

УДК 338.22.021.4

Хамініч С.Ю.*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри маркетингу
Дніпропетровського національного університету
імені Олеся Гончара***Гавриш А.К.***студентка
Дніпропетровського національного університету
імені Олеся Гончара*

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗБУТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ПРОМИСЛОВОГО СЕКТОРА УКРАЇНИ

THE FORMATION OF SALES STRATEGY AT THE INDUSTRIAL ENTERPRISES OF UKRAINE

АНОТАЦІЯ

Описано економічну діяльність та збутову політику на гірничо-металургійних підприємствах країни; охарактеризована сучасна ситуація, яка склалася на ринку металопродукції; оцінений обсяг експорту товарів країни у 2005–2014 році; проаналізовано зміни в індексах промислових цін за останній період та розроблений прогноз валютних надходжень від експорту продукції металургійного профілю в Україну у 2015 році.

Ключові слова: стратегія збуту, промисловий сектор України, промислова продукція, експорт, валютні надходження, економічна та політична ситуація в країні.

АННОТАЦИЯ

Описана экономическая деятельность и сбытовая политика на горно-металлургических предприятиях страны; охарактеризована сегодняшняя ситуация, которая происходит на рынке металлопродукции. Оценен объем экспорта товаров страны в 2005–2014 гг.; проанализированы изменения в индексах промышленных цен за последний период, а также разработан прогноз валютных поступлений от экспорта продукции металлургического профиля в Украину в 2015 году.

Ключевые слова: стратегия сбыта, промышленный сектор Украины, промышленная продукция, экспорт, валютные поступления, экономическая и политическая ситуация в стране.

ANNOTATION

This article examines the economic and sales policy of mining and metallurgical enterprises in Ukraine and describes the current situation that occurs in the steel market. Also were estimated total exports of the country in 2005–2014 and were analyzed the changes in the producer price index (PPI) for last period. The forecast of foreign exchange earnings from export of steel products also were described in this article.

Keywords: marketing strategy, industrial sector of economics, industrial output, export, foreign exchange earnings, economic and political situation in the country.

Постановка проблеми. Промисловість відіграє велике значення у функціонуванні економіки України. Досягнення і утримання ринкової та фінансової стійкості промислового сектора держави сприяє забезпеченню достатніх темпів економічного розвитку та маркетингової взаємодії регіонів. Тому в умовах зростання інтенсивності та глобальної спрямованості інформаційних потоків актуальним є дослідження економічних і маркетингових особливостей функціонування промислових підприємств країни, зокрема специфіку формування їхньої стратегії збуту.

Нині саме збутова політика набуває найбільш вагому роль у становленні стійкої конкурентоспроможності підприємства в умовах активної трансформації ринкової ситуації та нарощуванні підприємствами своїх виробничих потужностей. Тому основною метою будь-якого виробника є розробка стратегії та плану поведінки підприємства у майбутньому при постійних змінах як зовнішнього, так і внутрішнього середовища ринку.

Аналізуючи наукові дослідження, які були проведені як вітчизняними, так і зарубіжними експертами у сфері ефективного управління підприємством можна прийти до висновку, що існує нагальна необхідність у розробці та модернізації нових методів та підходів у організації чіткого механізму управління збутовою системою підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основні теоретичні та методологічні аспекти ефективно організації та управління збутовою діяльністю підприємств відображені в працях таких науковців, як Ф. Котлер та К. Л. Келлер [1], И. Шилько [2], А. Бездудна [3], С. Хрупович [4], В. Слабинський [5], В. Точилін, В. Венгер [6] та інших.

Недостатньо охоплені на сьогодні залишаються складні питання інноваційного оновлення управління гірничо-промисловими підприємствами на засадах маркетингу та ефективного використання інструментарію їхньої збутової системи, тим паче у час нестабільності економічної ситуації в країні.

