

11. *Фінансовий менеджмент. Підручник / За ред. А.М. Подєрьогіна. – К.: КНЕУ, 2005. – 536 с.*
12. *Paul B. Hickey, Sandra Bussey, Josef Petrie. Tax planning for you and your family /prepared by KPMG. Thompson Canada Limited.-2005.-340p.*

УДК 339.138(100):330.341.1:669.013

А.О. Касич

Кременчуцький державний політехнічний університет

МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ФАКТОР АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МЕТАЛУРГІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

© Касич А.О., 2007

Обґрунтовано необхідність використання методів міжнародного менеджменту для формування змісту інноваційно-інвестиційної стратегії розвитку металургійних підприємств із застосуванням міжнародного маркетингу, що дасть змогу ефективно використати ті можливості, які відкриває світова економіка. Крім того, досліджується стан зовнішніх ринків збуту металургійної продукції та визначаються основні тенденції їхнього розвитку.

In the article is motivated need to methods of international management for the motivation of contents innovation-investment development strategy of metallurgical enterprises an using international marketing that enables effectively to use that possibilities, which opens a world economy. Besides in article is researched condition of foreign markets an metallurgical to product and are defined main trends of their development

Постановка проблеми Необхідність комплексного аналізу ринків збуту металургійної продукції є важливим завданням наукових досліджень як на макро-, так і на мікрорівні наукових досліджень. З позицій макроекономіки треба зважати, що чорна металургія України є базовою галуззю, оскільки забезпечує понад 20 % від загального обсягу промислового виробництва. Визначальною залишається роль металургії і в структурі товарного експорту України. Частка металургійної продукції у експорті України в 2004 році становила 37,4 %, а в 2005 році – 38,9 %.

З позицій мікроекономіки, тобто з погляду кожного металургійного підприємства, визначення потенціалу росту ринків збуту є важливим для формування інноваційно-інвестиційної стратегії їхнього розвитку.

Розвиток машинобудування та приладобудування як основи високотехнологічного оновлення всіх галузей виробництва потребує відповідного рівня розвитку металургії. Металургія належить до пріоритетних галузей розвитку економіки України, однак цей статус не забезпечує створення реальних державних механізмів стимулювання інноваційних процесів. А отже, підприємства повинні самостійно вирішувати як поточні, так і перспективні завдання розвитку. За таких умов комплексний аналіз ринків збуту та оцінка потенціалу їхнього росту мають важливе значення у визначенні змісту інноваційно-інвестиційної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій Питання рекомендацій щодо виконання прогностично-аналітичного дослідження інноваційного розвитку окремих галузей, зокрема з позицій міжнародного маркетингу наведено в роботах [6, 11]. Стан розвитку світової металургії, металургійних підприємств активно досліджується в працях Д. Амелінга [1, 2, 3], Х. Байерле [4], М. Мехти [9] та інших. Так, Д. Амелінг [3] визначає, що основними факторами успіху Німеччини як виробника сталі є стійкий попит, інтернаціоналізація та активна технічна інноваційна діяльність. В.С. Козирев [8], досліджуючи тенденції розвитку гірничо-металургійного комплексу країн СНД дав оцінку потенціалу зростання виробництва в різних країнах регіону та зазначив, що обсяги мартенівського виробництва не зазнають, зокрема в Україні, значних змін.

Пошук перспектив розвитку інвестиційної діяльності та забезпечення виживання металургійних підприємств зумовлює активізацію інтеграційних процесів не лише в межах власної галузі, а й зумовлює злиття з машинобудівними, нафтопереробними підприємствами. Саме такі приклади досліджують Г. Краузе [9], С. Пашкеєв [12].

Узагальнення сучасних проблем функціонування та розвитку чорної металургії на прикладі Південної Кореї дало змогу автору [10] зробити висновок про те, що єдиним шляхом їх вирішення є розвиток передових технологій, що і вимагає від підприємств розроблення інноваційно-інвестиційної стратегії.

Формулювання цілей статті Виконати ситуаційний аналіз стану внутрішнього та зовнішніх ринків збуту металургійної продукції та визначити основні завдання інноваційно-інвестиційної діяльності металургійних підприємств.

