

СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ ПІДПРИЄМСТВ У КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕНЕРГОЗБЕРІГАЮЧИХ ЗАХОДІВ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

Проаналізовано небезпеки та ризики, зумовлені проблемою високої енергомісткості економіки та енергозатратності соціальної сфери України в умовах зростання цін на енергоносії та обґрунтовано концепцію соціально-відповідального маркетингу у контексті реалізації організаційно-економічних заходів, спрямованих на мінімізацію негативного впливу дефіциту і підняття цін на енергоресурси на соціально-економічний розвиток регіону.

Ключові слова: *соціально-відповідальний маркетинг, енергозбереження, енергозберігальні заходи, економічна безпека, енергоресурси*

Проанализированы опасности и риски, предопределенные проблемой высокой энергоемкости экономики и энергозатратности социальной сферы Украины в условиях роста цен на энергоносители и обосновано концепцию социальноответственного маркетинга в контексте реализации организационно-экономических мероприятий, направленных на минимизацию негативного влияния дефицита и поднятие цен на энергоресурсы на социально-экономическое развитие региона.

Ключевые слова: *социальноответственный маркетинг, энергосбережение, энергозберігальни мероприятия, экономическая безопасность, энергоресурсы*

Dangers and risks, predefined the problem of high energycapacity of economy and expenses of energy social of environment of Ukraine in the conditions of price advance on power mediums and grounded conception of the socialresponsible marketing in the context of realization of organizational and economic measures, directed on minimization of negative influence of deficit raising of prices on energoresursi on socio-economic development of region are analysed.

Keywords: *socialresponsible marketing, energy-savings, energozberigal'ni measures, economic security, energoresursi*

Постановка проблеми. Все більш активна глобалізація в умовах обмеженості ресурсів ще більше актуалізує впровадження та розвиток соціально-відповідального маркетингу на різних рівнях ієрархії управління, особливо у стратегічні види економічної діяльності, до яких без сумніву відноситься енергетичний сектор.

Проблема енергозбереження є актуальною для України вже не перший рік, оскільки висока енергомісткість виробництва призводить до високої питомої ваги витрат енергоресурсів у структурі валових витрат на виробництво продукції, що загалом впливає на конкурентоспроможність більшості вітчизняних промислових підприємств, техніко-технологічна база яких сформована ще за часів Радянського Союзу та характеризується високим рівнем зношення (зношеність виробничих потужностей більшості промислових підприємств перевищує 60%). Практично аналогічна ситуація спостерігається і у житлово-комунальній сфері. Рівень споживання енергоресурсів через застаріле опалювальне та інше обладнання є високим.

Проблеми енергозбереження притаманні всім без винятку регіонам України, проте особливо гостро та актуально постає ця проблема у регіонах, які є високоенергозатратними. Розв'язання проблеми енергозбереження є важливим складником національної безпеки країни, передбачає пошук шляхів ефективного використання ресурсного забезпечення, впливає на підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Постановка проблеми енергозбереження та її вплив на конкурентоспроможність вітчизняної економіки неодноразово розглядалися у працях вітчизняних науковців. Зокрема, у працях Бабець І.Г., Давидової Л.Г., Буряка А.А., Піріашвілі Б.З. [2, 4, 6, 7] аналізуються фактори, які впливають на рівень безпеки в енергетичному секторі України, виявляються ймовірні загрози існування високої енергомісткості економіки та житлово-комунального сектора України, пропонуються заходи забезпечення конкурентоспроможності української продукції у таких умовах тощо.

Актуальність даної проблематики вимагає, щоб у процесі стратегічного планування використовувалися принципи соціально-відповідального маркетингу, які орієнтують на задоволення потреб споживачів з максимальним впливом на вирішення суспільно важливих проблем. На дослідження цієї концепції присвятили свої

праці Ф. Котлер, С. Захарова, С. Ебель, М. Браун, М. Берц, Д. Берре, В. Гордін, М. Сімановська, В. Мартинова та інші [9, 10, 11, 12].

