

УДК 658.8

О.М. Антоненко, В.Є. ТитаренкоНаціональний університет “Львівська політехніка”
кафедра економіки енергетичних і хімічних підприємств та маркетингу**ЕНЕРГООЩАДНІСТЬ ЯК ФАКТОР
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

© Антоненко О.М., Титаренко В.Є., 2001

Описано місця перетину понять ефективного використання енергії з поняттям конкурентоспроможності підприємства. Виходячи з цього, визначено можливості впливу енергетичної ефективності підприємства на його конкурентоспроможність.

In given article it is described places of crossings of concepts of an effective utilization of energy with concept of competitiveness of the enterprise. Proceeding from it is determined opportunities of influence of power efficiency of the enterprise on his competitiveness.

Маркетингова та логістичні концепції, що ввійшли в наше життя з початком економічних реформ, використовуються у багатьох сферах діяльності, від малого і середнього бізнесу до великих корпорацій, акціонерних товариств, банків. Але тепер надзвичайно важливими стають питання, що напряму стосуються конкурентоспроможності, і одним із засобів досягнення світового рівня конкурентоспроможності є підвищення ефективності використання енергії.

Україна належить до енергодефіцитних країн, оскільки задовольняє свої паливно-енергетичні потреби за рахунок власних ресурсів менше ніж наполовину. Енергоємність валового внутрішнього продукту в Україні сьогодні вдвічі (а для деяких технологій і в чотири – п'ять разів) вища, ніж у промислово розвинутих країн. Тому стратегічною лінією державної політики у розвитку економіки і соціальної сфери стає енергозбереження. За наявних обставин знижується конкурентоспроможність продукції та послуг і збільшується проблема дефіциту енергії в паливно-енергетичному комплексі країни. Із зростанням цін на енергоносії ця тенденція буде підсилюватися. Одним із методів вирішення проблеми є зниження енергоспоживання за рахунок впровадження енергоощадних технологій. У сучасних умовах економія енергетичних ресурсів в Україні може виступати альтернативою нарощуванню виробництва теплової й електричної енергії. Реалізація енергоощадних заходів дасть змогу підвищити надійність енергопостачання і позитивно впливатиме на екологічну ситуацію в країні.

Для стеження за досягненням поставлених цілей необхідно мати систему, що дасть змогу вимірювати й оцінювати раціональність використання енергії. Системи енергоменеджменту надають таку можливість, більш того, вони можуть розвиватися далі і стати системами, у межах яких буде вестись вся робота з ефективного використання енергії. У багатьох відносинах системи енергоменеджменту подібні до систем екологічного менеджменту. Тому для багатьох компаній шлях до впровадження систем екологічного менеджменту і до відповідності вимогам міжнародних стандартів таких, як ISO 14001, починався із системи енергоменеджменту.

Кожна програма енергоефективності потребує інвестицій у технології, починаючи з простих, таких, як ефективніше інформування, і закінчуючи найскладнішими, що будуть передбачати зміни виробничих процесів. Для одержання фінансових ресурсів необхідно підготувати фінансове обґрунтування проектів. Тому методи оцінки інвестицій є дуже важливим питанням. Знання цих методів необхідно як розробникам виробничих процесів, так і керівникам, тому участь в обґрунтуванні повинні брати не тільки фінансові відділи підприємств. І, нарешті, дуже важливим є відкритість інформації, що демонструє постійне зацікавлення і підтримку керівництвом всієї програми з енергоефективності та забезпечує ефективний зворотний зв'язок із усіма працівниками, зацікавленими в досягненні поставлених компанією цілей.

Спектр проблем, що стоїть сьогодні перед промисловими підприємствами, досить широкий. Часті зміни законодавства, високий рівень інфляції, коливання валютного курсу – це тільки частина питань, що вимагають рішення, а користь від ефективного енергоспоживання підтверджується світовим досвідом, результатами досліджень, практикою. У глобальному масштабі енергозбереження вигідне усім:

- населенню – приводить до покращання стану довкілля, умов життя (зростання реальних доходів, нові робочі місця);
- державі – розширення бази оподатковування, зниження капітальних і поточних витрат, збільшення доходів;
- виробникам – зростання прибутку, завантаження виробництва;
- інвесторам – проекти і контракти з низьким ступенем ризику;
- енергогенеруючим організаціям – зменшення частки обсягів виробництва енергії на найменш ефективному устаткуванні, зниження потреби в монтажі нових установок;

Для промислових підприємств є цілий ряд й інших переваг:

- підвищення рентабельності;
- підвищення конкурентоспроможності за рахунок поліпшення співвідношення ціна-якість;
- збереження колишніх і створення нових робочих місць;
- можливість збільшення заробітної плати;
- можливість оптимально завантажувати виробничі потужності;
- вивільнення ресурсів для розвитку бізнесу, вкладень у соціальну сферу.