Виклад основного матеріалу Дослідження та прогнозування стану освоєних та перспективних ринків збуту є вихідними умовами формування стратегії інноваційно-інвестиційної стратегії підприємства, оскільки:

по-перше, дослідження поточного та прогнозного співвідношення попиту та пропозиції на ринку товару дає змогу підприємству планувати розширення виробничих потужностей, а, отже, визначає обсяги реальних інвестицій;

по-друге, результати дослідження, передовсім закордонних ринків, є джерелом інформації про необхідність пристосування свого виробництва до вимог цих ринків, насамперед технологічних, асортиментних, тобто визначати зміст інноваційної діяльності.

Ринки продукції чорних металів належать до ринків, ситуація на яких швидко змінюється. Ці ринки потребують прогнозування, результати якого і є основою формування інноваційно-інвестиційної стратегії металургійних підприємств.

Враховуючи загострення конкурентної боротьби на світових ринках, маркетингові дослідження мають велике практичне та загальнодержавне стратегічне значення, причому необхідні комплексні маркетингові дослідження, які передбачають дослідження ринку і вивчення власного потенціалу підприємства порівняно з вимогами ринку і потенціалом наявних на ринку конкурентів.

Виконаємо маркетингові дослідження відповідно до відомих методик, тобто проаналізуємо загальний стан і тенденції розвитку металургійної галузі; країн, які є споживачами і виробниками продукції металургії; окремих фірм-виробників продукції.

Чорна металургія належить до галузей третього техніко-економічного укладу. Однак це галузь, рівень та масштаби розвитку якої, істотною мірою визначають конкурентоспроможність, потенціал подальшого розвитку економіки країни загалом. Розвиток чорної металургії, як і будь-якої іншої галузі, відбувається циклічно. Останні роки розвитку світового виробництва чорних металів є прикладом того, що економічне зростання є можливим і в базових галузях. Так, темпи щорічного росту світового виробництва сталі становили: 5,5% упродовж 1960–1970 років, 0,1% упродовж 1980–1985 років; – 0,5 % протягом 1990–1995 років; 2,4% упродовж 1995–2000 років та 5% в 2000–2004 роках [3]. Основною причиною зміни динаміки в 2000–2004 роках був високий попит на продукцію металургії, викликаний активізацією розвитку економіки багатьох країн світу, зокрема Китаю, Індії, країн СНД. Промисловий та будівельний бум протягом останніх чотирьох років зумовив збільшення світового сталеплавильного виробництва більше ніж на 200 млн.т/рік.

Динаміку обсягів експорту та імпорту сталевого прокату основних країн-виробників за 2003–2004 роки наведено на рис.1.

2004 рік був рекордним для чорної металургії. Світове виробництво сталі становило 1060 млн. т., що дало можливість галузі вперше за всю історію перевищити межу в 1 млрд. т. [3]. Відбулися зміни і серед складу країн-основних виробників металопродукції.

В 1999 році на перше місце з виплавляння сталі (124,3 млн. т.) вийшов Китай. В 2000 році її виробництво в Китаї досягнуло 128,5 млн., в 2005 році – 255 млн. т. Однак споживання сталі в 2003 році зросло ще більше, до 260 млн. т (25 % світового споживання), тому Китай змушений імпортувати високоякісну сталь та прокат [7].

