

УДК 621.8.03

М.М. Климчук

канд. економ. наук, доц.,

М.В. Шегда

аспірант

СОЦІАЛЬНО – ВІДПОВІДАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ НА ПІДПРИЄМСТВАХ БУДІВЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ: АКЦЕНТ НА ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ

У статті досліджено концепції соціально-відповідального маркетингу, сталого розвитку, «зеленої» економіки у контексті реалізації енергозберігаючих заходів на підприємствах будівельної індустрії. Визначено основні напрями вирішення проблем енергозбереження, які знаходиться в площині основних компонент цих концептів: економічної, екологічної та соціальної та надасть можливість ефективно формувати корпоративну культуру підприємств будівельної індустрії і забезпечити синергетичний ефект від використання новітніх еко-технологій, як в будівництві, так і в енергетиці.

Ключові слова: *еко-технології, «зелена» економіка, соціальна відповідальність, енергозбереження, соціально-відповідальний маркетинг.*

Постановка проблеми. Енергозбереження є домінантним вектором розвитку засад «зеленої» економіки, її сталості. Розробка та імплементація системних заходів політики енергозбереження надасть можливість підвищити конкурентоспроможність реального сектору економіки, забезпечить енергоефективність, енергонезалежність та безпеку країни [5].

Активізація глобалізаційних процесів в розрізі енергозбереження, як одним з пріоритетів визначає імплементацію та реалізацію основних концептів соціально-відповідального маркетингу на різних рівнях ієрархії управління комерційно-виробничою діяльністю підприємств будівельної індустрії. Адже, однією з проблем розвитку будівельної галузі є підвищення рівня ефективності діяльності, задоволення попиту споживача на будівельну продукцію, роботи

або послуги, що враховують сучасні тенденції розвитку ринку енергозбереження та еко-технологій.

Впровадження еко-технологій у будівельну галузь реалізується через призму використання екологічно безпечних будівельних матеріалів, а також новітніх технологічних рішень. Раціональність використання будівельними підприємствами еко-технологій обумовлюється: створенням конкурентних переваг на ринку будівельних матеріалів та послуг; зростання рівня ефективності діяльності підприємства; мінімізація енергетичного і екологічного впливу на оточуюче середовище та ін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вирішення поставленої проблематики у сфері енергозбереження та соціально-відповідального маркетингу досліджували науковці: Д. Давидянц, В. Жидков, Л. Зубова, О. Данилов, П. Костюченко, Г. Дзяна, Р. Дзяний, М. Климчук, П. Орлов, В. Якубсон.

Наукові доробки цих вчених є вагомими та беззаперечними, проте недостатньо повно висвітлено питання реалізації заходів енергозбереження на підприємствах будівельної індустрії в розрізі концепцій соціально-відповідального маркетингу, сталого розвитку, «зеленої» економіки.

Метою статті є дослідження та обґрунтування імплементації концепцій соціально-відповідального маркетингу, сталого розвитку, «зеленої» економіки у контексті реалізації енергозберігаючих заходів на підприємствах будівельної індустрії.

Основні результати досліджень. Будівельна галузь є однією з найважливіших сфер матеріального виробництва, оскільки бере участь у створенні основних фондів і має вирішальний вплив на НТП в усіх структурних компонентах національного господарства [8]. Тісний зв'язок будівництва з іншими галузями економіки демонструють цифри, що наведені в роботі [10]: будівництво споживає 15 % всієї промислової продукції, у т. ч. 60 % кабельних виробів, 90 % будівельних матеріалів, 50 % продукції лісової та деревообробної промисловості. Майже 70 галузей промисловості постачають ресурси, які є необхідними для будівельного виробництва.

За даними Держкомстату, у 2014 р. підприємствами України виконано будівельних робіт на суму 50,2 млрд.грн. Індекс будівельної продукції у 2014 р. порівняно з 2013 р. становив 78,3%. У січні–лютому 2015р. підприємствами України виконано будівельних робіт на суму 4,8 млрд.грн. Індекс будівельної продукції у січні–лютому 2015р. порівняно з відповідним періодом 2014р. становив 68,0% [10].

На думку автора [4], в динамічних реаліях сьогодення, як пріоритет визначається широкий спектр імперативів, що вказують на загальний закон, найважливіші принципи, керуючись якими виробничо-економічна система реалізує своє призначення. За результатами проведених досліджень запропоновано наступні імперативи розвитку підприємств будівельної галузі: інвестиційно-інноваційний, економічний, соціальний, управлінський, екологічний, які реалізують основні концепти енергозбереження, енергоефективності, впровадження еко-технологій та сталого розвитку економіки.

