

ції дослідницької діяльності фірми, що відбивають різний ступінь функціональної особливості маркетингових досліджень. Так, у маленькій фірмі вся маркетингова діяльність покладена на одного спеціаліста. Можливе і відокремлення дослідницьких функцій шляхом покладання обов'язків по проведенню маркетингових досліджень на одного або декількох спеціалістів відділу маркетингу.

Далеко не всі українські підприємства використовують маркетингові дослідження. Так, 95% опитаних респондентів відповіли, що на підприємстві не проводяться маркетингові дослідження, 5% — відповіли позитивно, із них 3% проводили самостійно маркетингові дослідження і 2 замовляли дослідження в спеціалізованих фірмах або одержували результати досліджень з інших джерел [2]. Маркетингова проблематика підприємств носить різнобічний характер. Так, 80% респондентів підкреслили, що неможливо працювати в умовах ринку без маркетингових досліджень. Причини цього криються, по-перше, в нестійкості і непередбачуваності розвитку економічної й політичної ситуації в країні і, як наслідок цього, націленістю більшості фірм на забезпечення поточного прибутку, а по-друге, у відсутності позитивного досвіду проведення таких досліджень і недооцінки вітчизняними підприємцями їхньої корисності.

В основному маркетингова діяльність більшості українських підприємств проходить у "пасивному режимі" — розсиланні рекламних проспектів своєї продукції. Робиться це через торговельні палати відповідних країн. Але практика показує, що TV-реклама і видання різноманітних буклетів і рекламних листівок не дуже ефективні для висновку контрактів. Звідси, як наслідок, непередбачуваність і хаотичність українського ринку, велика кількість підприємств нерентабельних, що стоять перед проблемою надвиробництва, в той час як велика частина продукції псується на складах.

З усього сказаного вище випливає висновок про необхідність використання маркетингових служб і розробки відповідних маркетингових моделей для українських підприємств, що надалі допоможе перебороти економічну кризу в Україні.

Література: 1. Баширов І.Х. Ще раз до питання про місце маркетингу на вітчизняному підприємстві. //Маркетинг і реклама. — 2000. — №12. — С.36-41. 2. Волков О.І. Маркетингові дослідження. //Економіка підприємства. 1999. — №4. — С. 12-21. 3. Гурін В.Н. Маркетинг — це основа. //Маркетинг і реклама. — 1999. — №6. С. 37- 42. 4. Котлер Філіпп. Основи маркетингу: Пер. з англ. — М.: Ростінтер, 1996. — 698 с. 5. Еванс Дж., Берман Б. Маркетинг: Пер. з англ. — М.: Економіка, 1997. — 732 с.

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ МЕТАЛУРГІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 338.45:669(477)

Погорелов С.Г.

Гірничо-металургійний комплекс (ГМК) — одна з базових галузей вітчизняної економіки. Її частка в загальному обсязі виробленої продукції складала у 1999 році 23,5%, у 2000 — 24%. Експорт металу займає 35% в українському товарному експорті, загальна сума складала у 1999 році 4 293,5 млн. дол., у 2000 відповідно 40% та 6 млрд. дол. (згідно з даними Держкомстату, з урахуванням експорту труб, залізорудної сировини та концентратів кольорових металів).

ГМК забезпечує майже 40% всіх валютних надходжень до України. У цій галузі працюють та мають постійно зростаючу заробітну платню майже 0,5 млн. людей. Такий вагомий внесок ГМК у промислове виробництво та економіку країни, з одного боку, дозволяє оптимістично оцінювати стан справ у ГМК, з іншого — змушує прийти до висновку, що гіпертрофоване положення цієї галузі порівняно з іншими не є позитивним фактором розвитку народного господарства. Як відомо, у гармонійно розвинутих країнах (у тому числі з розвинутою металургією) вартісний об'єм випуску продукції машинобудування завжди більший за металургію. Навіть у такій орієнтованій на експорт країні, як Японія, експорт металопрокату не перевищує 15% його виробництва. В Україні ж, навпаки, 85% прокату експортується та лише 15% споживається всередині країни. Причому якщо західні країни прагнуть експортувати кінцеву, високо-рентабельну продукцію, то експорт України має стійку тенденцію до зростання частки напівфабрикатів та продукції низької переробки, яка є найбільш енерго- та матеріалоемною, а також найбільш екологічно проблемною.