Вигоди від впровадження енергетичної стратегії можна згрупувати інакше. Ресурсами, що використовуються для поліпшення енергоефективності, є не тільки фінанси, але також час, рішучість і професійні знання, необхідні для поліпшення енергоефективності. Вигоди також не є одноразовими чи просто фінансовими. Вони можуть існувати рік за роком, і економія (щодо енергії, витрат та інших показників) реально вимірюється і розраховується. Отже, ці вигоди можна поділити на три групи:

- екологічні вигоди – зменшення негативного впливу на місцеву і глобальну екологію;
- виробничі вигоди – ефективність та робота компанії загалом, поліпшення роботи персоналу чи поліпшення якості продукції;
- фінансові вигоди – безпосередній фінансовий внесок (тобто зменшення витрат) у компанію.

Однією з переваг підвищення енергоефективності порівняно з іншими заходами з підвищення ефективності діяльності організації є одночасний вплив на обидві головні складові конкурентоспроможності. Залежно від обставин зовнішнього та внутрішнього середовища підприємство саме прийматиме рішення, як вигідніше використовувати ресурси, що вивільняються. Наприклад, за умови позиціонування підприємства та його продукції як цінового лідера доцільно залишати рівень якості незмінним і зменшувати собівартість продукції. Загалом енергоефективність впливає на конкурентоспроможність на двох рівнях: перший – це ефективність використання енергії у вибраному виді діяльності, другий – ефективність самого використання енергії. Перший рівень показуватиме, наскільки конкурентоспроможним є вибраний спосіб виробництва продукції та діяльності організації, другий – наскільки є конкурентоспроможним процес використання енергії.

Відобразивши вплив ефективності використання енергії, розглянемо стратегічний підхід до питань енергоефективності, і як він може допомогти в покращанні економічних показників. Він повинен передбачати розподіл відповідальності в компанії й отримання “корпоративної підтримки” програми з енергоефективності, оскільки всі працівники повинні розуміти вигоди від покращання енергоефективності. Без чітко визначеної енергетичної стратегії компанія не зможе розробити програму з енергоефективності. Енергетична стратегія повинна визначити загальні цілі щодо використання енергії, і тому повинна включати такі питання:

- закупівля первинних енергоресурсів;
- їх перетворення на підприємстві;
- розподіл і постачання;
- використання енергії;
- загальний розподіл відповідальності керівної ланки за використання енергії.

Стратегія не повинна бути сконцентрована тільки на вартості енергії. Вона повинна стати документом, що відображає те, як прийняті рішення вплинуть на енергоефективність. Енергетична стратегія повинна передбачати низку цілей, з якими буде порівнюватися робота підприємства, і встановлюватимуться задачі для її поліпшення. Стратегія починається з розробки корпоративного рішення про енергоефективність. Оголошення про прийняття корпоративної енергетичної політики демонструє те, що питання енергоефективності тепер є загальним для всіх. Стратегія передбачає розуміння необхідності і рішучість поліпшувати енергоефективність як частину філософії компанії. Енергетична політика повинна розроблятися для внутрішнього користування і використовуватися як документ для зв'язків з громадськістю.

Відповідальність за інтегрування енергоефективності у довгострокові плани і стратегію несуть всі рівні керівництва підприємства. Дуже важливим є виконання корпоративного рішення про енергоефективність після його прийняття. Якщо керівництво компанії вживатиме заходів, що не будуть відповідати корпоративному рішенню, то воно буде недоцільним. Компанія також повинна забезпечити виділення необхідних засобів для досягнення цілей корпоративного рішення і створення відповідної структури управління для виконання робіт. Існує також необхідність чіткого визначення обов'язків у питаннях, пов'язаних з використанням усіх видів палива та енергії. Енергоефективність повинна стати

частиною обов'язків кожного працівника, а визначений персонал повинен забезпечувати загальне керівництво чи відігравати координаційну роль. Розподіл обов'язків серед керівництва також необхідний з метою гарантії того, що енергоефективність буде розглядатися на найвищому рівні. Стратегія буде неефективна, якщо ми не зможемо контролювати хід її виконання. Моніторинг і оцінка результатів необхідні для надання інформації вищому керівництву про те, що вкладення в енергоефективність фінансового капіталу чи трудових ресурсів приносять реальний фінансовий і виробничий результат. Дані моніторингу також можуть використовуватися для порівняння показників роботи підприємства з установленими цілями з покращання енергоефективності. Встановлення цілей дає чіткі орієнтири для поліпшення енергоефективності як на всьому підприємстві, так і в його підрозділах. Енергетичні показники повинні регулярно переглядатися, а успіхи повинні стати надбанням усіх зацікавлених осіб на підприємстві та поза ним. Зацікавленими особами можуть бути акціонери, працівники, керівники, а також місцеві жителі, на життя яких впливає функціонування цього підприємства.