Метою статті є розгляд та аналіз сьогоденних умов функціонування підприємств гірничо-промислового комплексу та визначення подальших напрямків розвитку їхньої збутової системи. З урахуванням зазначеної мети у статті поставлено такі основні завдання:

- проаналізувати сучасні умови, що склалися в Україні для функціонування металургійних підприємств;
- дослідити динаміку зміни експорту товарів України за період з 2005–2014 рр.;

– виявити зміну індексів промислових цін за 2014–2015 рр. з метою аналізу стану виробництва промислової продукції;

– розробити прогноз валютних надходжень від експорту продукції металургійної галузі в Україні станом на 01.01.2016.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економіка України значною мірою побудована на основі суспільного виробництва, розподілу та обміну. Це визначає її досить складну, диференційовану в часі та просторі структуру. Характерними ознаками такої структури виступають такі:

– активне використання важкої, енергоміської промислової індустрії, що має не досить високі значення технологічного укладу;

– низька маркетингова ефективність галузей, у тому числі з виробництва товарів народного споживання;

– низька дифузія інновацій та рівень комерціалізації нововведень при наявності галузей і виробництв, що забезпечують створення науково-технічних розробок;

– внутрішньогалузеві та міжгалузеві виробничі зв'язки, що не відображають достатнього рівня маркетингової бізнес-взаємодії партнерських підприємств.

На маркетингову діяльність металургійних та гірничих підприємств чинить вплив комплекс економічних і природних чинників, на виявлення сили та закономірностей впливу яких варто спрямувати увагу в цьому дослідженні. Безперечно, серед низки таких чинників варто виокремити плани щодо пошуку нових та налагоджених методів збуту в умовах сьогоденної гострої ситуації в Україні як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках металургійної продукції.

Проблематика ефективного управління збутом на підприємстві полягає саме у недосконалій організації діяльності служби збуту, а отже, і в її організаційній структурі, яка має містити узгоджені плани щодо кількості продажу та умов розвитку компанії у постійно змінному ринковому середовищі.

Загалом, сучасна система збуту має включати такі функції технічних служб:

1) Оновлення виробничого апарату. Технічна політика компанії повинна постійно узгоджуватися зі збутовим відділом, не забуваючи приймати до уваги існуючі та виникаючі потреби своїх споживачів.

2) Оновлення продукції. Організація повинна постійно шукати нові інноваційні методи та технології, які зможуть підвищити якість продукції та конкурентоспроможність компанії.

Як відомо, кінцевим результатом будь-якої діяльності підприємства є прибуток, який отриманий від реалізації виробленої продукції, тож одним із ключових питань стратегічного управління організацією стає розробка стратегії збуту.

Під збутом продукції розуміють доведення готової продукції до кінцевого споживача [7, с. 222-223]. У свою чергу, система збуту продукції включає в себе комплекс заходів щодо сприяння доведенню готової продукції підприємства до кінцевого споживача, у тому числі і пошуку даних споживачів. Для того щоб охарактеризувати особливості збуту в промисловому секторі України, необхідно дослідити сучасний стан та умови розвитку металургії в цілому.

Металургія належить до однієї із головних галузей промисловості України. На думку В.О. Точиліна та В.В. Венгера, у промисловому секторі гірничо-металургійної сфери функціонують 13 металургійних, 3 феросплавних, 14 гірничодобувних підприємств. Дослідники виокремлюють також серед економічних агентів зазначеної сфери певну низку партнерських підприємств, пов'язаних зв'язками із маркетинг бізнес-взаємодії, а саме: 12 коксохімічних, 13 з продукування вогнетривів, 20 метизних та 15 трубопрокатних підприємств [7, с. 70-71].

До настання кризового становища саме чорні метали та вироби з них займали одне із найважливіших місць у структурі українського експорту, тим самим забезпечуючи постійні інвестиції та валютні надходження до бюджету України.

Це пояснюється тим, що головною перевагою українського металу є надзвичайно велика сировинна база, яка ґрунтується на значних внутрішніх запасах коксуючого вугілля, марганцевої та залізної руд, флюсів та інших мінеральних ресурсів. Усі ці джерела дозволяють майже у повній мірі задовольнити потреби промислових підприємств у всіх видах стратегічно-необхідної сировини та матеріалів.

