

ту діяльності визначаються специфікою інвестиційної діяльності суб'єкта господарювання – здійснення залежних і незалежних проєктів, продукція, виготовлена в результаті реалізації яких або продається за межі підприємства, або споживається в технологічному процесі діючого підприємства, що дозволяє коригувати інвестиційні плани і забезпечує досягнення сталості його фінансового стану. Апробація запропонованих моделей оцінки впливу результатів інвестування в практиці господарської діяльності заводу “Буддеталь” ВАТ ДХК “Донбасшахтобуд” у 2006 році дозволяє стверджувати їх достовірність та значущість при прийнятті управлінських рішень з забезпечення підвищення підсумків господарювання промислових підприємств.

Джерела та література

1. Фіщенко О.М. Оптимізація фінансування інвестиційного проєкту на основі сітьових моделей // Наукові проєкти Донецького державного технічного університету. Серія: економічна. Випуск 49. – Донецьк, ДонНТУ, 2002. – 246 с. – С.163-174.
2. Біла Н.Г. Інвестиційна складова промислової політики // Науковий вісник. Одеський державний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. – Науки: економіка, політологія, історія. – 2006. - №1 (21). – 202 с. – С. 68-77.
3. Активізація і підвищення ефективності інвестиційних процесів на підприємствах / Хобта В.М., Попова О.Ю., А.В. Мешков: Монографія / НАН України. Ін-т економіки пром-сті. МОН України. ДонНТУ. – Донецьк, 2005. – 343 с.

Кобзева К.В.

ОСНОВНІ НАПРЯМИ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МЕТАЛУРГІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Вступ. Сучасний стан розвитку економіки України свідчить про те, що в нашій країні сформувалася економіка орієнтована на експорт. За даними Держкомстату на експорт поставляється до 80% прокату чорних металів, що дозволяє Україні виходити в першу десятку країн - експортерів цього виду продукції [2]. На сучасному етапі обсяги виробництва металу в Україні у декілька разів перевищують поточні потреби української промисловості тому стратегічним напрямком розвитку металургійних підприємств залишається іноземний ринок. З цих умов актуальною стає проблема удосконалення експортної діяльності металургійних підприємств.

Питанням експортної діяльності України надавали увагу такі вітчизняні науковці як В. Козик [3], А. Кредисов [4], Ю. Макогон [5], І. Майорова [6], Ю.Чентуков [7] та інші.

Постановка завдання. Необхідно дослідити глобальні тенденції розвитку світової торгівлі металопродукцією та визначити місце України у ньому; встановити на підставі аналізу літературних джерел напрями розвитку та удосконалення експортної діяльності металургійних підприємств.

Результати. Металургійна промисловість – основна експортна галузь України й головне джерело надходження іноземної валюти в країну, що дозволяє Національному банку України накопичувати валютні резерви, а уряду – виконувати зовнішні боргові зобов'язання. Головні експортери металургійної продукції в Україні – крупні інтегровані фінансово-промислові структури: «Індустріальний союз Донбасса», «Приват», «Смарт-груп».

Україна залишається ледве не єдиною країною, яка продовжує виплавляти сталь у мартенівських печах. Сьогодні цим методом виробляється близько 47% вітчизняного металу, собівартість якого на 5-10% вище, ніж у конверторах чи електродугових агрегатах. Для порівняння, у Росії цей показник дорівнює 23,7%, в іншому світі – 3,6%. Прогресивним методом безупинного розливання Україна виробляє лише 30% металу, тоді як у Росії – 52%, у світі – 89% [13].

Металургійний комплекс України містить у собі більш 400 підприємств, причому велику частину складає чорна металургія. За обсягами виробництва чорна металургія посідає перше місце серед промислових галузей економіки України. Обсяг продукції, яка виробляється нею, досягає 30% від загального виробництва в країні. Вона надає більш 40% валютних надходжень. У галузі зайнято майже 10% працюючих, тому чорна металургія має для України важливе економічне, і соціально-політичне значення [1].

