

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКОВИХ ХАРАКТЕРИСТИК ХІМІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Проведено обґрунтування ринкових характеристик продукції хімічної промисловості, до яких в першу чергу віднесені цінові, якісні, конкурентні та соціальні показники продукції, що дає змогу проводити факторний аналіз ефективності інвестицій для учасників інвестиційного процесу загалом та для підприємств-виробників технічного вуглецю зокрема

Постановка проблеми. За умов кризового стану розвитку світової економіки, яка значно вплинула на стан української економіки в цілому та на хімічну галузь промисловості зокрема, досить важливим питанням залишається виживання вітчизняних підприємств та їх подальший розвиток. Така постановка завдання вітчизняним промисловцям є досить жорсткою але можливою до виконання. Однією з можливостей виживання та розвитку підприємства за даних обставин є залучення додаткових інвестицій у підприємство.

Стан вивчення проблеми. Розвиток інвестиційної діяльності будь якої галузі промисловості можна охарактеризувати за допомогою певної групи факторів – певних характеристик продукції, які в тій чи іншій мірі визначають інвестиційну привабливість всього підприємства та галузі в цілому. Кількість останніх досить велика, а в залежності від того до якої галузі промисловості і форми власності належить підприємство, існує лише декілька впливових факторів, які потребують детального аналізу, котрий дозволить визначити ступінь взаємозалежності цих характеристик, а також їх вплив на кінцевий результат. Тобто існує необхідність в побудові факторної залежності інвестиційної привабливості підприємств.

Мета статті. Дослідження ринкових характеристик продукції хімічної промисловості та визначення факторів, що впливають на діяльність підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останнім часом досить велика кількість вчених та науковців займаються дослідженнями інвестиційної діяльності підприємств.

Проводячи загальний аналіз інвестицій такими вченими, як Буряк С.В., Кузін Е.Ю., Сенів Б.Г. досліджувались методики фактичного аналізу ефективності інвестицій в умовах перехідної економіки, в період сталого розвитку та за інших умов діяльності підприємства. В даному випадку велику увагу науковцю приділяли зовнішньому оточенню підприємства, так називаним макроректорам.

Коробков Д.В., Маловичко А.С., Гайдуцький А.П., та інші науковці займалися питанням аналізу інвестиційної привабливості самого об'єкту інвестування, враховуючи фактори діяльності підприємства а також сильні та слабкі сторони його діяльності.

Шерепа О.М. та Маловичко А.С. займалися дослідженням питання інвестицій розробляли питання впливу ризику на ефективність інвестиційного проекту.

При цьому досить мало уваги приділялось питанню вивчення самого об'єкту інвестування, тобто підприємства, в яке необхідно вкладати кошти, продукцію яке підприємство виробляє, або середовище в яких існує останнє. Головною ціллю даного аналізу є визначення факторів, що впливають на діяльність підприємства: закупка сировини, виробництво продукції та її реалізація. Тому, на нашу думку, питання дослідження ринкових характеристик продукції хімічної промисловості є досить актуальним за часів кризового стану світової та української економіки.

Основний матеріал досліджень. Для будь-якого підприємства основними факторами впливу – є ті, котрі пов'язані з ринковими характеристиками продукту, що виробляється на підприємстві. До ключових

факторів можна віднести: якість, функціональність, попит та пропозиція товарів конкурентів та замінників, а також ціна продукту.

Як для продукції хімічної промисловості в цілому так і для виробників технічного вуглецю існують певні стандарти, які регламентують якісні та функціональні характеристики продукту, порушення даного стандарту призведе до отримання браку.

Тобто стандарти, згідно яких виготовляється продукція, є константою для всіх виробників технічного вуглецю, тому їх не можна вважати факторами впливу.

Тому для хімічної промисловості в цілому і для підприємств основної хімії необхідно виділити іншу групу факторів, які необхідно враховувати при здійсненні обґрунтування інвестиційних проектів даної галузі промисловості взагалі та виробництво технічного вуглецю зокрема.

