

МАРКЕТИНГОВІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

В більшості держав світу енергозбереження вважається одним з головних пріоритетів енергетичної політики, до того ж актуальність підвищення ефективності використання топливно-енергетичних ресурсів у всіх без виключення секторах економіки з кожним роком стає все вище. Тому основним завданням українського уряду стає забезпечення відповідного рівня енергоефективності національної економіки як запоруки її конкурентоспроможності в світовому масштабі та, внаслідок цього, політичної незалежності від інших країн.

Аналіз ринку енергозберігаючих технологій свідчить про значний інтелектуальний потенціал, який на жаль не використовується на маркетингових засадах. Технології, що пропонуються до використання, не відповідають реальним запитам ринку і, як наслідок, не знаходять впровадження. В результаті цього неефективно витрачаються величезні матеріальні й інтелектуальні ресурси. Основне завдання на шляху підвищення енергоефективності української економіки полягає в тому, щоб з однієї сторони зберегти інтелектуальний і творчий потенціал нації, а з іншого боку - забезпечити ринковий попит на нього.

За даними Міжнародного енергетичного агентства станом на кінець 2008 року енергоємність ВВП України складала 0,5 кг нафтового еквіваленту на 1 дол. США. Цей показник в 2,6 рази перевищує рівень енергоємності розвинених країн світу (0,21 кг на 1 дол. США). [1]. Протягом 2008 року енергоємність ВВП в Україні було дещо знижено. Це свідчить про підвищення активності України у впровадженні енергозберігаючих заходів. Перш за все це пов'язано з прийняттям низки законодавчих документів, які спрямовані на ефективне використання паливно-енергетичних ресурсів, зменшення обсягу їх споживання та імпорту.

Внаслідок цього на промислових підприємствах почали створюватися підрозділи по управлінню енергозбереженням, до основних завдань яких входила розробка енергопаспортів та програм енергозбереження, розробка питомих норм енергоресурсів на виробництво основних видів продукції, впровадження системи АСКОВ та встановлення новітніх приладів диференційного обліку енергоресурсів тощо. Але незважаючи на ряд прийнятих законодавчих і нормативно-правових актів та активізацію процесу енергозбереження на рівні підприємств, рівень використання потенціалу

енергозбереження є незадовільним. Однак управління інноваційним розвитком систем енергозбереження та впровадження енергозберігаючих заходів стає можливим лише за умов створення ефективного економіко-організаційного механізму господарювання, що базується на використанні інноваційного потенціалу енергозбереження (далі ІПЕ). Отже, постає питання щодо розробки механізму управління ІПЕ українських промислових підприємств на маркетингових засадах.

Аналіз літературних джерел показав, що підходи до визначення понять потенціалу підприємства і потенціалу енергозбереження досить різнобічні, існують значні розходження у формулюваннях. Концептуальну модель ІПЕ промислового підприємства вперше розробив російський вчений Тарасов В.В. Узагальнюючи дослідження вчених [2,3], сутність ІПЕ промислового підприємства визначимо як систему взаємопов'язаних поточних та перспективних, внутрішніх та зовнішніх можливостей, мобілізаційних здатностей керівників та персоналу підприємства до перетворення доступних вдатних ресурсів за допомогою впровадження інновацій з метою підвищення енергоефективності виробництва.

Важливим інструментом управління ІПЕ промислового підприємства в процесі організації енергозбереження є постійний моніторинг ринку енергозберігаючого обладнання та енергосервісних послуг. Аналіз ринку обладнання дає змогу зробити висновки про його перенасичення, високий рівень конкуренції та значне перевищення пропозиції над попитом. Якщо проаналізувати ринок енергосервісних послуг, то можна дійти висновків про протилежну ситуацію на ньому – попит на інтелектуальні ресурси енергозбереження значно перевищує пропозицію. Крім того, серед основних завдань спеціалістів в галузі енергозбереження здебільшого переважають розробка питомих норм та енергопаспортів, що вже давно не приносить істотного енергозберігаючого ефекту. Ця незбалансованість ринків енергозберігаючого обладнання та енергосервісних послуг є однією з головних перешкод на шляху енергозбереження. Отже, з метою підвищення ефективності використання топливно-енергетичних ресурсів необхідно збалансувати пропозицію та попит на вищезазначених ринках, що дасть змогу управляти ІПЕ промислового підприємства із урахуванням основних маркетингових засад, що в свою чергу сприятиме підвищенню ефективності використання цього потенціалу.

1. <http://www.rbc.ua/ukr/newsline/2009/03/27/523169.shtml>
2. Козловський В.О., Причепя І.В. Теоретико-методологічні підходи до визначення потенціалу підприємства/ Вісник Вінницького політехнічного інституту, № 3, 2007, с. 28-33.
3. Тарасов Вячеслав Васильевич. Управление инновационным развитием систем энергосбережения в промышленности : Дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 : Орел, 2002 179 с. РГБ ОД, 61:03-8/650-5.