На розвиток експортної діяльності України суттєво вплинули такі чинники:

- постійне зростання обсягів експорту в цінових і кількісних показниках упродовж усього періоду (за винятком 1998-1999 рр.);
- експортна спрямованість економіки України;
- перевага в товарній структурі експорту продукції з низьким ступенем обробки і досягнень науково-технічного прогресу (домінування сировинного експорту);
- перевага в географічній структурі експорту частки країн з відносно невисоким рівнем розвитку економіки (за рахунок обмеженого доступу до ринків країн ЄС і США);
- порушення антидемпінгових процесів проти українських експортерів металургійної продукції під час спроби прямого доступу на ринки країн СОТ [2].

Зовнішня торгівля металопродукцією посідає головне місце як за обсягами експорту, так і за коштами, які отримуються (табл. 1) [9].

Таблиця 1. Показники експорту металопродукції за 2003-2004 рр.

Стаття експорту	Експорт (млн.дол.США)		Темпи зростання, %	Частка у загальному експорті, %	
	8 міс. 2003 р.	8 міс. 2004 р.		8 міс. 2003 р.	8 міс. 2004 р.
Усього	14294,6	21011,4	147,1	100	100
Недорогоцінні метали і вироби з них	5366,9	8170,2	152,2	37,5	38,9
Чорні метали	4386,5	6619,3	150,9	30,7	31,5

За даними Міжнародного інституту чавуна і сталі (IISI), за дев'ять місяців 2004 року виробництво сталі в Україні збільшилося на 8,7% – до 763 млн. тонн. Слід зазначити, що серед країн-виробників сталі Україна, як і у 2003 році, знаходиться на сьомому місці. А за 9 місяців 2004 року Україна виробила 29 млн. тонн чорного металу, що на 6,4% більше ніж у січні, вересні 2003 року [11]. У 2005 році спостерігалось зниження обсягів експорту металопродукції, що пов'язано з кризовими явищами на світовому ринку металопродукції через перевиробництво сталі і збільшення пропозицій з боку Китаю. Україна у 2005 році практично втратила ринок Китаю, куди постачання металопрокату знизилася на 72,6% [12]. Крім того, скоротилися постачання в інші країни: південно-східної Азії – на 5,5%, почали зменшуватися обсяги експорту в Східну Європу – на 8,3%, Російську Федерацію – на 7,2%. Однак при цьому на 17,6% збільшився експорт у країни Євро-союзу, на 39,5% – до країн Близького Сходу [12].

У січні 2006 року сталевари втратили 63 % прибутку, рентабельність металургійної галузі знизилася вдвічі – до 8,8 %. У січні доповатковий прибуток металургійних підприємств знизився на 63 % з 773 до 287 млн. грн. Головні причини – погіршення зовнішньоекономічної кон'юнктури, погана погода, що перешкоджала транспортуванню продукції морем, і зростання цін на енергоносії в Україні, але металурги основні надії покладають на позитивні наслідки від визнання Сполученими Штатами економіки України ринковою [13].

Через падіння цін на ринках збуту, збільшення кількості католицьких свят і морських штормів, що перешкоджають планомірному відвантаженню продукції, у січні 2006 року чистий дохід підприємств чорної металургії знизився на 1,2 млрд. грн. з 6,23 млрд. грн. – до 5,027 млрд. грн. Зросли витрати на виробництво продукції на 5,4 коп. – до 92 коп. на 1 грн. продукції. З весни 2005 року істотно подорожчала залізна руда, кокс, на 50 % піднялися в ціні залізничні тарифи, а Нацбанк України підняв курс гривні, тим самим знизив прибуток експортно-орієнтованої металургійної галузі. До критичних факторів, що негативно впливають на собівартість, додалися труднощі з металобрухтом. За даними ВХО "Металлургпром", у лютому 2006 року було поставлено 336 тис. тонн залізних відходів, що складає лише 54 % від розрахункової потреби сталеварів у цьому ресурсі. Зростання собівартості продукції на тлі падіння цін на неї зробили свою справу. Рівень рентабельності металургійних підприємств, за даними ВХО "Металлургпром", у січні 2006 року скоротився з 15,6 % – до 8,8 % [13].

Для успішної діяльності українські металургійні підприємства мають враховувати світові тенденції розвитку металургії, серед яких особливо вирізняються:

- загострення конкуренції на світовому ринку в умовах стійкого спаду темпів приросту споживання металу;
- підвищення вимог до якості металопродукції;
- пріоритетний розвиток сталеварних технологій з метою створення гнучких високоефективних технологічних комплексів і модулів [7].