Необхідність та ймовірні шляхи залучення фінансово-кредитних та інвестиційних ресурсів для розробки і впровадження енергозберігальних видів техніки і технології розглядаються у працях Вороновського Г.К., Денисюка С.П., Кириленка О.В., Стогнія Б.С., Шидловського А.К. та низки інших науковців [3, 5, 8].

Висновки та рекомендації, розроблені цими науковцями, є вагомими та беззаперечними. Проте, більшість з них носить довготерміновий та загальнодержавний характер. Враховуючи агресію основного постачальника газу (Росію) та тимчасове впровадження схем його реверсної перекачки з країн ЄС, часу на впровадження адекватних заходів органами державного управління є обмаль, а негативні соціально-економічні та політичні наслідки для економіки є відчутними вже протягом поточного року. Отже метою статті обрано – обґрунтування соціально-відповідального маркетингу підприємств у контексті реалізації енергозберігаючих заходів на регіональному рівні.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні рівень споживання енергії на опалення в Україні є в середньому у 7 разів вищим за середньоєвропейські норми, а енергомісткість валового внутрішнього продукту приблизно у 3,5 раза вищою порівняно з країнами ЄС. Це значно ускладнює в коротко- та середньостроковій перспективі конкурентоспроможність вітчизняного продукту на світових ринках, особливо головних складниках українського експорту – металу, продуктів хімічної та нафтохімічної промисловості, важкого машинобудування тощо. У свою чергу, це зменшить участь України у світовій торгівлі, обмежить можливість залучення іноземних інвестицій та технологій для модернізації економіки.

Спроби вирішення проблеми енергозбереження здійснювалися в Україні й на законодавчому рівні. Принципи стимулювання енергозбереження суб'єктами підприємницької діяльності, які передбачають пільги в оподаткуванні прибутку, який використовується на придбання і використання енергозберігальних технологій, прискорену амортизацію цих технологій тощо, покладено в основу Закону України “Про енергозбереження” №74/94, прийнятого ще у 1994 році [1]. Проте, реальні обсяги державного фінансування, передбачені регіональними програмами енергозбереження, не виконуються та, більше того, скорочуються.

В наш час використання маркетингу на підприємствах простежується переважно у спрощених формах для просування та реалізації своєї продукції на ринках. Проте, в сучасних умовах вважаємо особливо важливим впровадження концепції соціально-відповідального маркетингу в енергозбереження у соціальний сектор, бізнес середовище та владні структури, що дозволить мінімізувати енергозатрати, прискорити розвиток альтернативних видів енергії, зменшити обсяги шкідливих викидів у довкілля, виготовляти екологічно чисту продукцію, раціоналізувати використання обмежених ресурсів та кооперувати сторони для реалізації суспільно важливих проектів.

Відтак, існує нагальна потреба у прийнятті правових норм, які б, з одного боку, стимулювали суб'єктів господарювання здійснювати заходи щодо енергозбереження, а з іншого, – підвищували відповідальність цих суб'єктів за неефективне використання енергетичних ресурсів та вчинення правопорушень у цій сфері.

Можливі небезпеки та ризики, зумовлені проблемою високої енергомісткості економіки та житлово-комунального господарства України в умовах зростання цін на енергоносії та масштаби цих ризиків можуть проявитися у таких основних аспектах [8]:

1. Організаційний – зниження конкурентоспроможності вітчизняного виробництва як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках та реальних доходів населення призведе до зменшення рівня довіри населення до керівництва держави; погіршення основних показників розвитку економіки призведе до зниження рівня економічної безпеки України та посилення економічної і політичної залежності нашої держави від постачальників енергоресурсів.