Питання розробки та впровадження політики енергозбереження і підвищення енергоефективності в Україні особливо актуальні в контексті енергобезпеки, енергонезалежності та сталого розвитку економіки країни [5]. О. Л. Данилов, П. А. Костюченко [2] зазначають, що енергозбереження - це система правових, організаційних, наукових, виробничих, технічних і економічних заходів, спрямованих не лише на ефективне використання первинних енергетичних ресурсів, але і на залучення до господарської діяльності для зниження вжитку органічного палива нетрадиційних і відновлюваних джерел енергії.

Світові тенденції дотримання постулатів сталого розвитку на принципах «зеленої» економіки покликані визначити вектори зростання, на основі ефективного використання природних ресурсів та енергозберігаючих технологій, зокрема й суттєвого підвищення енергоефективності будівель. Адже будівлі є одним з найбільших споживачів енергоресурсів. Їхня частка у загальному енергоспоживанні складає понад 40%[4].

За підрахунками спеціалістів у сфері «зеленої» економіки підвищення енергоефективності житла: реконструкція, гнучке проектування, створення будівель з нульовим рівнем шкідливих викидів; нульовим споживанням енергії та енергоактивних будівель надасть можливість скоротити енергоспоживання майже на 80% порівняно з традиційним проектуванням будівель й створити мільйон робочих місць [12].

На законодавчому рівні активно розробляються та імплементуються нормативно-правові акти щодо вирішення проблем енергозбереження в Україні.

Зокрема, 25 листопада 2015 р. на засіданні Кабінету Міністрів України схвалено проект розпорядження «Про Національний план дій з енергоефективності на період до 2020 р.», що розроблявся в тісній співпраці із європейськими та вітчизняними експертами і науковцями. З його прийняттям Україна отримала можливість запровадити європейську практику планування та прогнозування розвитку енергетики, реалізації політики підвищення енергоефективності [11].

Згідно з Планом, передбачено досягнення у 2020 р. національної індикативної мети щодо енергозбереження у розмірі 9% від середнього показника кінцевого внутрішнього енергоспоживання за період протягом 2005-2009 рр., що становить 6,5 млн. тонн нафтового еквіваленту. Крім того, Національний план дій визначає проміжну мету - у 2017 р. скоротити енергоспоживання в розмірі 5%.

Досягти цих показників планується шляхом реалізації заходів у чотирьох основних секторах кінцевого споживання енергії. Перший - побутовий сектор, у якому очікується найбільший ефект. Далі сектор послуг, до якого входить енергоспоживання бюджетних установ, а також у промисловості та транспорті.

Серед основних заходів: сприяння залученню інвестицій в термомодернізацію житлових будівель та у будівництво споруд з близьким до нульового споживанням енергії; адаптація стандартів палива та технологій його використання до європейських; запровадження сертифікації енергетичної

ефективності будівель, системи енергоаудиту та енергоменеджменту. Встановлення мінімальних вимог до енергоефективності будівель та енергоспоживчих продуктів (обладнання), забезпечення функціонування системи енергетичного маркування електрообладнання побутового призначення. Також забезпечення 100-відсоткового комерційного обліку споживання газу, теплової енергії та води і впровадження рахунків про оплату спожитої енергії з інформаційно-аналітичними даними щодо динаміки обсягів споживання енергії та комунальних послуг та ряд інших [11].

Прийняття Україною Національного плану дій з енергоефективності до 2020 р. є одним із основних зобов'язань в рамках імплементації Директиви 2006/32/ЄС щодо енергетичної ефективності кінцевого використання енергії та енергетичних послуг. Імплементація цього документа передбачена Угодою про Асоціацію в рамках реалізації Договору про заснування Енергетичного Співтовариства.

За сучасних формацій маркетинговий інструментарій використовують на підприємствах фрагментарно, зокрема лише для просування та реалізації своєї продукції на ринках. Однак, пропонуємо актуалізувати увагу на впровадження концепції соціально-відповідального маркетингу при розробці заходів енергозбереження в рамках реалізації Національного плану дій з енергоефективності на період до 2020 р., де виокремлено чотири основні сектори: побутовий, сектор послуг, промисловість та транспорт, що надасть можливість оптимізувати енергозатрати, прискорити впровадження альтернативної енергетики, зменшити обсяги шкідливих викидів у довкілля, виготовляти екологічно чисту продукцію, раціоналізувати використання обмежених ресурсів та кооперувати сторони для реалізації суспільно важливих проектів.