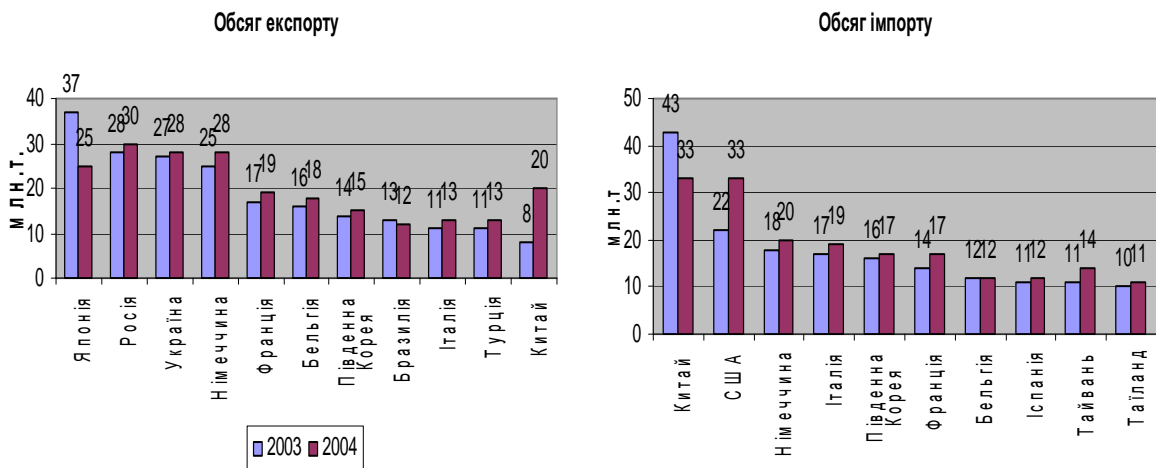


Рис. 1. Динаміка обсягів експорту та імпорту сталевого прокату основних країн-виробників за 2003–2004 рр. [3]

Наслідків не довелось довго очікувати і вже в 2005 році спостерігалось сповільнення або навіть скорочення темпів росту виробництва в країнах-основних виробниках металопродукції. За оцінками експертів [5] до кінця 2006 року на світовому ринку з'явиться близько 50 млн. т. надлишкового прокату з Китаю. У разі, якщо після 2008 року зростання ВВП Китаю знизиться на 2% (з 7 до 5%) [11], то це зумовить падіння обсягів споживання металу в Китаї. А, отже, в Китаї є ризику створення надлишкових потужностей, які і зможуть перетворити цю країну на потужного експортера. Структурно оптимізовані витрати зможуть забезпечити китайському виробнику вищу цінову конкурентоспроможність, порівняно, наприклад, з Україною.

За очікуваннями експертів [8] динаміка розвитку гірничо-металургійного комплексу країн СНД буде доволі помірною. В Азербайджані планується продовжити роботи щодо відновлення діяльності Сумгайтського трубного заводу; в Туркменії ведуться роботи над проектом будівництва першого в країні міні-заводу, Білоруський металургійний завод планує продовжити модернізацію виробництва, в Росії випереджувальними темпами зростало виробництво сортового прокату, листового прокату з покриттям.

Все це свідчить про загострення конкурентної боротьби як ринках країн далекого зарубіжжя, так і країн СНД. Саме тому існує ймовірність того, що іноземні металургійні підприємства почнуть активніше проникати на український ринок та конкурувати з вітчизняними підприємствами вже на внутрішньому ринку. Підтвердженням саме таких прогнозів є і той факт, що лише 15% [5] від виробленого металу українські підприємства реалізують на внутрішньому ринку.

В Україні Кабінетом Міністрів була затверджена Державна програма реформування гірничо-металургійного комплексу країни до 2012 р., відповідно до якої передбачається забезпечити стабільне виробництво до 2010 р. основних видів металургійної продукції: сталі – 40 млн. т., прокату – 33 млн. т. та сталевих труб – 3 млн. т.

Загострення ситуації на зовнішніх та внутрішньому ринку зумовлює необхідність забезпечення постійного моніторингу всіх процесів, які відбуваються як всередині країни, так і у світовій економіці.

Підприємства металургійного комплексу України постачають свою продукцію до 117 країн. Незважаючи на зростання обсягів експорту чорних металів та виробів з чорних металів, у 2005 році загальний обсяг виробництва галузі вперше за останні роки зменшився. Динаміку розвитку чорної металургії порівняно з іншими галузями наведено у таблиці.