Зазначені факти підтверджують те, що дана галузь має безумовні переваги та економічну вагу у світовому товаристві та міжнародному виробництві і торгівлі металопродукцією, що дає змогу Україні щорічно потрапляти у ТОП-десятку світових виробників сталі з часткою в загальносвітовому випуску трохи більше 2%.

Однак такі події, як анексія Криму та втрата контролю над певною частиною промисловості Донбасу призвели до виникнення проблем як у сусідніх областях, так і на всій території країни. Усі ці моменти нанесли важкого удару по всім економічним параметрам, у тому числі і на промисловий сектор країни.

У більшості випадків експорт металу в Україні виконують великі бізнес-холдинги та заводи, використовуючи при цьому послуги транспортних компаній. Як відомо, металопродукція є специфічним товаром для перевезення, оскільки вона характеризується великою вагою та значною габаритністю. Тому найоптимальнішим транспортом для перевезення такого роду продукції є залізничний та морський транспорт. Саме залізничний вагон та вантажний корабель, на відміну від автомобільного транспорту, можуть вмістити у себе великі партії товарів, що є характерною умовою експорту.

У зв'язку із ситуацією, яка склалася на сьогодні в Україні, організація перевезень товару залізничним транспортом стає дуже проблематичною. Війна на Донбасі вже внесла корективи у роботу таких «китів» металургійного профілю як «Індустріальний союз Донбасу», «Метінвест» та «Донецькстал». Через військові дії, які мають місце у східних областях, були зруйновані більшість залізничних сполучень, через які реалізовувалася продукція у різні куточки країни. Так, наприклад, Індустріальний союз Донбасу не може поставляти свою продукцію і ресурси до своїх активів, які входять до його бізнес-портфеля. Через це велика кількість підприємств не може працювати на повну потужність і вдало реалізувати свою продукцію як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках. У той же час, після анексії Криму, Україна втратила великі можливості для експорту своєї продукції морським транспортом, поклавши все на плечі Одеського порту. Тому підприємствам металургійного комплексу України необхідно шукати нові ринки збуту та способи отримання ресурсів зі східних областей країни. А державі, після закінчення військового конфлікту, необхідно спрямувати значні інвестиції на реконструкцію залізничного транспорту та розвиток морського.

Для того щоб зрозуміти, як вдало позиціонувала Україна свою продукцію на зовнішніх ринках і яким попитом вона користувалася, необхідно проаналізувати обсяги експорту товарів за достатній проміжок часу. Дані значення зображені на рисунку 1.1 [8].

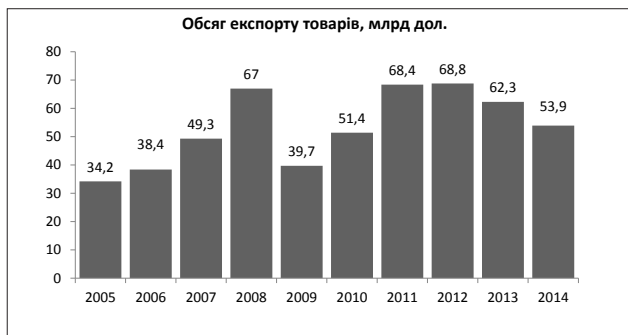


Рис. 1.1. Обсяг експорту товарів за 2005–2014 рр., млрд дол.

З рисунка 1.1 можна побачити, що обсяг експорту товарів у 2014 році впав майже на 14% (а це майже 9 млрд дол.) порівняно з попереднім роком. Це можна пояснити такою низкою фактів, як загострення політичного та економічного стану країни, повільний темп введення нових реформ та ситуацією на світовому ринку в загалі. Як показують дані Укрстату, найбільше падіння експорту припало саме на промисловість (приблизно 20%) та машинобудування (17%). На думку експертів, однією із головних причин, які спонукали до виникнення такої ситуації, є те, що головним споживачем україн-

ської продукції промислового призначення була саме Російська Федерація, тому у майбутньому часі стабілізація ситуації у даному секторі економіки залишається досі туманною.