Аналіз основних тенденцій розвитку споживання конструкційних матеріалів показує, що сталь, як і раніше, залишається основним конструкційним матеріалом і 75% обсягів її світового виробництва припадає на 10 провідних країн (табл. 2) [7].

Британська аналітична компанія MEPS надала черговий прогноз світового виробництва сталевих продукції. За підрахунками експертів виплавка чорного металу в 2006 році зросте до 1 175 млн. тонн, що на 4,17% вище, ніж у 2005 році [13]. Нарощування обсягів виплавки буде здійснюватися, головним чином, у доменних печах, які у 2006 році вироблять 817 млн. тонн сталі. Ця технологія успішно суперничає із сучасними електродпечами, рентабельність яких залежить від коливання цін на металобрухт і електроенергію, а якість товару, що випускається, не досягає рівня доменного виробництва. Експерти стверджують, що більш 80% приросту у 2006 році забезпечать китайські підприємства. Через них, за прогнозами MEPS, вже в першій половині 2006 року ринок знову буде охоплений боротьбою з надлишковою пропозицією металу. З боку Азії почнеться тиск на ціни, а виробники з Євро-союзу, Північної Америки і Японії змушені будуть скорочувати обсяги виплавки, уступаючи місця на ринку Китаю. Як наслідок, очікується істотне збільшення обсягів торгівлі сталлю, що буде надходити з Азії до Європи та США. Під натиском Китаю виробництво сталі у 25 країнах ЄС за 2005 рік знизилася на 3,8% – до 186 млн. тонн. В іншій Європі обсяги виплавки у 2005-му році зросли до 31,9 млн. тонн, а у 2006-му, за прогнозом MEPS, збільшаться ще на 600 тис. тонн за рахунок уведення нових потужностей у Туреччині і Боснії. Виплавка сталі в Африці, що у 2005 році завдяки Єгиптові виросла на 1 млн. тонн – до 17,7 млн. тонн, продовжить збільшуватися [13].

Основними проблемами металургії України є: високий ступінь зношеності устаткування, його моральне старіння, низька якість сировини, нестабільність її постачання, низький обсяг споживання на внутрішньому ринку, малоефективна робота української фінансової системи, розрив традиційних коопераційних зв'язків як в Україні, так і з підприємствами Росії, проблеми з енергоресурсами.

Для вирішення проблем експортної діяльності на державному рівні пропонуються такі заходи: визначення основних напрямів розвитку галузі, коректування галузевої інноваційної політики, створення ефекти-

**ОСНОВНІ НАПРЯМИ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
МЕТАЛУРГІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

вної державної експортної стратегії та програми стимулювання експорту. Як один зі шляхів реалізації таких заходів, у 2004 році була розроблена і прийнята до виконання "Державна програма розвитку і реформування гірничо-металургійного комплексу на період до 2011 року". Основним очікуваним результатом від впровадження цієї програми прогнозується забезпечення щорічного виробництва готового прокату для внутрішнього ринку на рівні 10-12 млн. тонн та для експорту 15-20 млн. тонн. Що стосується ринків збуту української продукції, програма спрямована на розвиток співробітництва з країнами СНД, Близького Сходу, Південно-Східної Азії, експорт металопрокату до країн ЄС, США, Канади буде обмежуватися конкуренцією і цінами на світових виробників сталі [10].