2. Економічний – зростання цін на енергоресурси веде до збільшення рівня витрат на одиницю продукції підприємств тих секторів економіки, витрати на енергоресурси яких становлять вагомий частку у сукупних витратах на виробництво продукції. До таких секторів економіки, наприклад, у Львівській області належать: сільське господарство; обробна промисловість; будівництво; громадське харчування; транспорт. У структурі промисловості області енергозалежними є підприємства таких галузей, як: харчова промисловість; легка промисловість; виробництво деревини та виробів з деревини; целюлозно-паперова та поліграфічна промисловість; хімічна та нафтохімічна промисловість; виробництво будівельних матеріалів та скловиробів; машинобудування тощо. Це суттєво вплине на погіршення показників економічного розвитку області.

3. Соціальний – підвищення ціни на енергоресурси зумовлює зростання цін на товари та послуги, а це, в свою чергу, призведе до зниження реальних доходів домогосподарств.

Викладене засвідчує необхідність прийняття швидких рішень та здійснення заходів, спрямованих на мінімізацію негативного впливу дефіциту і підвищення цін на енергоресурси на соціально-економічний розвиток регіону.

Для України взірцем щодо здійснення заходів для вирішення проблем в енергетичному секторі може бути досвід Чеської Республіки. Ще на початку 90-х років чеським урядом були прийняті постанови, згідно з

якими на державному рівні були оголошені “Принципи державної участі в зниженні витрат палива та енергії в будинках і квартирах” та прийняті відповідні програми енергозбереження як на державному, так і на регіональному рівнях. В подальшому з 1991 року у Чеській Республіці щорічно приймалися Програми державних заходів зниження витрат енергії, які контролювалися Міністерством економічного розвитку, на реалізацію яких витрачались значні кошти. Структурні блоки цих програм, розроблені науковцями та підтверджені енергетичним аудитом, містять детальні технічні критерії і необхідні ліміти витрачання та економії енергії для промисловості та населення. Критеріями щодо розробки заходів цих програм є ініціативність та зниження енергомосткості у довгостроковій перспективі [8].

Корисним для вітчизняних органів державного управління є також досвід впливу на вирішення проблеми енергозбереження громадських та асоціативних структур (в тому числі недержавних) Чеської Республіки, які апробували у свою діяльність концепцію соціально-відповідального маркетингу та отримали хороші результати.

У 1992 році було створено Федеральне енергетичне агентство, якому було доручено підготовку та виконання Програми “Принципи державної участі в зниженні витрат палива та енергії в будинках і квартирах”, ініціювання та організацію заходів, спрямованих на економію витрат енергії і зниження енергомосткості економіки, створення консультаційної сітки, фінансових субсидій на утеплення приміщень, монтаж регулятивної та вимірювальної техніки, реалізацію демонстраційних проектів і надання безвідсоткових кредитів на будівництво об’єктів для використання відновлюваних і нетрадиційних джерел енергії [8].

Сьогодні мережа Енергетичних консультаційних та інформаційних центрів Чеської Республіки нараховує близько шістдесяті філій, які оснащені всіма необхідними засобами, що дозволяють раціонально та ефективно вести консультаційну діяльність у сфері енергозбереження. Важливу частину роботи державних та громадських асоціативних структур формує консультаційна діяльність і пропаганда прикладів вже апробованих рішень, їх технологічний та економічний аналіз, що сприяє підвищенню рівня готовності до прийняття заходів, спрямованих на економію енергії, на енергетичну оптимізацію на рівні міст і населених пунктів на регіональному рівні.

Вирішення проблеми стимулювання енергозбереження вимагає комплексного підходу до її розв’язання. Необхідними є економічні, політичні, соціальні та інші механізми стимулювання енергозбереження на регіональному рівні. Тому вважаємо, що на регіональному рівні органи державного управління повинні залучити до здійснення основних заходів щодо розв’язання (мінімізації негативного впливу) проблеми енергозбереження фінансово-кредитні інституції (в тому числі комерційні банки) та державні Фонди, які працюють у сфері надання фінансово-кредитної підтримки суб’єктам підприємницької діяльності та населенню; державні та громадські асоціативні структури, які займаються питаннями енергозбереження; підприємницькі структури, які працюють у сфері енергозбереження та наукові організації; засоби масової інформації тощо.