Динаміка розвитку окремих галузей промисловості, %

Окремі галузі	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Промисловість взагалі	113,2	114,2	107	115,8	112,5	103,1
Легка промисловість	136,4	113,8	100,4	104	113,6	100,3
Металургія	121,3	104,9	103,9	114,3	112	98,5
Машинобудування	115,3	118,8	111,3	135,8	128	107,1
Хімічна на нафтохімічна промисловість	108,8	110,6	106,5	116,8	114,4	109,8

Побудовано за даними [14]

Отже, в 2005 році спостерігалось зменшення темпів зростання обсягів виробництва металургійної продукції, причиною чого стало скорочення експорту, зумовлене уповільненням розвитку світової економіки, а також появою на світових ринках додаткових експортерів. Саме це і зумовило збереження тенденції уповільнення зростання виробництва, яка спостерігалась вже наприкінці 2004 року.

Протягом 2005 року істотно змінилась структура внесків основних видів промислової діяльності у зростання промисловості загалом. Так, якщо у 2004 році металургія була серед галузей-лідерів і внесок її перевищував чверть загального зростання, то вже за підсумками п'яти місяців 2005 року він став від'ємним і залишився таким до кінця року.

Можливості скористатись піковими зростаннями попиту, реалізації продукції в стабільних умовах залежать від собівартості продукції. У періоди загострення конкуренції цінові характеристики набувають ще більшого значення. Враховуючи частку витрат на енергію в структурі собівартості продукції металургії, зростання цін на енергоносії істотно впливає на собівартість продукції металургії в Україні. Станом на 01.2004 року ціна на електроенергію в основних країнах – виробниках металургійної продукції становили: від 7,6 євро центів за 1 кВт год. в Італії та до 3,6 в Норвегії без ПДВ [2]. До останнього подорожчання цін на електроенергію в Україні вони становили, щоправда з ПДВ – 5,2 євроцентів. В структурі собівартості продукції металургійних підприємств, наприклад, в Німеччині питома вага витрат на енергію становить 28–30 %, витрати на сировину 51 %. Питома вага витрат на енергію в структурі витрат українських підприємств коливається в інтервалі 40–60%. А враховуючи прогнози зростання цін на газ та, відповідно, на електроенергію, найактуальнішим завданням української металургії є зниження енергоємності виробництва. Орієнтири тут також встановлені розвиненими країнами, яким за останні 40 років вдалось знизити енергоспоживання на 40%.

Сподіватись на те, що підвищення тарифів на електроенергію зумовить активізацію інвестицій в технологічне оновлення в напрямку зниження енергоємності виробництва не доводиться. Швидше за все, виробники будуть намагатись перекласти цю динаміку на споживачів металургійної продукції. Інших важелів зниження енергоємності в Україні держава не використовує. Відповідно лише той факт, що металургія основні обсяги виробництва спрямовує на світовий ринок, де діють закони світової ціни, може забезпечити зовнішні вимоги щодо технології та енергоємності.

Євроінтеграційні орієнтири розвитку України також істотно впливатимуть на перспективи розвитку металургії, однак цей вплив може бути неоднозначним. Так, укладаючи договір на вступ до ЄС, Польща взяла зобов'язання скоротити виробництво металопродукції за період 1997–2006 рр. приблизно на 10% [4]. Метою здійснених реформ є збільшення продуктивності, зниження витрат та підвищення якості продукції. З 15 тис. працівників, які працюють на підприємствах фірми Ispat, до кінця 2006 року залишаться лише 10400.

І все ж ринок світовий ринок металургійної продукції прогнозовано зростає. Так, наприклад, середньодушкове споживання сталі в Китаї [11] становить лише половину аналогічного показника в США та країнах ЄС. Порівняно з Японією він на 2/3 менше та становить четверту частину від показника Південної Кореї. А отже, цей ринок має значний потенціал. З іншого боку, якщо темпи

росту ВВП знизяться, то сформовані надлишкові потужності забезпечать Китаю на довгі роки статус експортера.

Прогнозоване збільшення попиту на продукцію на світовому ринку зумовлює збільшення інвестицій в металургію фактично в усіх країнах.

