано особливості формування конкурентоспроможного потенціалу підприємств лакофарбової промисловості в аспекті екологічної орієнтації виробництва. Виявлено зовнішні та внутрішні фактори впливу на прискорення процесу екологізації господарської діяльності галузевих підприємств та їх функціонування як еколого-економічних систем.

**Ключові слова:** *лакофарбова промисловість, екологізація, екологічний субпотенціал, потенціал конкурентоспроможності, природовідтворювальна модель господарювання, еколого-економічна система.*

**Постановка проблеми.** Вітчизняне виробництво будь-яких галузей промисловості з метою підвищення своєї конкурентоспроможності, передусім на національному ринку, потребує радикального техніко-технологічного оновлення, яке можливе в процесі переходу на дійсно інноваційний шлях розвитку та створення умов інтенсивного впровадження інновацій. У комплексі цих умов найвагомішою, на наш погляд, виступає екологічна орієнтація промислових підприємств, тобто виробництво продукції, що відповідає екологічним вимогам суспільства та конкретних споживачів. Задоволення цих вимог базується на екологічних інноваціях, упровадження яких безпосередньо пов'язане з екологізацією виробництва - найважливішого компонента розвитку суспільства.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Екологізація виробництва поряд з інформатизацією та поширенням комунікаційних зв'язків належить до сукупності світових тенденцій, що утворюють головні інноваційні контури XXI століття та лідирують за глибиною впливу на всю людську діяльність [1, с. 28]. Розгорнута трактовка екологізації виробництва пов'язана передусім із розв'язанням цілого блоку теоретичних і практичних питань організації й управління господарською діяльністю різномірних економічних суб'єктів. До теоретичних питань екологізації виробництва з позицій макrorівня організації національних економічних систем, дослідники [2-4] відносять: а) розробку підходів до класифікації видів економічної діяльності, товарів і послуг, належних до

сектора екологічних товарів і послуг (сектора ЕТП); б) пошук інструментів та обґрунтування заходів щодо створення природовідтворювальної господарської моделі життєдіяльності економічних агентів та суспільства в цілому. У [3, с. 57-58] основні теоретико-методологічні питання екологізації виробництва виділені з позиції підприємства як мікроекономічного суб'єкта: 1) виявлення умов функціонування підприємства та їх об'єднань як еколого-економічних систем; 2) удосконалення моделі конкурентоспроможності підприємств шляхом урахування дії її екологічної складової. Теоретико-методичні розробки питань екологізації виробництва безпосередньо стикаються з вирішенням також таких практичних питань, як формування сектора екологічних товарів і послуг; створення екоіндустрії як найбільш диверсифікованого сектора національної і світової економіки.

У переліку теоретико-практичних проблем екологізації виробництва з результируючим створенням природовідтворювальної моделі господарської діяльності вітчизняних промислових підприємств вагому роль відіграє питання підвищення їх конкурентоспроможності, вирішення якого безпосередньо пов'язується з використанням інноваційного потенціалу. Дослідниками підкреслюється тісний зв'язок між рівнем розвитку інноваційного, у тому числі інтелектуального, потенціалу та ефективністю сформованої моделі конкурентоспроможності продукції підприємства [5]. Більше того, багатьма авторами констатується той факт, що конкурентоспроможність продукції є похідною від конкурентоспроможності підприємства та ресурсної забезпеченості його інноваційного потенціалу [6, 7].

