

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ЗА СЧЕТ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ ТРИГЕНЕРАЦИИ

Студент гр. 11308114 Комолов М. В.

Кандидат эконом. наук, доцент Гурина Е. В.

Белорусский национальный технический университет

В связи с обретением Республикой Беларусь независимости и с переходом к рыночной экономике, рыночным отношениям, проблема повышения конкурентоспособности продукции приобрела особое значение для экономики страны. Необходимость повышения конкурентоспособности продукции белорусских предприятий вызвано тем, что с развитием рыночных отношений на белорусский рынок хлынуло большое количество дешёвых товаров иностранного производства, а на международном пространстве многие отечественные товары оказались неконкурентоспособны.

Одним из методов повышения конкурентоспособности является снижение затрат на производство продукции. Снижая затраты - предприятие снижает себестоимость, и тем самым имеет возможность снизить уровень цен и повысить свою конкурентоспособность на рынке.

В условиях дефицита собственных энергоносителей и постоянного повышения цен на них, наиболее эффективным методом снижения себестоимости продукции является повышение энергоэффективности предприятий, особенно актуально для энергоемких производств (машино- и автомобилестроение, приборостроение, химическая и металлургическая промышленность) характерных для Республики Беларусь. Современный подход к проектированию и модернизации промышленных предприятий, с внедрением ресурсосберегающих технологий способен значительно повысить энергоэффективность предприятий, за счет снижения эксплуатационных затрат (теплоснабжение, вентиляцию) и затрат на электроэнергию. К числу таких технологий относятся тригенерация и рекуперация. Тригенерация – это процесс совместной выработки электричества, тепла и холода, а рекуперация - возвращение части материалов или энергии для повторного использования в том же технологическом процессе.

Используя данные системы, энергоемкие промышленные предприятия, смогут значительно снизить себестоимость конечного продукта, тем самым повысить свою конкурентоспособность на внутреннем и зарубежных рынках. Повышая конкурентоспособность, компания сможет повысить качество выпускаемой продукции и снизить цену, что непременно привлечет покупателей.