Ключовим фактором є ціна кінцевого продукту кожної ланки складного ланцюга, що починається з видобувальної промисловості та закінчуючи кінцевим споживачем. Важливість даного фактору можна виділити при детальному аналізі всього ланцюга – рисунок 1.

Першою сировинною базою на рисунку 1 є видобування коксового вугілля. Для даних підприємств факторами впливу є собівартість самого вугілля, вартість обладнання, спосіб перевезення та зберігання, кількість конкурентів на ринках збуту, і головне – це слабкі та сильні сторони самого підприємства. Продуктом даного виду діяльності є вугілля що коксується.

Наступною ланкою наведеного ланцюга є переробка вугілля що коксується. Результатом процесу піролізу даного вугілля є кокс, який використовується в металургії для виробництва високо вуглецевої сталі, і рідка фаза вуглеводних, яку потім розділяють на легкі та важкі вуглеводні. Легкі вуглеводні використовують для виробництва розчинників, палива, а важкі вуглеводні – це і є коксохімічна смола.

Факторами впливу для підприємств коксохімічного виробництва є собівартість, енергоємність, наявність конкурентів, відсоток прибутку, який впливає на ціну продукту, коливання курсу валют, за допомогою яких підприємство розраховується за сировину та енергоносії.

Отже, коксохімічна продукція є сировиною для виробництва технічного вуглецю, тому першим фактором впливу для даної ланки є конкуренція і стан ринку сировини.

Ринок сировини для виробництва технічного вуглецю є досить обширний. На Україні він представлений: ВАТ "Авдіївський коксохімічний завод", ВАТ "Ясіновський коксохімічний завод", ВАТ "Баглейкокс", ВАТ "Криворіжсталь", ВАТ "Алчевсккокс", ВАТ "Маркохим", ВАТ "Харківський коксовий завод", ВАТ "Дшпрококс", ВАТ "Запоріжкокс", ВАТ "Донецькокс". Профіль даних підприємств – це виробництво коксу доменний, кокс пековий, смоли кам'яновугільні.

Проаналізувавши стан ринку сировини для виробництва технічного вуглецю, а саме кам'яновугільної смоли (коксухімічної сировини), можна зробити висновок, що в даному секторі промисловості працюють ринкові закони ціноутворення, тобто ціна на товар встановлюється з урахуванням таких факторів: попит на товар; собівартість виробництва; ціна закордонних конкурентів; насиченість ринку даним товаром.

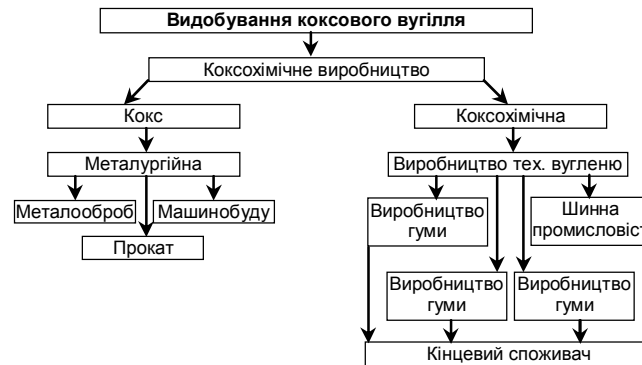


Рис. 1.1. Виробництво технічного вуглецю в структурі хімічного виробництва

Можна зробити висновок, що він є досить чуттєвий до зовнішнього середовища і в значній мірі залежить від цін на енергоносії, в особливості на природний газ. А ціна на кам'яновугільну смолу формується за ринковими законами попиту та пропозиції, що є позитивною характеристикою даного ринку.

В Україні існує два виробники технічного вуглецю: ВАТ "Стахановський завод технічного вуглецю" і ВАТ "Кременчуцький завод технічного вуглецю". У цей час обидва підприємства є недержавними, їхній акціонерний капітал зосереджений у руках компанії афілійованих з фінансовою компанією "Фінанси й кредит".