Отже, підприємство має розуміти конкурентоспроможність як інтегральну часову оцінку власної здатності функціонувати на ринку в безкризовому режимі, ефективно використовуючи всі субпотенціали господарської діяльності й формуючи так званий потенціал конкурентоспроможності на певному ринку (ринках). Ученими підкреслюється значущість досліджень конкурентоспроможного потенціалу підприємств саме з позицій системного підходу, коли конкурентоспроможність визначається як властивість виробничо-економічних систем (підприємств) підтримувати або змінювати намічений режим функціонування, активуючи нові складові та напрями господарської діяльності, до яких, безумовно, належить екологічна діяльність. У літературі зауважується, що процес управління конкурентоспроможним потенціалом підприємств в аспекті екологічної орієнтації їх діяльності ще не став, але має стати об'єктом наукових досліджень вітчизняних і зарубіжних учених [8]. Поглиблене вивчення конкурентоспроможного потенціалу підприємств та розробка відповідних інструментів управління найактуальнішими складовими (передусім екологічною) створюватимуть теоретико-методичну базу створення природовідтворювальної моделі господарської діяльності економічних суб'єктів та суспільства в цілому як еколого-економічних систем.

З урахуванням наведеного, **метою** статті є характеристика потенціалу конкурентоспроможності підприємств конкретної галузі - лакофарбової промисловості - в аспекті екологізації їх виробництва.

Для розв'язання поставленої мети необхідно вирішити такі **задачі**: описати наявний екологічний субпотенціал для виявлення здатності лакофарбових підприємств до екологічної діяльності та можливостей її активізації; охарактеризувати попит на екологічну продукцію досліджуваної галузі та з'ясувати реальний стан процесу формування екологічної свідомості споживачів лакофарбових матеріалів.

**Виклад основного матеріалу.** Вітчизняна лакофарбова промисловість є вагомим і стабільним сектором вітчизняної хімічної промисловості: підприємства-виробники лаків і фарб у 2010-2011 рр. виробляли понад 240 тис. т лакофарбових матеріалів (ЛФМ) на суму більше 4 млрд гривень щорічно, пропонуючи близько 5,2 кг ЛФМ на душу населення; експортували щорічно близько 15 тис. т продукції. При цьому майже 95 % лакофарбової продукції, виробленої в Україні, спрямовували на забезпечення потреб внутрішнього ринку (задовольняли 74 % потреб внутрішнього ринку та надавали робочі місця більш ніж 6 000 осіб, зайнятих у виробництві ЛФМ) [9-11].

Національний ринок ЛФМ характеризується присутністю значної кількості підприємств-виробників, причому, за оцінками експертів, зі 100 постійно діючих виробників, 5 виробляють до 70 % продукції в Україні. За останні роки виробництво водорозчинних ЛФМ складало 79821 т у 2010 р. та 79595 т у 2011 р. З точки зору екологічної безпеки водорозчинні ЛФМ прийнято вважати екологічно безпечними, інші органічні фарби - екологічно небезпечними, виробництво яких за період 2010-2011 років знизилося з 88313 т до 81338 т [10].

Характеризуючи екологічний субпотенціал підприємств лакофарбової промисловості України, слід зауважити, що їхні екологічні можливості достатньо вагомі. Асоціація українських виробників ЛФМ [9] займає принципову позицію щодо екологічної безпеки продукції. Екологічна орієнтація лакофарбової галузі не розглядається крізь призму високих прибутків - низьких витрат (що, як відомо, отримується за рахунок використання високоотоксичних пігментів для надання фарбам додаткової привабливості [12]), а трактується як своєрідний прояв взаємної відповідальності виробників і споживачів щодо забезпечення якості життя [13-14].

Між тим, слід зауважити, що за результатами досліджень компанії "Деко", останнім часом лише 19 % споживачів як основну вимогу до ЛФМ ставлять екологічність на перше місце [12]. На національному ринку ЛФМ більшість українських споживачів, унаслідок цілого комплексу причин (зменшення номінальних та інфляційне знецінення реальних доходів, недостатня інформованість щодо наслідків використання небезпечних матеріалів тощо), почали ігнорувати екологічність продукції, віддаючи перевагу більш дешевим або зовсім дешевим фарбам, але з насиченим кольором, що суттєво вплинуло на зміну структури споживання та виробництва ЛФМ. За оцінками маркетологів торгових марок "Зебра" і "TRIORA", подібні зсуви попиту вбік дешевих, але небезпечних товарів призвели до масового виходу на ринок фарб "субекономкласу", що навіть випередив випуск продукції класу "економ" [10].