Зважаючи на те, що система заходів регіональних органів влади щодо стимулювання енергозбереження є дещо обмеженою, вважаємо, що є декілька альтернативних напрямів вирішення цієї проблеми.

1. Політика “невтручання”. Ця політика може застосовуватися регіональними органами влади у випадку відсутності достатніх фінансових можливостей для фінансування заходів, передбачених двома альтернативами. Проте політика “невтручання” призведе до негативних соціально-економічних та політичних наслідків (зниження конкурентоспроможності вітчизняної промисловості, зростання інфляції та погіршення іміджу влади). Варто також зазначити, що навіть за умови “невтручання” у розвиток ситуації регіональні органи влади повинні розробити та запровадити фінансові механізми захисту найбільш вразливих та соціально незахищених верств населення, організацій та установ області. Ці механізми повинні, насамперед, передбачати фінансові витрати на часткове відшкодування цим категоріям споживачів вартості спожитого газу (вже за підвищеною ціною) тощо.

2. Цільова фінансова підтримка проектів розробки та впровадження енергозберігальних технологій і устаткування. Очікуваною метою такої альтернативи є активізація роботи в напрямі модернізації (придбання нових чи заміни існуючих) основних фондів суб’єктів підприємницької діяльності енергозалежних галузей економіки Львівської області (а в подальшому – більшості галузей) та заміни опалювального обладнання і елементів конструкцій помешкань (вікон, дверей тощо) приватними домогосподарствами області.

Необхідними заходами для досягнення мети цієї альтернативи є:

- визнання у регіональних та місцевих програмах розвитку підприємництва інноваційних та інвестиційних проектів суб’єктів підприємницької діяльності, які спрямовані на придбання чи створення ресурсоекономних технологій, пріоритетними напрямками економіки з метою надання фінансово-кредитної підтримки таких проектів (включаючи відшкодування частини відсоткових ставок за комерційними кредитами, майнова фінансова порука при одержанні кредиту без наявності (часткової наявності) застави тощо) через регіональні фонди підтримки підприємництва. Фінансово-кредитна підтримка для фінансування проектів приватних домогосподарств може надаватися

- комерційними банками (відібраними на тендерній основі) із компенсаційним відшкодуванням процентних ставок за рахунок коштів місцевих бюджетів;
- директивний перегляд регіональних та місцевих програм підтримки підприємництва та внесення змін і доповнень до цих програм з метою цільового фінансування (часткового фінансування) інноваційних проєктів у сфері розробки та впровадження енергозберігаючих технологій у промисловості, житлово-комунальній сфері та приватних домогосподарствах. Цей захід є актуальним, оскільки перетворення ідеї у комерційну продукцію потребує як значних часових, так і фінансових витрат на розробку, популяризацію та її впровадження. Сьогодні у Львівській області на стадії розробки, патентування чи впровадження у промислове виробництво є низка інноваційних проєктів, апробація яких на промислових підприємствах та домогосподарствах сприятиме значному зниженню витрат домогосподарств та енергоресурсів у структурі собівартості одиниці промислової продукції. Фінансування (часткове фінансування) інноваційних проєктів дозволить довести до промислового виробництва низку розробок, що сприятиме також розширенню венчурної та підприємницької діяльності суб'єктів підприємництва інноваційної спрямованості, надання послуг у сфері енергозбереження тощо;
 - планування та формування запасів паливно-енергетичних ресурсів для сезонних потреб промисловості та сільського господарства з метою забезпечення стабільності цін на паливно-мастильні матеріали у періоди посівних та інших сільськогосподарських робіт та стримування, таким чином, зростання споживчих цін на сільськогосподарську продукцію.

