

УДК 658.336

АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ З ЕКСПОРТУ ТА ІМПОРТУ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ

Микитюк П.П., к.е.н.

Тернопільський національний економічний університет

Досліджено сучасний стан експортно-імпортової діяльності в галузі виробництва будівельних матеріалів України. Розроблено пропозиції щодо вдосконалення інноваційної діяльності на цих підприємствах.

It is examined contemporary condition of export-import activity in the building materials production sector of Ukraine. It is developed proposals for enterprises' activity improvement within this sector on internal and external markets.

Ключові слова: технологічне передбачення, інноваційна діяльність, експорт, імпорт.

Актуальність проблеми. Сучасний стан розвитку галузі виробництва будівельних матеріалів в Україні супроводжується значною активністю в сфері будівництва як об'єктів виробничого так і невиробничого призначення. Будівництво – дуже чутливий показник стану економіки країни. Так, фаза підйому в економіці найперше відчувається саме у будівництві, бо швидко збільшуються капіталовкладення в основні фонди. Зростання рівня життя населення відбивається на розширенні житлового й соціально-культурного будівництва. У фазах спаду й кризи темпи падіння обсягів будівництва чи не найбільші серед інших галузей національної економіки. Отже, будівельний комплекс – це складна міжгалузева система, кожна з галузей якої є сукупністю корпорацій, концернів, підприємств і організацій, що виробляють будівельні матеріали і здійснюють виробниче (промислове, сільськогосподарське, дорожнє), культурно-побутове, житлове та інші види будівництва. Основне завдання комплексу – створення та оновлення основних засобів національної економіки [3].

В розвинутих країнах невід'ємним є правило проведення маркетингових прогнозних передбачень і системних технологічних передбачень – форсайтних досліджень щодо інноваційної діяльності вірогідністю на 5-10 років, хоча і цього замало. В Україні первинний елемент інноваційної діяльності цілком відсутній [2].

Проблемою інноваційного сьогодення є практично відсутній інформаційний супровід з науково-технічних досягнень на підприємствах, що працюють на ринку будівельних матеріалів. Інформація з різних наукових центрів розпорошена по різних наукових журналах і

щодо їх виробництва та забезпеченості реалізації виконання обсягів будівельних робіт на об'єктах.

Виклад основного матеріалу досліджень. Сектор виробництва будівельних матеріалів в Україні, починаючи з 2000 р., демонструє стабільне зростання, що спричинено загальним розвитком будівельної індустрії, зокрема, масштабним новим будівництвом та реконструкцією об'єктів житлового, адміністративного, комерційного та промислового призначення. Розвиток підприємств та підвищення якості продукції зумовлює активне завоювання світового ринку та пожвавлення експортної діяльності.

Аналіз роботи підприємств, які працюють на ринку будівельних матеріалів, показав, що переважна їх більшість виробляють продукцію для потреб внутрішнього ринку України, кількість підприємств, які експортують свою продукцію, знижується. Так, станом на початок 2008 р. 62,0 % підприємств ніколи не експортували свою продукцію; 13,2 % проводили раніше експортні операції, а зараз припинили свою експортну діяльність і лише близько чверті підприємств сектору будівельних матеріалів (24,8 %) експортують свою продукцію за кордон (рис. 1).

Основними експортерами є великі підприємства – серед яких 66,7 % займаються чи займались раніше експортом, тоді як серед середніх підприємств таких 40 %, а серед малих – 21,1 %, що пояснюється різними можливостями їх діяльності. Великі підприємства мають значні обсяги виробництва та більші фінансові можливості для пошуку закордонних партнерів і їх утримання привабливими пропозиціями.

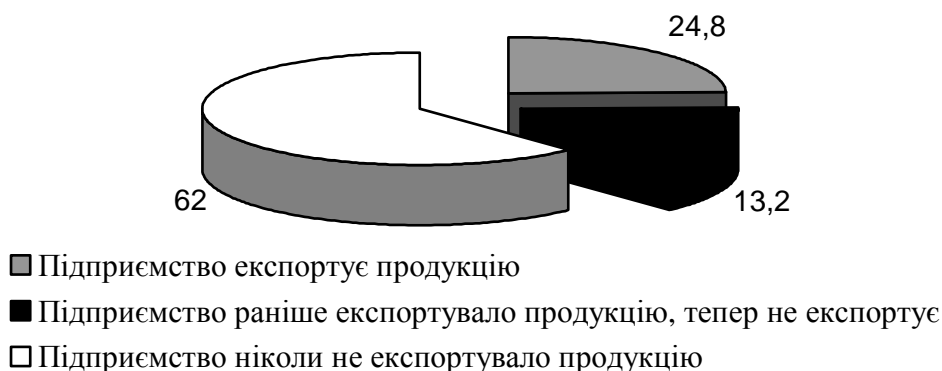


Рис. 1. Участь підприємств галузі виробництва в експортуванні продукції (% підприємств)