Адаптуючись до змін вітчизняного попиту на ЛФМ, українські виробники, намагаючись ефективно управляти конкурентоспроможним потенціалом, стикаються зі складним та суперечливим завданням: збільшенням обсягів виробництва "субекономічних" ЛФМ при наданні їм якісних та екологічно безпечних властивостей дорогих ЛФМ, іншими словами, здешевленням вартості виробництва фарб при збереженні й навіть підвищенні їх якості. Завдання для більшості виробників є занадто складним через те, що екологічно безпечні якісні ЛФМ мають велику вартість та її зменшення, зазвичай, відбувається за рахунок використання у виробництві дешевої небезпечної сировини з утратою екологічної якості.

У порівнянні з вітчизняними виробниками зарубіжні фірми лакофарбової галузі промисловості мають більший досвід управління конкурентоспроможним потенціалом через наявність сприятливих зовнішніх факторів активізації впровадження екологічних інновацій. У руслі державних, регіональних, місцевих заходів щодо охорони навколишнього середовища для підприємств лакофарбової промисловості країн Європейського Союзу розроблені відповідні інструкції, у яких регламентовано кількісні показники вмісту шкідливих речовин. Отже, розвиток виробництва ЛФМ у цих країнах розглядається в аспекті активізації екологічної складової конкурентоспроможного потенціалу підприємств-виробників фарб завдяки: а) зниженню в складі продукції рівня легких органічних сполук (ЛОС); б) відмові від використання у виробництві органічних розчинників [10]; в) зменшенню викидів оксидів сірки, азоту, аміаку.

Незважаючи на те, що в Україні не прийняті до обов'язкового виконання подібні документи, більшість національних виробників, які мають намір працювати або вже працюють на іноземному, особливо європейському ринках, вимушені добровільно дотримуватися встановлених параметрів. Так, багато вітчизняних виробників приймають технологічні рішення з явною екологічною спрямованістю [15]: обмеження застосування легких органічних сполук за рахунок уведення в композиції поверхнево-активних речовин - емульгаторів, унаслідок чого утворюються стабільні органоводні емульсії з меншим вмістом розчинників; заміни органодисперсних систем на водоорганічні або водні.

Для вітчизняних виробників такі рішення пов'язані не лише зі зміною рецептур продукції, але й з наданням кваліфікованої й вичерпної інформації споживачам про екологічність та наслідки використання небезпечних ЛФМ, формуванням у покупців екологічної свідомості, розуміння виняткової значущості переходу пропозиції й попиту від особливо ризикових для стану здоров'я продуктів до екологічно безпечних.

З нашої точки зору, найбільш ефективними заходами, які не лише підвищують потенціал конкурентоспроможності вітчизняних підприємств лакофарбової галузі та збільшують конкурентоспроможність продукції, але й закладуть нову теоретико-методичну базу управління екологічною орієнтацією їх виробничої діяльності з подальшим формуванням природовідтворювальної моделі господарювання, мають стати:

а) інтенсивне впровадження екологічних інновацій, які надалі базуватимуться на застосуванні в технологічному процесі нанопігментів [15], що дозволить підприємствам:

- оптимізувати технологічний процес виробництва ЛФМ, підвищивши обсяги виробництва зі спрощенням технологічної схеми;

- суттєво (до 50 %) знизити матеріальні, у тому числі енерговитрати;

- знизити працевитратність виробництва та скоротити час виготовлення продукції;

- забезпечити екологічну безпеку як виробництва, так і споживання ЛФМ, отже, підвищити екологічний субпотенціал інноваційного потенціалу лакофарбової промисловості в цілому;

б) створення результативної системи інформування споживачів, посередників і постачальників щодо негативних і позитивних особливостей продукції, що виробляється, рівня її екологічної безпеки та наслідків використання та формування екологічної свідомості споживачів і виробників, під якою російськими дослідниками інституціонально-економічних проблем екологізації суспільного виробництва розуміється сукупність ідей, поглядів, мотивацій, що відображають реалії екологічної основи життєдіяльності суспільства, тобто існуючу практику відносин у системі "суспільство - природа - людина" [16].