Основними чинниками, які перешкоджають впровадженню заходів викладеної ініціативи, є недостатність фінансових ресурсів регіону для фінансування таких заходів, певна складність оформлення необхідних процедур (оскільки фінансування за рахунок бюджетних коштів передбачає проведення тендерів, погоджень проєктів на інвестиційних радах тощо) та необхідність постійного моніторингу і контролю як за джерелами витрачання коштів, так і за економічною ефективністю цих заходів.

Заходи такої альтернативи варто застосовувати у комплексі із заходами інших зазначених альтернатив, оскільки стратегічна роль перших полягає у стимулюванні “поштовху” до фінансування проєктів енергозаощадження, що в подальшому буде стимулювати й інші підприємства та населення області до впровадження ресурсоекономних технологій для зниження витрат та забезпечення конкурентоспроможності своєї продукції на ринку.

3. Формування інноваційної та ресурсозберігаючої ідеології. Метою цієї альтернативи є вплив на громадську думку для донесення до громадскості інформації з таких питань: вартість та тенденції зміни цін на енергоресурси у країнах ЄС та світу; рівень забезпеченості паливно-енергетичними ресурсами країн ЄС, світу та України; політично-економічні передумови зростання цін на енергоресурси в Україні; вплив подальшого зростання цін на енергоресурси та високої енергомісткості економіки і соціальної сфери на економічну безпеку України; необхідність розробки та впровадження енергозберігальних технологій, нетрадиційних та альтернативних джерел енергії у промисловості та житлово-комунальній сфері.

Суб'єктами реалізації заходів цієї альтернативи є державні та громадські асоціативні структури, які займаються питаннями енергозбереження. Їх роль полягає у реалізації таких заходів:

- здійснення роз'яснювальної роботи серед суб'єктів підприємницької діяльності та громадян про можливість одержання фінансово-кредитної підтримки для придбання ресурсоекономних технологій та про економічну доцільність здійснення таких заходів;
- проведення просвітницької роботи щодо політично-економічних передумов зростання цін на енергоресурси, що сприятиме зниженню соціальної напруги у суспільстві;
- ініціювання громадських слухань та обговорень із залученням засобів масової інформації з питань розвитку у регіоні енергозберігальних технологій, альтернативних та відновлювальних джерел енергії, популяризації суб'єктів підприємницької діяльності, які надають послуги у сфері енергозбереження;
- вироблення прогресивних показників нормування питомих витрат енергоресурсів населенням та підприємствами відповідних секторів економіки;
- стимулювання взаємодії співпраці у напрямі: влада – науково-дослідні установи – вищі навчальні заклади – промисловість (у такій співпраці роль вищих навчальних закладів полягає у розповсюдженні знань і нових технологій у сфері енергозбереження);
- підготовка проєктів змін до законодавчих актів та рішень місцевих органів влади, які стосуються стимулювання енергозбереження;
- ведення моніторингу процесів активізації суб'єктів підприємницької діяльності та населення щодо запровадження енергозберігальних технологій із доведенням такої інформації до органів влади та громадскості (в тому числі про енерговитратність та потенціал економії енергоресурсів в області) з метою вироблення подальших управлінських рішень у напрямі стимулювання енергозбереження.

Просвітницьку роботу, передбачену запропонованими заходами, необхідно активізувати якнайшвидше, особливо в період, коли окремі політичні сили спекулюють на проблемі негативних соціально-економічних наслідків дефіциту і підняття цін на енергоресурси, а це, передусім, веде до посилення соціальної напруги в суспільстві, недовіри до органів влади, формування інфляційних передумов тощо.

Водночас для реалізації заходів, передбачених цією альтернативою, потрібне забезпечення фінансовими та трудовими ресурсами.