Основними зовнішніми ринками для експортування продукції, виробленої в Україні, є: ринки країн СНД (Росія, Молдова, Вірменія, Грузія, Узбекистан) та країн Європи (Німеччина, Італія, Польща, Великобританія, Кіпр, Словаччина, Латвія).

Згідно з проведеним опитуванням, результати якого наведені в табл. 1, більшість підприємств експортують свою продукцію до країн СНД, а частина підприємств займаються експортом товарів на ринку багатьох країн як ближнього, так і далекого зарубіжжя [4].

Таблиця 1. Зовнішні ринки підприємств галузі

Ринки	Відсоток підприємств-експортерів
Країн СНД	83,3
Країн Європи	46,7
США, Канади	16,7
Інших країн	23,3

Примітки.

1. Вибіркове опитування 122 підприємств.
2. Сума відсотків перевищує 100, оскільки при проведенні опитування можна було обрати більше одного варіанта відповіді.

Аналіз основних проблем, з якими стикаються підприємства при експортуванні продукції, показав, що українська продукція має досить високий рівень якості і є конкурентноздатною. Однак підприємства досить часто стикаються з дуже високою конкуренцією в багатьох секторах ринку. Не сприяють покращенню адміністративні і бюрократичні перешкоди в нашій країні, крім того, деякі країни захищають своїх виробників, що впливає на цінову конкурентоспроможність українських товарів.

Виробники зазнають перешкод не тільки на етапі виходу на ринок, а і впродовж всієї діяльності на зовнішніх ринках. Подальшими перешкодами для нарощування виробництва є відсутність міжнародного сертифіката якості, відсутність інформації щодо попиту на експортовану продукцію на зовнішніх ринках, складність пошуку партнерів та висока вартість проходження експортних процедур.

На ринках СНД половина підприємств (51 %) знайшли партнерів тільки завдяки особистим зв'язкам. Частина підприємств вийшли на закордонні ринки завдяки участі у семінарах та виставках, через Інтернет, а також через бізнес-асоціації.

Аналіз продукції, яка йде на експорт, показав, що переважна більшість підприємств-експортерів (82,1 %) експортують продукцію, яка йде і на внутрішній ринок, і лише 35,7 % займається виготовленням на експорт якоїсь особливої, адаптованої продукції. При цьому переважна більшість підприємств-експортерів продають за кордон вже готову продукцію, тоді як 14 % експортують сировину, а 24 % – напівфабрикати. Ця тенденція вказує на те, що Україна на світовому ринку виступає вже не тільки як “сировинний придаток”.

Структура і динаміка експорту основних будівельних матеріалів протягом 2001-2006 рр. представлена в табл. 2 [6].

Таблиця 2. Експорт будівельних матеріалів у 2001-2006 рр. (тис. тонн)

Види матеріалів	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Лаки і фарби	88,5	95,3	76,7	99,0	129,6	138,8
Вироби з пластмаси і гуми	8,5	14,4	17,3	26,7	42,7	59,4
Деревина і вироби з деревини	1781,1	1733,9	2215,2	2909,9	3703,3	3575,6
Вироби з каменю, гіпсу, цементу, азбесту, слюди та ін.	242,6	295	347,5	361	310,4	363,3
Керамічні вироби	162,1	171,6	170,8	183,3	250,6	227,7
Скло та вироби зі скла	201,7	203,7	210,2	174,9	176,1	161,4

Аналіз наведених у таблиці даних свідчить, що найбільшу частку експорту займає деревина (близько 50%); на другому місці – лаки і фарби. Однак із вітчизняних лакофарбових матеріалів в основному експортуються деякі дешеві види органорозчинної продукції – ґрунтовки, шпаклівки.