Найближчими роками ГМК України залишатиметься "стратегічною" галуззю, швидкість розвитку якої, думку автора, визначатиме та викликати-ме аналогічні процеси в інших галузях. Але вже зараз виникають певні проблеми у самій галузі. Справа в тому, що більшість обладнання, встановленого на металургійних та інших підприємствах, уже переважно застаріле й потребує капітального ремонту, модернізації, а можливо, і повного онов-

лення. До того ж це застаріле обладнання дуже матеріало- та енергоємне. Наприклад, порівнюючи витрати енергії, палива, матеріалів на металургійних підприємствах Сполучених Штатів з українськими металургійними підприємствами, з'ясувалося, що на вітчизняних підприємствах вони у 1,5–2 рази вище, та при цьому українські металурги пропонують метали за цінами, нижчими від американських.

В Україні на технічне переозброєння гірничо-металургійного комплексу витрачалися кошти, які не перевищують 3–4% від собівартості виробленої продукції. А це значно менше, ніж у країнах з розвинутою металургією. За словами представників об'єднання "Металургпром" основною причиною відставання української металургії від металургії розвинутих країн є стійке старіння основних виробничих фондів. Сьогодні у нашій країні з перевищенням нормативного строку експлуатації працюють 87% мартенівських печей, 26% конвертерів та приблизно 80% електропечей.

За прогнозами фахівців, для успішного розвитку гірничо-металургійного комплексу України та структурної перебудови галузі необхідно здійснити інвестиції в основний капітал у сумі 18–20 млрд. грн. на період до 2010 року. За їх думкою, головними джерелами фінансування можуть стати іноземні інвестиції, державні субсидії та кредити на пільгових умовах [1, с. 256]. Не можна погодитись з такою думкою, бо, як показали останні роки, іноземні інвестори не дуже бажають вкладати гроші в економіку України, та ще й у таку капіталомістку галузь, як металургія. Із загального об'єму іноземних інвестицій за всі роки незалежності у металургію України було вкладено 8% коштів, що не відповідає місцю та ролі металургії в народному господарстві. Державні субсидії — це також не вихід з положення, бо постає питання: звідки країна візьме такі гроші? Звісно, що у тих самих прибутково працюючих підприємств металургії та інших галузей, ускладнюючи і без того нелегке їх становище!

Кредити на пільгових умовах не відіграють значної ролі в інвестиційному процесі, бо вітчизняні приватні банки не ризикують вкладати гроші на довгий термін, а у держави цих грошей просто в необхідних обсягах не має. Випуск же нових грошей у обіг призведе до зростання інфляції. За думкою автора, єдиний вихід з положення — це в першу чергу застосування власних резервів підприємств поряд із застосуванням державної підтримки.

Сьогодні з'явилися умови щодо вирішення проблем розвитку металургії України у зв'язку з виходом Закону про проведення економічного експерименту у гірничо-металургійному комплексі України [2 с. 338]. Цей експеримент, період проведення якого визначений з 1 липня 1999 року по 1 січня 2002 року, являє собою істотну фінансову підтримку вітчизняних підприємств металургії з боку держави. Дія цього закону за дуже короткий термін довела його ефективність та правильну стратегічну спрямованість на відродження металургії. Наприклад, якщо у другому кварталі 1999 року середня рентабельність продаж підприємств, які беруть участь у експерименті по пільговому оподаткуванню, складала 5,9%, то вже в другому кварталі 2000 року, тобто за рік проведення експерименту, вона підвищилась до 27,6%. У зв'язку з цим важливо проаналізувати проміжні результати проведення експерименту та з'ясувати його вплив на діяльність підприємств-учасників.

Перш за все, слід відзначити, що за кордоном, та й у нашій країні теж, багато спеціалістів розглядають його проведення лише як певну систему податкових пільг, вважаючи ці пільги невиправданими, зайвими та протекціоністськими, які до того ж завдають збитків державному бюджету. В дійсності економічний експеримент являє собою фінансовий механізм використання інвестиційних ресурсів країни. У США, наприклад, з жовтня 1962 року почали застосовувати так звану "знижку" на інвестиції. Компаніям було надано право скорочувати суму, яка підлягає податковому платежу, на 7% загальної вартості зроблених у тому ж році придбань виробленого у США обладнання зі строком служби не менше 8 років. Для обладнання, яке служить 6–8 років, податкова знижка зменшувалась до 4,66%, а при строкові 4–6 років — знижувалась до 2,33%. У подальшому податкова знижка досягала 10% та використовувалась як засіб антициклічного регулювання — її періодично то відміняли, то встановлювали в залежності від стану економіки [3 с. 5]. Фактично податкову знижку для підприємств, які здійснюють реінвестицію прибутку у виробництво, можна розглядати як різновид державних інвестицій, які здійснюються за рахунок державного бюджету.