Соціальна відповідальність - це відповідальність підприємства за вплив своїх рішень та дій на суспільство та оточуюче середовище, що реалізується шляхом прозорості та етичної поведінки, яка узгоджується зі сталим розвитком, здоров'ям та добробутом суспільства; відповідає інтересам груп та заінтересованих осіб, відповідає чинній нормативній базі та відповідним

міжнародним зобов'язанням та є інтегрованою у діяльність та стратегії розвитку підприємства й здійснюється у повсякденній діяльності» [7].

Соціально-відповідальний маркетинг - це процес виявлення та задоволення потреб споживачів з урахуванням потреб суспільства.

Соціально - маркетингова діяльність підприємства має бути розрахована на задоволення довгострокових потреб та інтересів споживача, оскільки це може забезпечити успішну діяльність підприємства. Основні положення концепції соціально-відповідального маркетингу:

- споживачі віддають свою перевагу тим підприємствам, які виявляють турботу про задоволення їхніх споживчих потреб;

- корпоративної репутації та зміцнення позицій бренду, переваги серед конкурентів;

- залучення та утримання висококваліфікованих спеціалістів, підвищення морального стану працівників та продуктивності праці;

- формування інвестиційного авторитету компанії за рахунок збільшення прибутковості вкладень, утримання стійких фінансових позицій і залучення на цій основі додаткових інвестицій;

- встановлення балансу між задоволенням сучасних потреб і захистом інтересів майбутніх поколінь, враховуючи потребу в екологічно чистому довкіллі [9].

В контексті реалізації заходів енергозбереження щодо вирішення основних проблем в енергетичному та будівельному секторах корисним є європейський досвід.

У Європі в першу чергу розглядається питання виробництва енергії, що мінімізує негативний вплив на оточуюче середовище й надає можливість не залежати від кінцевих запасів викопного палива. Наприклад [13], Франція не має власних запасів нафти і природного газу, тому зацікавлена у використанні альтернативних джерел енергії. Натепер, 80% французької енергетики - атомна. Це надає країні енергетичну незалежність, а також низьку за європейськими мірками вартість енергії. Проте, атомна енергія не є абсолютно чистою, а її виробництво - безпечним, що обумовлює використання альтернативної

енергетики, як один з пріоритетів розвитку енергетичного комплексу сучасної Франції. Відповідно до європейської концепції енергоефективності, де зазначено, що енергозбереження може здійснюватися на різних рівнях, від місцевого до глобального. Так, наприклад, в університеті Pierre-Mendes-France був розроблений проект зниження шкідливих викидів, вироблених університетом. Він включав енергоаудит і подальші заходи щодо підвищення енергоефективності (модернізація кліматичних систем університету).

Одним з основних напрямів діяльності організації «Grenoble Alpes Metropole», є проект модернізації соціального житла. Зараз здійснюється капітальний ремонт житла, побудованого в період з 1945 по 1975 рр., що в перспективі може забезпечити зниження енергоспоживання цих будинків в 3 рази. 1975 р. обрано кордоном тому, що починаючи з цього року у Франції з'являються перші нормативні вимоги щодо енергозберігаючих показників житла. Основні заходи: зовнішня ізоляція фасадів; ізоляція даху; заміна вікон; модернізація системи вентиляції.

На думку директора з інновацій Scneider Electric К. Ріко, системи опалення, вентиляції та кондиціонування є одним з найважливіших ресурсів енергозбереження. Інновації, надають можливість регулювати ці системи в залежності від різних факторів реалізації заходів економного енергоспоживання [13].

Висновки. Отже, розробка та реалізація заходів енергозбереження в сфері будівництва має враховувати сучасні концепції сталого розвитку, соціально-відповідального маркетингу, «зеленої» економіки, що сприятиме вирішенню проблематики, яка знаходиться в площині основних компонент цих концептів: економічної, екологічної та соціальної.

Реалізація заходів енергозбереження, зокрема відповідно до Національного плану дій з енергоефективності до 2020 р. на принципах соціально-відповідального маркетингу, надасть можливість ефективно формувати корпоративну культуру підприємств будівельної індустрії і забезпечити синергетичний ефект від використання новітніх еко-технологій, як в будівництві, так і в енергетиці.

У процесі визначення стратегічних орієнтирів підприємств будівельної індустрії доцільно враховувати принципи соціально-відповідального маркетингу, що ґрунтуються на задоволенні потреб споживачів з максимальним впливом на вирішення суспільно важливих проблем.