Лідером є ВАТ "Кременчуцький завод технічного вуглецю", виробнича потужність якого складає 100 тис. тон на рік, а обсяги виробництва сягають 80 тис. тон на рік. Продукція ВАТ "КЗТВ", а це 14 марок технічного вуглецю, широко відома у більш ніж 30 країнах світу. Географія її поставок включає країни ближнього зарубіжжя: Росія, Білорусія, Молдова; країни Європи: Австрія, Іспанія, Польща, Румунія, Германія, Швеція, Словаччина, Чехія, Болгарія, Греція, Великобританія; країни Азії: Терція та Іран; а також СІЛА, Канада та Японія.

Зважаючи на те, що Українські виробники технічного вуглецю вийшли на міжнародні ринки збуту, існує необхідність в проведенні аналізу конкуренції на даних ринках.

Найвідомішими світовими виробниками технічного вуглецю є наступні компанії: "Cabot Corporation", "Degussa", "Columbian Chemicals Company".

Конкурентами, що розташовані в Російській Федерації та колишньому СНД врозрізі виробників, є: ВАТ "Ярославский технический углерод", ВАТ "Завод технического углерода", ВАТ "Нижнекамсктехуглерод", ТОВ "Волгоградский завод технического углерода", ВАТ "Туймазытехуглерод".

Конкуренція на ринку технічного вуглецю є досить жорсткою, а зважаючи на те, що певна марка технічного вуглецю повинна відповідати світовим стандартам, то питання заміни одного виробника на іншого вирішується досить швидко.

Процес виробництва технічного вуглецю є досить складним і безперервним, перехід з однієї марку на іншу потребує значних витрат сировини та енергоносіїв, тому планування програми випуску відбувається мінімум за місяць з метою мінімізації даних переходів.

Наступною особливістю виробництва є те, що технічний вуглець, майже не випускається "на склад". Тобто 85% виробленої продукції замовляють заздалегідь, і лише приблизно 15% є резервною на випадок невиконання плану по відвантаженню готової продукції.

Останньою головною особливістю технічного вуглецю, як продукту, є можливість клієнта замовляти певну марку зі зміненими показниками якості, які розширюють або урізають рамки якості по одному або декільком показникам. Даний вид технічного вуглецю відповідає якісним показникам певної марки, але виготовлений за особливим вимогами споживачів.

Наступним фактором впливу для підприємств по виробництву технічного вуглецю є енергоємність виробництва, а саме використання великих обсягів природного газу та електроенергії.

Ще одним фактором є відсоток прибутку, який підприємство вкладає в ціну свого товару. Чим він більший, тим більша ціна, а попит менше. Що стосується цінової політики виробників технічного вуглецю, то вона має певні особливості, які пов'язані з технічними характеристиками та якісними показниками. Таким чином, виробник не може необґрунтовано збільшувати ціну, при незмінній ціні у конкурентах, адже він ризикує втратити свої позиції на ринках збуту. Саме тому ціна на технічний вуглець оговорюється в контракті після двосторонніх переговорів виробника та замовника.

Досить значним для підприємства виробника технічного вуглецю є проблема залежності від коливання курсу валют. Даний факт можна пояснити наступним чином. Сировину та енергоносії для виробництва підприємство закуповує на Україні і в Росії, при цьому розрахунки, як правило, проводяться або в національній валюті, або в американських доларах. Продаж вже готової продукції 75% відбувається за кордон, переважно в країни Західної Європи, а значить, розрахунки за готову продукцію підприємство отримує в іноземній валюті – євро. В 2007 року американський долар був досить стабільним. Його курс складав 5,05 грн. за один долар, в той час коли аналогічний показник євро коливався від 6,25 до 7,15 грн. за одиницю. Таким чином, підприємство, переводячи вартість технічного вуглецю з гривень в євро, при трапилось на Україні в 2005 році. Залежність підприємства від коливання курсу валют є значним фактором при визначенні доцільності проведенні інвестування.