Особливістю сучасного етапу розвитку найбільших металургійних компаній є розширення системи міжнародного та глобального маркетингу, тобто перехід виключно від експортної діяльності до створення філіалів, спільних підприємств на території інших країн. Так, наприклад, американські металургійні компанії в XX столітті не створювали і не купували підприємства за кордоном. Однак загострення конкуренції на внутрішньому ринку США та початок приватизації сталеливарної промисловості в Східній Європі в кінці 90-х років стали поштовхом до придбання найбільшою компанією США “U.S.Steel” декількох підприємств в цьому регіоні [12]. Аналогічна стратегія реалізується й іншими підприємствами. Наприклад, компанія “ArcelorMittal” [15] за рахунок придбання акцій інших підприємств та інвестицій в розширення виробництва перетворилась на міжнародний концерн. Саме стратегія інвестицій у металургійні підприємства у всьому світі забезпечили компанії “Mittal Steel” лідируючі позиції (рис. 2).

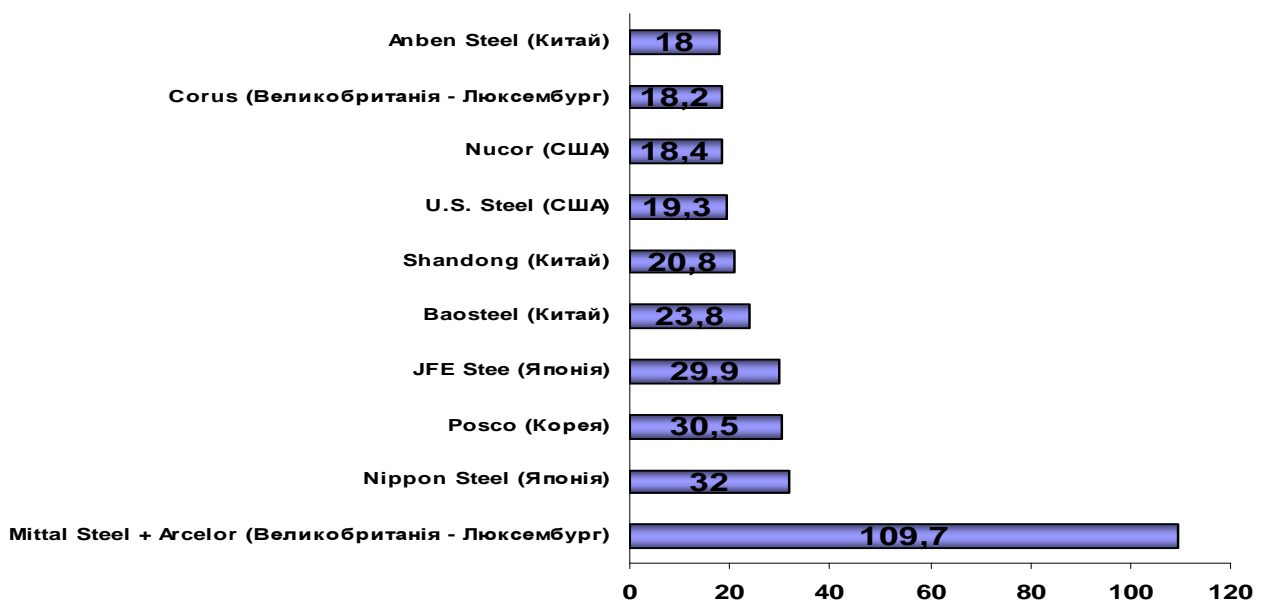


Рис. 2. Обсяг виробництва сталі найбільшими металургійними компаніями світу (побудовано за даними [12])

Окрім придбання підприємств, металургійні гіганти активно інвестують кошти в створення нових підприємств.

Не беруть участі в процесах міжнародного маркетингу інноваційних інвестицій українські металургійні підприємства.

Висновки та перспективи подальших досліджень Узагальнення тенденцій розвитку металургії у світі дає змогу визначити основні виклики, на які треба реагувати українським підприємствам.

1. Реструктуризація та консолідація виробництва призводить до скорочення кількості підприємств на ринку та їхнього укрупнення, а це означає, що конкуренція переходить на дещо інший рівень. Крім того, спостерігається розвиток процесів міжгалузевої інтеграції, коли металургійні підприємства об'єднуються в концерни з машинобудівними підприємствами. Саме так металургійні підприємства вирішують проблему тісної співпраці зі споживачем своєї продукції та завдання відповідності його запитам.