Оскільки, на думку багатьох дослідників, екологічна свідомість знаходиться лише на стадії формування, то має бути розроблено та втілено цілий комплекс заходів: від якісно організованої інформованості споживачів про технологічно-експлуатаційні параметри продукції до відновлення й підтримки екологічної культури населення на державному рівні. Екологічна культура виробництва й споживання всіх видів продукції (не лише лакофарбових матеріалів) має стати зовнішнім фактором, що сприятиме інтенсивній екологізації виробничо-господарської діяльності вітчизняних підприємств.

У процесі організації якісної інформованості споживачів щодо переваг екологічно небезпечних ЛФМ, на наш погляд, у рекламі має робитися акцент не стільки на антропогенну природу екологічної кризи взагалі та її наслідки, скільки на конкретну привабливість якісного й безпечного в екологічному сенсі життя [17]. Побудована за таким принципом реклама примусить споживачів ЛФМ толерантно поставитися до необхідності сплачувати вищу ціну за екологічно чистою й безпечною продукцією.

### **Висновки та перспективи подальших досліджень**

Підсумовуючи викладений матеріал, слід зауважити, що в процесі екологізації виробництва вітчизняних підприємств лакофарбової галузі підвищується їх екологічний потенціал шляхом інтенсивного впровадження технологічних інновацій, які базуються на використанні екологічно безпечних структурно-забарвлених пігментів у процесі виробництва ЛФМ. Підвищення екологічних можливостей наразі дозволяє національним виробникам лакофарбової галузі збільшувати пропозицію екологічно безпечних продуктів; надає змогу в близькому майбутньому впроваджувати рекламні заходи щодо стимулювання екологоорієнтованого попиту та формування

екологічної свідомості споживачів і покупців під час поступового створення природовідтворювальної моделі господарювання. Подальші дослідження в цьому напрямку можуть бути пов'язані з пошуком нових екологічно орієнтованих технологічних і продуктивних інновацій у лакофарбовій та інших галузях суспільного виробництва; розробкою питань створення високорезультативної екологічної реклами з виділенням специфічних галузевих аспектів; поглибленим дослідженням комплексу факторів формування екологічної свідомості й культури виробництва та споживання.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Веклич О. Сектору екологічних товарів і послуг в Україні - спеціальний державний патронат / О. Веклич // Економіка України. - 2010. - № 3. - С. 27-35.
2. Авдеева Т. Г. Экологическая дипломатия / Т. Г. Авдеева // Международная жизнь. - 2001. - № 7 [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.oceaninfo.ru/smi/archiv/100501.htm>.
3. Дегтярьова І. Б. Наукові основи підвищення ефективності еколого-економічних систем з урахуванням синергетичних ефектів : дис. ... канд. екон. наук : 08.02.06 / І. Б. Дегтярьова. - Суми, 2009. - 218 с.
4. Мазилкина Е. И. Основы управления конкурентоспособностью / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина [Електронний ресурс]. - Режим доступу : [http://www.e-reading.org.ua/bookreader.php/130600/Mazilkina%2C\\_Panichkina\\_-\\_Osnovy\\_upravleniya\\_konkurentosposobnost%27yu.html](http://www.e-reading.org.ua/bookreader.php/130600/Mazilkina%2C_Panichkina_-_Osnovy_upravleniya_konkurentosposobnost%27yu.html).
5. Помазанский В. В. Потенциал организации как основа ее конкурентоспособности / В. В. Помазанский [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.sworld.com.ua/index.php/uk/economy-411/business-economics-and-production-management-411/11282-411-0868>.
6. Рахлин К. М. Потенциал организации как основа ее конкурентоспособности / К. М. Рахлин, О. Ю. Серова [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://quality.eup.ru/MATERIALY9/potencial.htm>.
7. Орисенко М. А. Потенциал предприятия как основа его конкурентоспособности / М. А. Орисенко [Електронний ре-

сурс]. - Режим доступу : [http://www.rusnauka.com/15\\_APSN\\_2010/Economics/67493.doc.htm](http://www.rusnauka.com/15_APSN_2010/Economics/67493.doc.htm).