На державному рівні [2] при сприянні органів, що регулюють ту чи іншу галузь, потрібно встановити для керівників стандарти, нормативи і дати необхідні вказівки з використання енергії, що стосуються:

- раціонального спалювання палива;
- раціоналізації опалення, охолодження і теплопередачі;
- запобігання втрат тепла;
- використання викидного тепла;
- ефективного перетворення теплової енергії в електричну;
- зменшення втрат електроенергії.

Багато підприємств зможуть істотно скоротити енергоспоживання та обсяги відходів, що приведе до значної економії засобів, і підтвердить той факт, що покращання енергоефективності реально приносить вигоди. Тому на рівні підприємства доцільно вжити такі заходи:

- виконати оцінку фактичного стану енерговикористання, включаючи аналіз договірних відносин з постачальниками;
- інструментальне обстеження;
- на основі отриманої інформації скласти енергетичні баланси і визначити місця можливих втрат енергоресурсів;
- розробити план заходів щодо енергозбереження, оцінити витрати на впровадження при різних технічних рішеннях, визначити терміни окупності проектів;
- сформулювати рекомендації із впровадження на підприємстві сучасних засобів комп'ютерної диспетчеризації;
- виконати роботи із впровадження багаторівневих систем диспетчеризації енергетичного господарства;
- здійснити енергоаудит за участю працівників підприємства.

Відомо, що енергоємність промислового виробництва в США і країнах Західної Європи в середньому на 30 % менша, ніж в Україні. Використовуючи західний досвід економії енергоресурсів, скоректований з урахуванням вітчизняної практики, необхідно сформувати систему енергоменеджменту, яка дасть змогу:

- скоротити споживання енергетичних ресурсів на 10 – 30 % за рахунок низької капіталомісткості рішень;
- знизити собівартість і підвищити цінову конкурентоспроможність виробленої продукції;
- побудувати систему прийняття технічних рішень на базі об'єданого енергетичного і фінансово-економічного аналізу.

1. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. *Основы маркетинга.* – М.; спб.; К., 2000.
 2. Куликов В.Г. *Японский менеджмент и теория международной конкурентноспособности.* – М., 2000. 3. Лифиц И.М. *Теория и практика оценки конкурентноспособности товаров и услуг.* – М., 2001. 4. Портер Майкл Э. *Конкуренция.* – М., 2000. 5. Фатхудинов Р.А. *Конкурентноспособность: экономика, стратегия, управление.* – М., 2000.

УДК 338. 45: 664. 6

А.В. Дубодєлова, О.В. Юринець

Національний університет “Львівська політехніка”,
 кафедра економіки підприємства і менеджменту

МЕТОДИКА ВИЗНАЧЕННЯ ТА АНАЛІЗ ІНТЕГРАЛЬНОГО ПОКАЗНИКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ

© Дубодєлова А.В., Юринець О.В., 2002

Запропоновано систему показників і методику визначення інтегрального показника конкурентоспроможності кондитерських виробів. Апробовано методику та проаналізовано рівень конкурентоспроможності чорного шоколаду фірми “Світоч”.

A system of indexes and technique of an evaluation of an integrated index of confectionery workpieces competitiveness it is offered. Is approbation of a technique and analysis of a level of to black chocolate competitiveness of the "Switoch" corporation conducted.

Вирішальним фактором комерційного успіху будь-якої організації в ринковому середовищі є конкурентоспроможність її продуктів праці, тобто здатність краще ніж конкуренти задовольняти конкретні потреби споживачів. Конкурентоспроможність товарів і послуг – це складна, багатогранна категорія, яка характеризує відповідність їх властивостей і параметрів умовам ринку, конкретним вимогам споживачів. Конкурентоспроможність товарів можна визначити через їх порівняння з конкурентами-аналогами. Іншими словами, конкурентоспроможність – це поняття відносне, що чітко співвідноситься з конкретним цільовим ринком і часом продажів. Кількість параметрів, за якими визначається рівень конкурентоспроможності, залежить від виду та складності товару в технічному і експлуатаційному відношеннях, а також від точності оцінювання, мети дослідження та інших факторів.