Результатом реалізації заходів цієї альтернативи стане зростання рівня поінформованості громадян регіону щодо економічних та політичних аспектів дефіциту і підняття цін на енергоресурси, тенденцій подальших змін цін, щодо заходів, які здійснюються органами місцевої влади та громадськими організаціями у напрям вирішення (чи мінімізації негативного впливу) проблеми енергозбереження, можливостей, які мають суб'єкти підприємницької діяльності та громадяни щодо запровадження ресурсозберігальних технологій тощо.

Висновки. Реалізація заходів, передбачених викладеними вище альтернативами, на наш погляд, сприятиме вирішенню проблеми стимулювання енергозберігальних технологій на регіональному рівні. Водночас, низка викладених вище заходів потребують негайного втілення, а частина з них носить стратегічний характер та може реалізовуватися в міру наявності фінансових, кадрових та інших ресурсів, сформованості організаційно-правового інструментарію, кадрового забезпечення тощо.

На наш погляд, поєднання фінансово-кредитної підтримки та просвітницьких кампаній є оптимальним і регіональні органи державного управління повинні прагнути до здійснення викладених вище як економічних так і соціальних механізмів стимулювання енергозберігальних заходів на регіональному рівні, які, за принципами соціально-відповідального маркетингу, забезпечать формування корпоративної культури підприємств (населення і громадських організацій) і забезпечать синергетичний ефект, використовуючи досягнення науково-технічного прогресу.

Література

1. *Бабець І.Г. Головні чинники безпеки України в електроенергетичному секторі. Вплив глобалізації на формування та розвиток зовнішньоекономічних зв'язків України: Зб. наук. пр. за матеріалами V міжнар. наук.-практ. конф. 34 К.: Вид-во Української академії зовнішньої торгівлі, 2002. – С. 321–324.*
2. *Вороновський Г.К. Паливно-енергетичний комплекс України. – К.: НАН України, 2004. – 238 с.*
3. *Давыдова Л. Г., Буряк А.А. Энергетика: пути развития и перспективы. – М.: Наука, 1981. – 120 с.*
4. *Денисюк С.П., Кириленко О.В., Стогній Б.С., Шидловський А.К. Энергетика світу та України. Цифри та факти. – К.: НАН України, 2005. – 187 с.*
5. *Піріашивілі Б.З. Якою буде енергетична політика, таким стане наше життя. – К.: Віче, 2003. – С. 47-54.*
6. *Просович О.П. Інвестиційне забезпечення ресурсозбереження // Соціально-економічна ефективність державного управління: теорія, методологія та практика: Зб. наук. пр. за матеріалами щоріч. наук.-практ. конф. – Львів: ЛРІДУ УАДУ, 2003. – Ч.2. – С. 209-211.*
7. *Бортновський В.М., Кухта А.П. Энергетика світу. Огляд та аналіз тенденцій. – К.: 2003. – С. 40-41.*
8. *Пинда Ю.В. Соціально-економічні механізми стимулювання енергозберігаючих заходів на регіональному рівні / Т.Г. Васильців, Ю.В. Пинда // Вісник Львівської комерційної академії: Львів. – 2006. – Вип. 20. – С. 42-48.*
9. *Котлер Ф. Маркетинг – менеджмент / Ф. Котлер, К.Л. Келлер. – [12-е изд.]. – СПб.: Питер, 2008. – 816 с.*
10. *Грицина Л.І. Механізм формування корпоративної соціальної відповідальності в управлінні підприємством [Текст]: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04 / Хмельницький національний університет. –Хмельницький, 2009. – 25 с.*
11. *Зеленко О.О. Соціально-відповідальний маркетинг як невід'ємна складова соціальної відповідальності бізнесу / О.О. Зеленко // Економічний простір. -2009. -№19. -С.118-123.*
12. *Калінеску Т.В. Використання соціальної відповідальності для управління діяльністю підприємства / Т. В. Калінеску, О.О. Зеленко // Гуманізація соціального управління: Тези доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції 29 квітня 2008 р. –Х.: ФОП Александрова К.М., 2008. – С. 197–201.*