По даним Міжнародної Асоціації Виробників Технічного вуглецю (ICBA) щорічно у світі провадиться близько 8,1 млн. т технічного вуглецю. У структурі споживання лідерство втримує шинна і гумовотехнічна промисловість – 90 %, виробництво пігментів - 9 %, інші галузі споживаючі ТВ – близько 1 %.

Тому ми вважаємо за необхідне проаналізувати ринок гумової та шинної промисловості, як наступну ланку в наведеному нами ланцюгу.

Важливо відмітити, що виробництво гуми та шинна промисловість, як і вся хімічна промисловість, є досить енергоємною. Енергоносії використовуються при вулканізації гуми: у більш розвинутих виробників це електроенергія, у інших – це пара, що отримують в результаті підігріву промислової води природним газом, вітчизняні виробники використовують газове обладнання для проведення даної процедури.

Українськими замовникам технічного вуглецю в основному є ЗАТ "Росава", ВАТ "Дніпрошина". Білоруським замовником є ВАТ "Белшина". Інші замовники розташовані по всьому світу, серед яких найкрупніші виробники шин такі як Bridgestone, Goodyear, Toyo, Michelin, Nokian, Continenta, Pirelli, Matador, Debica та інші.

Розглядаючи ринок збуту шин можна сказати, що конкуренція на даному ринку досить жорстка, але лише в межах певних цінових груп, до яких належить та чи інша підписанні контрактів, недотримувало дохід в результаті зниження курсу, як то компанія. Дані групи поділяються по якісному принципу.

Група шин високої якості має найвищу ціну і є найякіснішим товаром. На українському ринку дана група представлена такими компаніями, як Bridgestone, Michelin, Pirelli, Goodyear та Toyo.

До групи шин середньої якості відноситься продукція європейських виробників таких як: Nokian, Continenta, Matador, Debica.

До групи шин низької якості, як правило, відносять українських виробників та представників близького зарубіжжя: Україна- ВАР "Дніпрошина", ЗАТ "Росава"; Білорусь ВАР "Белшина"; Росія ВАР "Нижнекамскшина", ВАР "Ярославський шинний завод", ВАР "Омскшина", ВАР "Амтел", ВАР "Волтайр" та інші.

Щодо зв'язку виробників шин та технічного вуглецю існує глобальна світова проблема, яка потребує подальшого вивчення та розв'язання. Вона полягає в наступному: виробники технічного вуглецю не в змозі випустити технічний вуглець з відповідними характеристиками, які б задовольняли потрібну характеристику шини – міцність, стійкість до стирання та вологовідштовхування. Дана проблема в шинній промисловості називається пірамідою якості – рисунок 2.

Розв'язання даної проблеми призведе до "перетворення піраміди в пряму" – рисунок 2(б). На даний час жоден виробник шин в світі не в змозі вирішити дану проблему, адже максимізація одного з показників веде до зниження двох інших варіант (а).