Таблиця 2. Світове виробництво сталі, млн. т

Країна	2002 р.	2003 р.	2004 р.	2005 р.
Північна Америка	122,2	121,4	121,8	126,6
США	92,2	90,4	91	95,5
Канада	15,9	15,8	16,1	16,3
Мексика	14,1	15,2	14,7	14,8
ЄС(15)	158,7	160,3	163,2	166,5
Європейські країни разом	199,7	204,7	210,6	214,1
Китай	181,6	220,1	255	288,7
Японія	107,8	110,5	109,8	108
Південна Корея	45,5	46,3	47,3	49,2
Індія	28,8	31,8	32,8	33,9
Азія разом (за винятком Китаю, Японії, Південної Кореї)	59,1	63,3	64	66,1
Австралія і Нова Зеландія	8,3	8,4	8,9	8,9
Бразилія	29,6	31,2	32,2	31,5
Країни Латинської Америки (крім Мексики)	12,6	13,3	13,4	13,4
Латинська Америка разом	42,2	44,4	45,7	44,9
ПАР	9,1	9,5	9,3	9,5
Країни Африки	10,6	10,9	10,6	10,9
Країни Близького Сходу	17,7	18,6	19,4	20,4
Росія	59,8	62,7	64,6	67,2
Україна	34,1	36,9	39,3	39,9
Світ	903,4	964,1	1015,6	1065,4

Для українських металургійних підприємств актуальною стає ще одна проблема – металургійна промисловість Китаю, яка починає посідати лідируючі позиції на традиційних українських ринках збуту. Поширюючи виробничі потужності та знижуючи ціну на продукцію, китайські металургійні компанії здатні за декілька років витиснути українських виробників з азіатського ринку [11].

За прогнозами аналітиків, до 2010 року Китай наситить власний ринок і вийде на зовнішні ринки з різними видами металургійної продукції. Цей вихід, безумовно, буде мати істотний вплив на ситуацію на світовому ринку в цілому. Однак прогнозувати його обвал не слід. Пояснити таку ситуацію можна дефіцитом сировини – китайські металурги закуповують його в Австралії, Південній Африці, Бразилії і змушені будуть витримувати визначений поріг цін на свою продукцію.

Отже, щоб втримати Україні своє місце в сімці найбільших виробників сталі, металургійним підприємствам необхідно терміново приймати заходи щодо зниження ціни на свою продукцію. Для цього потрібно провести комплексний аналіз складових собівартості і пошук шляхів їх зменшення; здійснити інноваційні перетворення в технології, виробництві; постійне поліпшення якості і збільшення асортименту продукції, що випускається, може бути досягнуто шляхом аналізу світових ринків металопродукції з метою виявлення товарів, що користуються найбільшим попитом, виявити їх сильні сторони перед вітчизняною продукцією, визначити переваги українського товару, а також визначити необхідні заходи для досягнення максимальної якості продукції при незмінній ціні.

Пропонуються такі напрями розвитку експортної діяльності металургійних підприємств.

Організація заходів з освоєння нових та розширення існуючих ринків збуту, залучення нових споживачів металопродукції. Це можливо за умов підвищення конкурентоспроможності продукції шляхом покращення її якості, проведення роботи з її сертифікації згідно зі світовими стандартами, активізації маркетингової діяльності, створення спільних зовнішньоторговельних фірм, діяльність яких сприятиме розширенню кола потенційних споживачів експортованої підприємствами продукції, що приведе до підвищення обсягів експорту металургійними підприємствами.

Вдосконалення системи організації управління експортною діяльністю на підприємствах. У сучасних умовах потребують розвитку такі елементи системи – маркетингова стратегія збуту, підсистема транспортування продукції, економічного обґрунтування управлінських рішень у сфері експортної діяльності підприємств.

Реалізація заходів у зазначених напрямках приведе до підвищення ефективності експортної діяльності металургійних підприємств.

Сьогодні у світовій торгівлі виділяється декілька загальних тенденцій: транснаціоналізація, глобалізація та інтернаціоналізація економік країн світу. Україна також поступово приєднується до світового проце-

су глобалізації, однак для того щоб наші країни зайняли гідне місце серед розвинених країн світу, їй необхідно дотримуватися стабільності та відкритості економіки, низького рівня державного протекціонізму та корупції, зниження ступеня державного втручання до економічних процесів, підвищення ролі освіти у суспільному житті.

Висновки. Незважаючи на перелік проблем металургійної галузі, Україна, як сталевар, таки має сьогодні ряд переваг перед іншими виробниками. Країна має величезні запаси корисних копалин: залізної руди, вугілля, вапняку, доломіту, марганцю, кремнію і металобрухту. Крім того, до конкурентних переваг вітчизняних підприємств можна віднести доступ до портів, сусідство з європейськими ринками збуту. Україна володіє вагомою сировинною базою залізної руди і металобрухту. За рахунок раціонального використання цієї сировини при одночасному підвищенні ефективності застосування місцевих паливно-енергетичних ресурсів може бути досягнуто значне підвищення конкурентноздатності української металопродукції.