2. Поступове скорочення сировинної бази для розвитку металургії зумовлює зростання світових цін на необхідні компоненти. Наприклад, за 2004 рік світові ціни на коксівне вугілля та

залізню руду зросли на 50% і 20% відповідно. Як результат, спостерігається зростання витрат на виробництво продукції та реальною стає проблема дефіциту сировини.

3. Технологічна дозвільна здатність металургійного обладнання до модернізації та реконструкції визначає доцільність інвестицій на ці види заходів до певного рівня. Як результат великі компанії в розвинених країнах доволі часто старі підприємства, які недоцільно модернізувати, просто закривали.

4. Загострення конкурентної боротьби зумовлює необхідність удосконалення асортименту продукції. Компанії з розвинених країн намагаються піти з ринку дешевого прокату та переорієнтуватись на виробництво високоякісної листової сталі.

5. Світова металургія стикається з проблемою забруднення довкілля.

Єдиним вирішенням зазначених проблем є розвиток передових технологій, активне залучення працівників підприємств до пошуку реальних шляхів зниження собівартості продукції.

Враховуючи зазначені тенденції розвитку світової металургії, абсолютно зрозумілими є основні проблеми розвитку металургійних підприємств України:

по-перше, це проблема застосування застарілих технологій та, відповідно, енергоємності виробництва;

по-друге, це проблема собівартості продукції та застосування демпінгових цін під час експорту вітчизняних сталі, прокату;

по-третє, це проблема асортименту товарної продукції, який залишається традиційним і свідчить про слабкість позицій українських підприємств на ринках сталі електротехнічного призначення, білої жерсті, інших видів продукції.

Вирішення зазначених та переважної більшості інших проблем розвитку металургійні підприємства повинні вбачати у впровадженні сучасних енерго- та матеріалоощадних технологій у виробництво, що потребує значних інвестиційних ресурсів.

Отже, підприємства потребують розроблення та впровадження комплексної інвестиційної і навіть інноваційно-інвестиційної стратегії. Джерелом інвестицій для активізації інноваційної діяльності повинне бути правильне використання сучасного попиту на металургійну продукцію та трансформація отриманих коштів безпосередньо в технологічне оновлення.

Основними складовими потенціалу подальшого розвитку металургійних підприємств, з урахуванням інноваційно-інвестиційної складової, на нашу думку, є:

– близьке територіальне розміщення значних природних ресурсів, а саме родовищ чорних металів та вугілля, що може мати стратегічне значення, оскільки світова чорна металургія стикається з проблемою постачання високоякісними сировинними матеріалами.

– значні виробничі потужності, які ще забезпечують отримання певного прибутку, а тому головне завдання – забезпечити його адекватне інвестиційне використання;

– наявність достатньої кількості працівників високої кваліфікації, інноваційну активність праці яких необхідно стимулювати за допомогою всіх доступних заходів.

Подальших досліджень потребують питання порівняння прогнозів цін на сировинні матеріали для металургійного виробництва та цін на виготовлену продукцію, а також питання змісту інноваційної діяльності металургійних підприємств.

1. Амелинг Д. Ежегодная конференция Международного института черной металлургии. Мировая черная металлургия в хорошем состоянии // Черные металлы. – 2005. – №4, апрель. – С. 64–71. 2. Амелинг Д. Конкурентоспособные мировые цены на электроэнергию, необходимые для производства стали в Германии // Черные металлы. – 2005. – №10, ноябрь. – С. 68–73. 3. Амелинг Д. Факторы успеха Германии как промышленного производителя стали // Черные металлы. – 2005. – №9, сентябрь. – С. 51–56. 4. Байерле Х. Черная металлургия Польши: готовность к прыжку // Черные металлы. – 2005. – №7-8, июль-август. – С. 108–111. 5. Воловецкая А. Стальная неустройка // Бизнес. – 2006. – №13/27.03.06. – С. 81–82. 6. Гоголь Г.П. Міжнародний маркетинг: Навч. посібник. – Львів: Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, 2004. – 148 с. 7. Китайская народная республика в 2001–2003 гг. // Аналитические обзоры РИСИ.