8. Підтримка конкурентоспроможного потенціалу підприємства / [А. Е. Воронкова, В. П. Пономарьов, Г. І. Дібіс та ін.]. - К. : Техніка, 2000. - 152 с. [Електронний ресурс]. - Режим доступу : [http://topknowledge.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2477:2011-08-26-16-01-07&catid=23:2010-08-11-13-00-39&Itemid=30](http://topknowledge.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=2477:2011-08-26-16-01-07&catid=23:2010-08-11-13-00-39&Itemid=30).

9. Офіційний веб-сайт Асоціації українських виробників лакофарбової продукції [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://auvlp.org.ua>.

10. Оценка, анализ и перспективы развития краски в Украине по итогам года [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.sf.com.ua/for-consumer/articles/118/>.

11. Бакус И. Рынок лакокрасочных материалов / И. Бакус [Електронний ресурс]. - Режим доступу : [http://zi-consult.com.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=108:rynok-lakokrasochnyh-materialov-vyjili-ne-vse&catid=50:himicheskaya-promyshlennost&Itemid=351&lang=ru](http://zi-consult.com.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=108:rynok-lakokrasochnyh-materialov-vyjili-ne-vse&catid=50:himicheskaya-promyshlennost&Itemid=351&lang=ru).

12. Андруцкая О. М. Лакокраска UA - курс на безопасность ЛКМ / О. М. Андруцкая [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.lakokraska-ua.com/postrelease2012.pdf>.

13. Барабаш С. В. Развитие лакофарбових матеріалів / С. В. Барабаш, Ю. В. Трофімова // Інноваційні технології, впровадження та розвиток : тези доповідей V міжнародної наукової конференції. - Дніпропетровськ : ДНДІ, 2007. - Т. 2. - С. 46-47.

14. Олійник Г. С. Проблеми вибору лакофарбової продукції на вітчизняному ринку / Г. С. Олійник // Вісник Хмельницького національного університету. - 2009. - № 5. - С. 219-221. - (Серія: Технічні науки).

15. Спеціалізований технологічний форум ColorMix-Україна 2012 / Funki PR Compani [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://colormix-ukraine.com/agenda/reports/>.

16. Экологическое сознание [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.ecology-portal.ru/publ/15-1-0-692>.

17. Николаева А. К. Экологический кризис как объективная предпосылка формирования экологического сознания / А. К. Николаева // 5-я Международная научная конференция "Творческое наследие В. И. Вернадского и проблемы формирования современного экологического сознания" (5-е Вернадские чтения), 26 - 27 апреля 2007 года, ДонНТУ [Електронний ресурс]. - Режим доступу : [http://www.masters.donntu.edu.ua/2007/fizmet/nikolayeva/library/index\\_3.htm](http://www.masters.donntu.edu.ua/2007/fizmet/nikolayeva/library/index_3.htm).

**О. Ovyechkina, О. Maslosh**

### **POTENTIAL OF COMPETITION POSSIBILITIES OF INDUSTRY OF VARNISHES AND PAINTS IS IN THE ASPECT OF ECOLOGIZATION OF THEIR PRODUCTION**

In the article are considered theoretical and practical questions of ecologization public production and the features of forming of competitive potential of enterprises are described by industry of varnishes and paints in the aspect of ecological orientation of production. The external and internal factors of influence of acceleration of process are educed ecologizations of economic activity of branch enterprises and them functioning as ecological- economic system.

**Key words:** industry of varnishes and paints, ecologization, ecological subpotential, potential of competitiveness, model for the recreation of nature of managements, ecological- economic system.

© О. Овечкіна, О. Маслош

Надійшла до редакції 03.04.2012