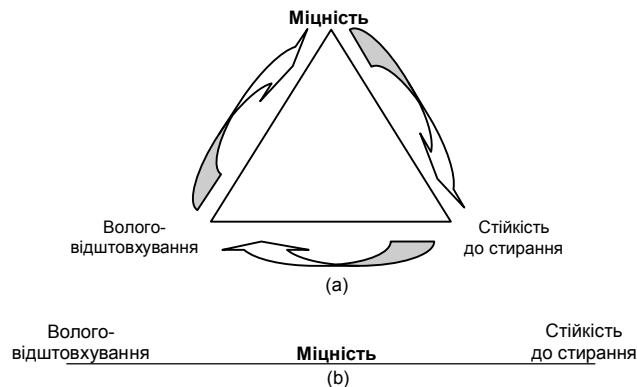


Рис. 2. Проблема якості шинної промисловості

Вирішення останньої є досить актуальним питанням, адже призведе до появи абсолютної якісної шини, а власник даної технології буде контролювати ринки збуту. Виходячи з проаналізованого ланцюга виробництва, який складається з підприємств добувної промисловості, основної хімії (технічний вуглець) і закінчується виробникам гуми та шин, можна зробити висновок, що при проведенні обґрунтування інвестиційних проектів спільними і найбільш значущими факторами впливу на кінцевий результат є: собівартість готової продукції, сильні та слабкі сторони підприємств одного ланцюга та конкурентів, а також наявність напрямків удосконалення та інвестування, конкуренція на ринках сировини та збуту готової продукції, методи ціноутворення, характерні для конкурентів та підприємств одного ланцюга, а також їх залежність від коливання курсу валют.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Розглянуті нами підприємства різних галузей промисловості знаходяться в постійній взаємозалежності один від одного. Зміна середовища діяльності, або умов виробництва одного, призводить до змін в умовах діяльності для інших підприємств, незважаючи на те, що перше може виробляти готову продукцію, яка є лише сировиною і потребує подальшої обробки.

Таким чином, ми доказали існування ланцюгової залежності підприємств різних галузей, але в межах виробництва певного продукту.

Розглянута нами середня ланка – виробники технічного вуглецю, займають особливе положення, адже підприємство споживає сировину коксохімічних заводів, і виробляє сировину шинних та заводів, що випускають резино-технічні вироби.

Проаналізувавши особливості виробництва технічного вуглецю, як товару, фактори, що впливають на результат діяльності, а також можливі напрямки інвестування з урахуванням побажань споживачів, можна зробити певні висновки.

По-перше, виробники технічного вуглецю мають досить великий потенціал щодо проведення інвестицій по всім можливим їх напрямкам.

По-друге, зростання попиту на продукцію шинних виробників та виробників РТВ роблять інвестування досить актуальною проблемою.

По-третє, технологія виробництва, технічний вуглець, як товар єдині для всіх виробників, тому доцільніше

проводити інвестиції за такими напрямками: енергозбереження, удосконалення процесу виробництва, покращення показників якості продукції, удосконалення процесу транспортування технічного вуглецю.

Список використаної літератури:

1. Буряк С.В. Активізація інвестиційної діяльності в перехідній економіці України: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук. / С.В. Буряк. – К., 2001. – 20 с.
2. Васильєва Т.А. Обзор основных методологических подходов к анализу инвестиционных проектов в условиях неопределенности / Т.А. Васильєва // Механізм регулювання економіки, економіка підприємства та організація виробництва. – 2000. – Випуск 2. – С. 135-141.
3. Гайдуцький А.П. Інвестиційна привабливість аграрного сектора економіки України на міжнародному ринку капіталу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук. / А.П. Гайдуцький. – К., 2005. – 20 с.
4. Гомельська В.В. Напрями підвищення інвестиційної привабливості приватизованих об'єктів: Міжнародна науково-практична конференція "Підприємство в Україні: проблеми та шляхи розвитку". – Львів-Дрогобич – Трускавець, 2000. – С. 98-99.
5. Коробков Д.В. Базы коэффициентов для индекса инвестиционной привлекательности предприятия IAE / Д.В. Коробков // Культура народов Причерноморья. – 2005. – № 67. – С. 96-99.
6. Краснова Н.Е., Кравченко О.А., Волощук Л.О. Критерии оценки и выбора инвестиционного проекта: Вісник Технологічного університету Поділля. – Хмельницький, 2000. – № 3. – Ч. 1. – С. 112-114.
7. Кузькін Є.Ю. Активізація інвестиційної діяльності промислових підприємств в період розвитку економіки: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук. / Є.Ю. Кузькін. – Х., 2002. – 16 с.
8. Лисенко М.Д. Аналіз методичних підходів до визначення інвестиційної привабливості регіону: Вісник ХДЕУ. – 2001. – № 3(19). – С. 5-8.
9. Маловичко А.С. Вплив ризик-менеджменту на інвестиційну привабливість підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук. / А.С. Маловичко. – Донецьк, 2007. – 19 с.

БАЛА Володимир Володимирович – аспірант Кременчуцького державного політехнічного університету ім. М. Остроградського, заступник начальника ПЕВ з контролю ВАР "КЗТВ"

Наукові інтереси:

– дослідження інвестиційної діяльності підприємства