Информационный бюллетень. – 2005. – №4(9). // www.riss.ru. 8. Козырев В.С. Горно-металлургический комплекс стран СНГ (некоторые итоги 2004 г.) // Черные металлы. – 2005. – №7–8. – С. 101–106. 9. Краузе Г. “Наши инвестиции направлены на рабочие места” // Черные металлы. – 2005. – №12. – С. 56–60. 10. Ку-Таек Ли. Светлое будущее черной металлургии Южной Кореи // Черные металлы. – 2005. – №5. – С. 81–84. 11. Мехта М. Китай – наибольшая угроза для черной металлургии // Черные металлы. – 2004. – №12, декабрь. – С. 52–53. 12. Паишеев С. Перековка // Бизнес. – 2006. – №34/21.08.06. – С. 58–62. 13. Пацута М.Т. Методичні рекомендації до прогнозування інноваційної діяльності в промисловості / М.Т. Пацута, В.М. Толстов, О.М. Кошдрашов та ін.: За заг. ред М.Т. Пацути. – К.: Наук. світ, 2006. – 73 с. 14. Промислове виробництво: підсумки 2005 року та прогнози I кварталу 2006 року // www.ukrstat.gov.ua. 15. Юнг Г. Качественная сталь с Адриатики // Черные металлы. – 2005. – №3. – С. 90–92.

УДК 658.7

В.Є. Качуровський*, В.П. Чайковська**

*Вінницький державний аграрний університет,

**Європейський університет, м. Київ

УПРАВЛІННЯ ЗАПАСАМИ У СИСТЕМІ ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ВАТ “ВІННИЦЬКИЙ ОЛІЙНОЖИРОВИЙ КОМБІНАТ”)

© Качуровський В.Є., Чайковська В.П., 2007

Теоретично та методологічно обґрунтовано основні положення системи управління запасами в логістичному менеджменті підприємства. Визначено основні показники, стадії процесу та параметри цієї системи. Також застосовано модель Ф. Гарріса щодо управління запасами на конкретному підприємстві, а саме ВАТ “Вінницький олійножировий комбінат”.

The article is devoted to a theoretical and methodological substantiation of substantive provisions of a control system by stocks in enterprise logistical management. The certain basic parameters, stages of process and parameters of this system. Also F. Garris model concerning storekeeping at the concrete enterprise.

Постановка проблеми. Управління запасами є ключовою активністю, що становить найважливішу сферу логістичного менеджменту фірми як з погляду трудомісткості, так і пов'язаних з нею витрат. Запаси в тому або іншому вигляді наявні упродовж логістичних ланцюгів і каналів, іммобілізуючи значну частину оборотного капіталу фірми. Запаси як економічна категорія відіграють важливу роль в сферах виробництва і обігу продукції.

Основною проблемою логістичного управління запасами є узгодження (координація) часто протилежної мети різних сфер бізнесу фірми (маркетингу, виробництва і фінансів) стосовно запасів. Укрупнено ця мета полягає у такому: менеджмент маркетингу зацікавлений в якомога вищому рівні задоволення споживачів за рахунок запасів, які швидко поповнюються і здатні швидко реагувати на зміни попиту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Економічна сутність запасів досліджується у величезній кількості робіт вітчизняних і зарубіжних авторів. Звертаючись, наприклад, до робіт К.В. Інютіної, Н.Д. Фасоляка, Є.А. Хруцького та інших вітчизняних авторів, зазначимо, що з переходом до ринкових відносин змінюється підхід як до змісту самого поняття запасів, так і до їхньої класифікації.

У термінологічному словнику з логістики матеріальні запаси (inventory) визначені як ті, що “знаходяться на різних стадіях виробництва продукції виробничо-технічного призначення, виробни народного споживання і інші товари, що очікують вступу до процесу внутрішнього споживання або