Список літератури:

1. Давидянц Д.Є. До визначення понять «енергозбереження» і «енергоефективність» / Д.Є. Давидянц, В.Є. Жидков, Л.В. Зубова // Фундаментальні дослідження. - 2014. - № 9-6. - С. 1294-1296.
2. Данилов О.Л. Практическое пособие по выбору и разработке энергосберегающих проектов. / О.Л. Данилов, П.А. Костюченко – М.: МЭИ, 2006 г. – 668 с.
3. Дзяна Г.О. Соціально-екологічні аспекти реалізації державної політики у сфері енергозбереження України : [монографія] / Г.О. Дзяна, Р.Б. Дзяний ; Львів. регіон. ін-т держ. упр. Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. - Л. : ЛРІДУ НАДУ, 2010. – 205 с.
4. Климчук М.М. Імперативи розвитку підприємств будівельної галузі / М.М. Климчук // Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції: наук. журнал. – №.16 (5).- Х.: ХНТУ, 2015. – С.103-105.
5. Климчук М.М. Гносеологічний аналіз континууму поглядів на дефініцію «енергозбереження»: системний підхід / М.М. Климчук // Сталий розвиток економіки: міжнарод.науково-вироб.журнал. – № 3 (28).- Х. – 2015. – С.49-55.
6. Климчук М.М. Реалізація концепції «пасивного» будинку: економічний аспект / М.М. Климчук // Матеріали І-ої Міжнародна науково-практ. конф. «Перезавантаження будівництва: економіка, організація, менеджмент», (м. Київ 3-6 листопада 2015 р.)-К.: КНУБА-С.23-24.
7. Міжнародний стандарт із соціальної відповідальності ISO 26000. [Електронний ресурс]. –Режим доступу: http://csr-ukraine.org/ISO_26000.html.
8. Низомов С. Ф. Влияние отраслевой специфики строительных предприятий на организацию управленческого учета / С. Ф. Низомов // Аудит и

финансовый анализ. – 2010. – № 1. – С. 307 – 313.

9. Орлов П.А. Социально ответственный маркетинг: современные проблемы теории и практики / П.А. Орлов // Бизнес Информ. — 2010. — № 9. — С. 175-185

10. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

11. Урядом схвалено Національний план дій з енергоефективності на період до 2020 року - [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://www.kmu.gov.ua/control/publish/article?art_id=248658377

12. Green Growth Strategy Interim Report: Implementing Our Commitment for a Sustainable Future [C/MIN(2010)5, Paris, 27-28 May 2010]. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.oecd.org/greengrowth.

13. Якубсон В. Энергоэффективность и энергосбережение. Французский взгляд / В. Якубсон // Инженерно-строительный журнал -№1- 2010.- с. 11-12.

М.М. Климчук, М.В. Шегда

Социально-ответственный маркетинг на предприятиях строительной индустрии: акцент на энергосбережение

В статье исследованы концепции социально-ответственного маркетинга, устойчивого развития, «зеленой» экономики в контексте реализации энергосберегающих мероприятий на предприятиях строительной индустрии. Определены основные направления решения проблем энергосбережения, которые находятся в плоскости основных компонент этих концептов: экономической, экологической и социальной и позволит эффективно формировать корпоративную культуру предприятий строительной индустрии и обеспечить синергетический эффект от использования новейших эко-технологий, как в строительстве, так и в энергетике.

Ключевые слова: эко-технологии, «зеленая» экономика, социальная ответственность, энергосбережения, социально-ответственный маркетинг.

M. Klimchuk, M. Shegda

Socially-responsible marketing at the enterprises of the construction industry: focus on energy saving

In the article the concept of socially responsible marketing, sustainable development, "green" economy in the context of energy saving measures in enterprises building industry. The main directions of solving the problems of energy saving, which is in the plane of the main component of these concepts: economic, environmental and social and will provide an opportunity to effectively establish corporate culture enterprises of the construction industry and provide a synergistic effect of using the latest eco-technologies, both in construction and in the energy sector.

Keywords: eco-technology "green" economy, social responsibility, energy conservation, socially responsible marketing.

УДК 330.101:620.91-027.236

В.М. Дорошенко

аспірант

**ДЕРЖАВНЕ СПРИЯННЯ РОЗВИТКУ ІНФРАСТРУКТУРНОГО
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ
ЦИВІЛЬНОГО БУДІВНИЦТВА**

У статті досліджено проблему інфраструктурного забезпечення енергозбереження підприємств цивільного будівництва. Визначені напрями державного сприяння впровадженню інфраструктурного забезпечення енергозбереження підприємств цивільного будівництва, що передбачають врахування структурних компонент: кадрових, інформаційно-консультаційних, фінансово-економічних, нормативно-правових.