Металургійна промисловість є найбільш прибутковою галуззю української економіки. Хоча, металургійна галузь дуже шкодить екологію країни, але на сьогодні це єдина галузь яка забезпечує найбільшу кількість робочих місць, посідає головне місце за обсягами експорту металопродукції, валютні надходження з якого дозволяють виконувати боргові зобов'язання країни.

Структура експорту металургійних підприємств України в основному базується на металопродукції з невисоким ступенем переробки, яка користується високим попитом на світовому ринку, проте її експорт є менш ефективним, ніж експорт кінцевої продукції металургійної галузі. Порушення антидемпінгових процесів в країнах ЄС, США не дозволяє Україні високими темпами збільшувати обсяги експорту металопродукції на ринки цих високоприбуткових регіонів. Для того щоб Україні експортувати кінцеву продукцію металургійної галузі з високим ступенем якості, необхідно впроваджувати сучасні технології виробництва, проте це потребує значних грошових коштів. Тому важливими питаннями для металургійної промисловості є її фінансування, ким буде здійснюватися воно – на рівні держави, або – інвесторів, або – кредитування.

Отже, основні напрями підвищення експортної діяльності металургійних підприємств такі:

- інтеграція у світовий ринок металопродукції, підвищення частки української металургії у світовому поділі праці шляхом підвищення конкурентноздатності продукції;
- підвищення рівня захисту інформації та прав українських виробників;
- зосередження своїх експортних зусиль на найбільш перспективних географічних напрямках металургії;
- побудова системи стимулювання експорту;
- удосконалення методів аналізу та оцінки ефективності експортної діяльності металургійних підприємств;
- удосконалення системи кредитування експорту та експортного страхування.

Джерела та література

1. Горошко Ю. Внешнеэкономический аспект в развитии регионов Украины. Сборник тез доповідей VI Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів і молодих вчених. – Донецьк. – 2004. – С. 21
2. Дем'яченко А.Г. Методи аналізу і оцінки ефективності експортної діяльності металургійних підприємств: Автореферат дис. канд. економ. наук: 08.06.01/Приазовський державний технічний університет. – Маріуполь. – 2005–20 с.
3. Козик В., Панкова Л., Карпьяк Я., Григор'єв О., Босак А. Зовнішньоекономічні операції та контракти. Навч. посібник 2-ге видання, перероблене і доповнене. – Київ. – 2004. – 607с.
4. Кредисов А., Бабенко В. Политика стимулирования экспорта и ее основные инструменты // Экономика Украины. – 2003. – №2.
5. Макогон Ю. Внешнеэкономическая деятельность: организация, управление, прогнозирование: Підручник. – Донецьк. – Альфа-прес. – 2004.–344 с.
6. Майорова І. Інтеграція України у світовий простір на прикладі металургійної галузі Донецького регіону // Регіональна економіка. – 2003. – №4.
7. Чентуков Ю. Інтеграція України у світовий простір на прикладі металургійної галузі донецького регіону // Економіст. – 2005.– №6. – С. 60 - 63
8. www.iSteelAsia.com
9. www.ukrstat.gov.ua
10. Новости компаний // www.metal-forum.com.ua
11. Новости. Экономика // podrobnosti.ua
12. www.mneniy.net Укррудпром 28.07.2005
13. 2005 www.economica.com.ua

Лебедь Н.В., Лебедь М.В.

РАЗРАБОТКА РЕКЛАМНОЙ СТРАТЕГИИ

Международные рекламодатели в своей деятельности часто сталкиваются с проблемными вопросами при выведении рекламы на зарубежные рынки. В статье исследуется эффективность разработки международных рекламных кампаний, а так же три основных подхода к разработке рекламных стратегий, которые существуют в мировой практике – стандартизированный, локализованный и комбинированный, а так же возможности их использования в практике международных компаний.

Стратегия – это принципиальное решение того, как использовать ресурсы для преодоления “сопротивления”, мешающего достижению целей. Реклама не является исключением. Однако какое же сопротивление