Також для того, щоб проаналізувати стан, у якому перебуває виробництво держави, необхідно розрахувати індекси промислової продукції. За даними Держкомстату України, зміна індексів промислової продукції за місяцями у 2014–2015 рр. описується такими графіками (рис. 1.2).

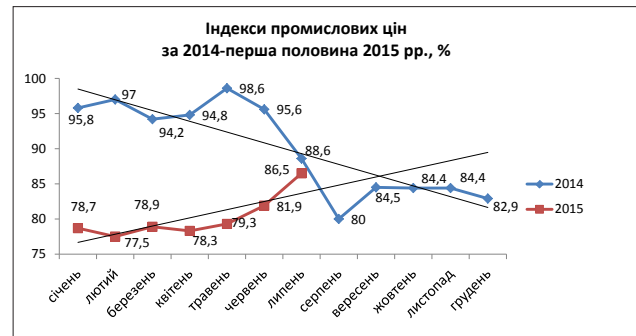


Рис. 1.2. Зміна індексів промислової продукції в Україні за місяцями у 2014–2015 рр. [8]

Аналіз даних показує, що зміна індексів промислової продукції у 2014 р. характеризується критичним мінімумом, який припадає на червень-серпень цього року. До кінця 2014 року ситуація змогла трохи стабілізуватися. Початок 2015 року показує, мабуть, одні з найнижчих показників за історію незалежності країни, однак уже з квітня індекс починає помірно зростати вгору. «За сьогоднішніх умов, які склалися у економіці країни є цілком обґрунтовані надії на те, що 2015 рік країна хоча і закрис з мінусом, однак він буде не таким великим, як на початку року. У 2016 році можливе навіть деяке зростання» – зазначає метало-торговий портал metalika.ua [9]. Тому вітчизняні підприємства мають враховувати такі тенденції з урахуванням відмінностей у регіональних особливостях на світових ринках.

Для того щоб модернізувати існуючі схеми збуту промислових підприємства та розробити прогнози щодо їхнього майбутнього функціонування на світовому ринку, необхідно визначити головні фактори, які впливають на їхню діяльність сьогодні, а саме:

- загострення політичної ситуації в країні – війна на Донбасі (руйнування інфраструктури на території Донецької та Луганської областей, що призвело до економічного спаду активності головних бізнес-груп промислового сектора України);
- зниження вартості сировини (ціна на залізничну сировину у світі на даний час падає, що є гарною можливістю для металургійного бізнесу закупати більш дешеві ресурси і тим самим підвищувати свою рентабельність);
- відмова підприємств від використання природного газу (віддається пріоритетність

Таблиця 1.1

**Прогноз валютних надходжень від експорту продукції
металургійного профілю в Україну у 2015 році**

Вид продукції	Рік оцінки, млн дол. США			Приріст, %	
	2013 факт	2014 оцінка	2015 прогноз (станом на 01.01.16)	2013/2014	2014/2015
Прокат	12 416	10 965	9 770	-11,7%	-10,9%
Чавун	823	743	605	-9,7%	-18,6%
Залізородна сировина	3 713	3 251	2 552	-12,4%	-21,5%
Труби	1 617	1 090	867	-32,6%	-20,5%
Всього	18 570	16 050	13 794	-13,6%	-14,1%

застосуванню інновації вдунання пиловугільного палива, аніж використанню більш затратного природного газу. Завдяки цьому методу підприємства зможуть зекономити витрати коксу, що у перспективі позитивно скажеться на їх прибутковості).

Як зазначалося вище, з точки зору макроекономічних показників, гірничо-металургійний комплекс України завжди залишався одним із головних джерел надходжень до бюджету. Однак, аналізуючи показники випуску та експорту металургійної продукції, можна побачити, що роль грошового флагману поступово забирає агропромисловий сектор України.