При розробці програми дій у металургії України був використаний розглянутий вище

підхід, з тією лише різницею, що частка потенціальних податкових платежів у розмірі суми "пільг" підприємствам в обов'язковому порядку використовується для інвестування не в основний, а в обіговий капітал та в заходи відносно охорони навколишнього середовища. При цьому головним засобом перерозподілу коштів бюджету було обрано зниження податку на прибуток (з 30% до 9%, яку з 1 січня 2001 збільшили до 15%). Щоб отримати податкові пільги, підприємства повинні були підвищити рентабельність продаж та відповідно об'єм доданої вартості і прибутку.

За оцінкою Держкомпромполітики, балансовий прибуток підприємств ГМК за 2000 рік склав 6,7 млрд. грн., що значно перевищив аналогічний показник 1999 року. В цілому рентабельність досягла 18,3%, частка бартеру знизилась до 11% (у 1999 році вона складала більше 30%). Можна говорити про покращення фінансового положення галузі в цілому. За 2000 рік металурги скоротили борг за газ з 419 млн. грн. до 220 млн. грн., за електроенергію — з 438 млн. грн. до 400 млн. грн., по заробітній платі — з 225 млн. грн. до 120 млн. грн. Окрім цього, ГМК, незважаючи на наявність податкових пільг, збільшив платежі до бюджету на 44% — до 1,86 млрд. грн. порівняно з 1999 роком, до Пенсійного фонду на 38,5% — до 615 млн. грн. відповідно. В металургії практично ліквідували дефіцит обігових коштів: якщо в кінці третього кварталу 1999 року він становив 4,77 млрд. грн., то до кінця 2000 року він скоротився приблизно до 250 млн. грн., кредиторська заборгованість галузі дещо зросла: з 12,8 млрд. грн. до 13 млрд. грн., тоді як дебіторська — з 5,8 млрд. грн. до 8,1 млрд. грн. Фінансове оздоровлення ГМК дозволило підприємствам збільшити об'єм капітальних вкладень з 1,6 млрд. грн. у 1999 році до 2,35 млрд. грн. у 2000. При цьому більш 90% вкладень — власні кошти підприємств, тоді як частка банківського капіталу складає лише 3%. Керівництво Донецької області заявило, що за період проведення експерименту, вперше за останні 10 років, металургійні підприємства області проводили капітальні ремонти та модернізацію обладнання [4, с. 6]. Держкомпромполітики зобов'язав усіх керівників підприємств — учасників експерименту — профінансувати заходи щодо модернізації діючого та введення в експлуатацію нового технологічного обладнання за рахунок

використання отриманого прибутку в обсягах, рівних або тих, які перевищують обсяг пільгових коштів, з 1 січня 2001 року. Обсяг коштів, спрямованих на модернізацію, оцінюється у 450 млн. грн. кожен квартал, оскільки за підсумками четвертого кварталу у розпорядженні учасників експерименту у ГМК за рахунок наданих їм пільг залишилось 445 млн. грн. У відповідності з законодавством, ці кошти спрямовуються на поповнення обігових засобів (383,5 млн. грн.) та технічне переозброєння підприємств (62 млн. грн.) [5, с. 4].

Проведений аналіз засвідчує, що в результаті експерименту положення більшості підприємств покращилось, збільшилися платежі до бюджету, скоротилась заборгованість із заробітної плати. При цьому слід відзначити, що найгірше себе почувають ті підприємства, які мають досить незначний об'єм виробництва продукції та частку на ринку, практично зношені виробничі фонди, недосконалу систему менеджменту та маркетингу. Деякі з них після підведення підсумків проведеного експерименту доцільніше буде закрити або реструктурувати, як це було з Донецьким металургійним заводом. Додаткові фінансові ресурси підприємств, які було нагромаджено в результаті проведення експерименту, дозволять реалізувати наступні пріоритетні напрямки розвитку металургії на найближчу перспективу: реструктуризацію виробничого потенціалу, вирішення соціальних проблем, зменшення витрат виробництва та забезпечення стабільної прибуткової роботи підприємств, енергозбереження і вирішення екологічних питань, реалізацію інноваційних проектів. Крім цього, проведення економічного експерименту дало поштовх для розвитку ГМК, що є позитивним прикладом застосування податкових пільг, які можуть бути поширені на інші галузі промисловості, для забезпечення їх зростання.

Література: 1. Продуктивні сили України: прогноз розвитку й розміщення на період до 2010 року. Т. 2. — К.: РВПСУ НАН України, 2000. 2. Закон про проведення економічного експерименту у гірничо-металургійному комплексі України. //Відомості Верховної Ради. — 1999. — №38. 3. Деркач Д., Майорченко В. Состояние и перспективы развития черной металлургии на пороге XX века. //Металл Украины. — 2001. — №2. 4. Информации Интерфакс Украины. //Металл Украины. — 2001. — №8. 5. Информации Интерфакс Украины. //Металл Украины. — 2001. — №15.