

**С.Ю. Колотыгин (1 курс, каф. МБ), А.В. Гарбузюк (асп. каф. МБ),
Е.Р. Счисляева, к.э.н., доц.**

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКТОР КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИЙ

Экологическая политика все более активно реализуется в экономической стратегии развитых стран и крупных компаний. Она охватывает систему мер, направленных на рациональное использование природных ресурсов, их охрану и восстановление внутри страны и за ее пределами. Эта политика проводится как на уровне государства, которое устанавливает законодательные нормы в области охраны природной среды, так и на уровне компаний, которые берут на себя обязательства по соблюдению этих норм в своей корпоративной стратегии развития.

В мире разрабатывается и осуществляется целый комплекс мер, направленных на решение задач нового этапа развития. Он включает принятие природоохранного законодательства, внесения соответствующих изменений в налоговую систему, применение различных инструментов экологической политики. В результате осуществления концепции устойчивого роста происходят глубокие изменения в структуре национальной экономики, ускоренно внедряются передовые ресурсы сберегающих технологий, формируются новые отрасли нового производства. Все это приводит к снижению издержек производства. Привлекательными в качестве объектов инвестиций оказываются отрасли, попадающие под наиболее жесткое экологическое регулирование. Есть все основания полагать, что в дальнейшем эти тенденции будут только усиливаться, поэтому экологический фактор должен стать одним из важнейших при разработке стратегии повышения конкурентоспособности России.

В нашей стране сложилось мнение, что учет экологического фактора – это исключительно затратное мероприятие, которое может лишь снизить конкурентоспособность государства и компаний. Справедливости ради заметим, что даже в развитых странах, где уже осуществляется экологическая политика, на этот счет существуют достаточно противоречивые мнения. Однако учет экологической составляющей в экономической деятельности может быть выгодным и в масштабах отдельных стран, и для конкретных фирм. Жизнь свидетельствует, что природоохранные мероприятия способны даже повысить конкурентоспособность отраслей и отдельных компаний.

Одной из важнейших причин учета экологического фактора бизнесом служит появление новых возможностей для компаний. Бизнес рассматривает экологическую составляющую в своей деятельности уже не как помеху развитию и неизбежные издержки, а все больше как сферу дополнительных возможностей, новое средство повышения конкурентоспособности.

Мероприятия по охране окружающей среды часто приводят к прямому снижению издержек производства благодаря сокращению производственных затрат, минимизации потерь и переработке отходов. Меры по экономии сырья и энергии становятся выгодными для компаний и укрепляют их конкурентные позиции.

Однако для целого ряда «грязных» отраслей с высокими экологическими издержками (добывающие, химическая, нефтеперерабатывающая, целлюлозно-бумажная) получение конкурентных преимуществ от соблюдения природоохранных мер гораздо более проблематично. Например, при создании современного металлургического предприятия стоимость очистных сооружений почти соответствует стоимости производственного оборудования. В таких производствах соблюдение экологических требований повышает себестоимость продукции на 30...40%. Но и в этих отраслях все сильнее ощущается давление со стороны потребителей, требующих повышения

экологических характеристик производственных процессов. Ужесточение экологических законодательств, применение мер экономического регулирования способствует уходу с рынка компаний, не способных выдерживать высокие экологические стандарты.

Тенденцией 90-х годов можно назвать новый подход, в соответствии с которым фирмы пересматривают влияние их продукции на окружающую среду в течение всего жизненного цикла товаров, начиная с момента их производства до утилизации после выхода из употребления (концепция “from cradle to grave”).

Практическим доказательством того, что благодаря учету экологии компании могут повысить конкурентную способность, является участие многих крупных компаний в программах по снижению уровня загрязнения, позволивших одновременно снизить издержки производства. Так компания «Шеврон» реализует программу Smart (экономия денег и снижения загрязнения), «Тэксако» – WOW (ликвидация отходов).

Бизнес разрабатывает и эффективно применяет целую систему своих собственных инструментов экологической политики для достижения конкурентных преимуществ. Это не просто отдельные меры экологической политики, а формирование новой философии бизнеса. Экологические требования становятся неотъемлемой частью корпоративной стратегии наиболее передовых фирм и способствуют как продвижению новой продукции на мировом рынке, так и сохранению уже завоеванных позиций в мировой экономике.

Существует множество факторов, оказавших влияние на этот процесс. Это формирование новых ценностей в обществе, направленных на уважительное отношение к природе и выражающихся в росте спроса потребителей на экологически чистую продукцию в развитых странах; необходимость соблюдения постоянно ужесточаемых государственных и международных норм; экономические рычаги, которые являются, по-видимому, наиболее эффективным стимулом повышения экологических характеристик производства; забота о репутации компании, причем с точки зрения не только потребителя, но и государственных органов страховых компаний, банков-кредиторов.