Незважаючи на таку тенденцію, промислова продукція України все ж таки намагається утримувати раніше займані позиції на світовому ринку як виробника і постачальника високоякісної, конкурентоспроможної продукції. Прогнози щодо надходжень валютних коштів від експорту металургійної продукції зображені у таблиці 1.1 [10].

Дані, які були відображені у таблиці, наштовхують на думку, що для того, щоб промислові бізнес-групи України змогли продовжувати своє функціонування за дестабілізаційних умов внутрішнього ринкового середовища, їм необхідно повністю перекваліфікувати свою діяльність, більшість зусиль якої будуть спрямовані на зовнішні ринки, а саме на експорт. Це є логічним і цілком відповідає принципам економічної доцільності. Однак необхідно розуміти, що хоча ситуація на Донбасі і погіршує стан економіки країни, але вона може дати поштовх для абсолютного нового, можна навіть сказати інноваційного розвитку промислового сектора та України в цілому. Адже після закінчення військових дій на Донбасі буде потрібна просто величезна кількість металопрокату для реконструкції інфраструктури регіону.

Висновки. Підсумовуючи, варто зазначити, що чорна металургія України сьогодні залишається однією із найбільш пріоритетних галузей економіки, яка досі володіє найбільш високим експортним потенціалом. Однак за сьогоднішніх умов кривого стану країни спостерігається спад виробництва. Для виходу гірничо-металургійного комплексу країни на передові позиції у світі необхідно постійно вводити у виробництво нові технології, сучасні інновації та шукати

технологічні прориви. Поряд з використанням відомих технологій та обладнання, що набули поширення у світовій практиці, необхідно повною мірою використовувати наявний в Україні науковий потенціал та роботи ставку на високоякісну, конкурентоспроможну продукцію. Саме тоді країна зможе повернути собі велич та знову здобути статус однієї з п'яти найкращих країн-експортерів металургійної продукції у світі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент : учебник. – 12-е изд. – СПб. : Питер, 2007. – 816 с.
2. Шилько И.С. Совершенствование управления системой сбыта продукции предприятия на основе взаимодействия маркетинга и логистики / И.С. Шилько // Перспективы науки и образования. – 2013. – № 1. – С. 164-170.
3. Бездудная А.Г. Планирование на предприятии в условиях неопределенности внешней среды / А.Г. Бездудная, В.Г. Лебедев // Вестник ИНЖЭКОНА. – 2013 – № 2(61). – С. 92-99.
4. Хрупович С.Е. Теоретичні підходи до організування процесу збути на підприємстві [Текст] / С. Хрупович, Т. Борисова // Галицький економічний вісник. – 2009. – № 2. – С. 57-61.
5. Слабинский В.В. Особенности сбыта промышленной продукции в современных условиях / В.В. Слабинский // Экономика, предпринимательство и право. – 2011. – № 4. – С. 21-26.
6. Точилін В.О. Вертикально-інтегровані структури гірничо-металургійного комплексу. Україна: стан та напрями розвитку / В.О. Точилін, В.В. Венгер // Економіка і прогнозування : науково-аналітичний журнал. – Київ : Національна академія наук України, Інститут економічного прогнозування. – ISSN 1605-7988. – 2008. – № 3. – С. 70-85.
7. Наумов В.Н. Развитие принципов маркетинга взаимодействия для управления каналами сбыта // Проблемы современной экономики. – 2008. – № 2. – С. 222-226.
8. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
9. Метало-торговий портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.metallika.ua/>.
10. Міністерство економічного розвитку та торгівлі України ДП «Держзовнішінформ» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dzi.gov.ua/>.
11. Наумов В.Н. Развитие динамических способностей бизнес-участников интегрированных цепочек поставок / В.Н. Наумов // Проблемы современной экономики. – 2014. – № 1(49). – С. 140-143.