Основні підприємства-експортери сектору будівельних матеріалів станом за 2006 р. наведені в табл. 3.

Аналіз ринку будівельних матеріалів показав, що матеріали, якими Україна забезпечена сама, імпортуються з незначним приростом. Технологічне оснащення вітчизняних виробників не дозволяє повною мірою забезпечити вітчизняний ринок, тому спостерігається тенденція до імпортування продукції, яка потребує технологічно складного процесу переробки та виготовлення. За період 2001-2006 рр. імпорт будівельних матеріалів в Україну постійно зростав (табл. 4 і 5). Зокрема, середньорічне зростання імпорту лаків та фарб за вказаний період склало в грошовому

вимірі 21,5 %, виробів із пластмаси та гуми – 20,5 %, деревини та виробів із деревини – 32,6 % [6].

Таблиця 3. Експортери сектору будівельних матеріалів за 2006 р.

Компанія-експортер	Продукція, що експортується
„Дніпрокераміка”	Вироби з керамічного фарфору і кераміки
Славутський комбінат „Будфарфор”	Санітарно-технічні вироби керамічні
„СІО”	Вироби з деревини
„Карпатський державний спеціалізований лісгосп”	Пиломатеріали
„Жовківське лісове господарство”	Дров'яна деревина листяних порід для технологічних потреб
„Укрсклопром”	Вироби зі скла
„Будскло”	Скло листове
„ВЕСКО”	Глина вогнетривка
„Херсонелектро”	Плитка для покриття підлоги
„Донцемент”	Портландцемент
„Балцем”	Клінкер портландцементний
„Старокостянтинівський спецкар'єр”	Щебінь гранітний
„Ватутінський комбінат вогнетривів”	Каолін
„Івано-Франківський цемент”	Гіпс будівельний
„Київський завод гумових та латексних виробів”	Шумооблицювальний матеріал для ізоляції
„Кремнійполімер”	Лак органічний
„Елгран”	Блоки гранітні
„Харківська кераміка”	Плитка керамічна

Таблиця 4. Імпорт будівельних матеріалів у 2001-2006 рр. (тис. тонн)

Види матеріалів	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Лаки і фарби	32,0	36,5	33,1	38,4	50,8	56,9
Вироби з пластмаси і гуми	79,1	92,9	102,3	137,8	155,9	200,6
Деревина і вироби з деревини	252,8	343,1	343,5	471,3	536,9	654,8
Вироби з каменю, гіпсу, цементу, азбесту, слюди та ін.	151,5	176,6	235,2	272,3	378,2	507,6
Керамічні вироби	183	258,1	304,8	401,5	491,6	611,1
Скло та вироби зі скла	79,4	89,1	120,3	162,8	228,4	293,4

Найбільшу частку в імпорті будівельних матеріалів посідають вироби з пластмаси та гуми. Спостерігається збільшення імпорту покрівельних матеріалів та матеріалів для підлоги, сходів та стель. Чималою мірою це пов'язано зі зростанням популярності котеджних будинків та оформлення житла у стилі “евроремонту”, про що свідчить масове використання

імпортованої тришарової паркетної дошки і ламінату замість традиційного паркету.

Основні імпортери будівельних матеріалів наведені в табл. 5.

Таблиця 5. Основні імпортери сектору будівельних матеріалів (за 2006 р.)

Компанія-імпортер	Продукція, що імпортується
ДЦ „Комерце ЄВ”	Гіпсова будівельна суміш
ТОВ „Компанія Агро-Союз”	Шланги з вулканізованої гуми
ТОВ „Компанія ВЕЖА”	Пиломатеріали
ТОВ „КСК”	Цемент білий
ТОВ „Ламела”	Барвники
ТОВ „Старий УЖ”	Порошок абразивний
ТОВ „Агромат”, Торговий дім „Агромін-Київ”, ТОВ „Тріумфбуд”, ТОВ „БарексЛТД”	Плитка керамічна
ТОВ „Херсонелектро”	Плити деревоволокнисті
ТОВ „Капрі”	Сухі будівельні суміші
АТЗТ „Капітал”	Фарби і лаки, барвники
АТЗТ „Світанок”	Скло та вироби зі скла
Артемівський завод	Цегла вогнетривка
ТОВ „МВА”	Покриття для підлоги
ТОВ „Фішер-Мукачеве”	Пластмаси та гуми, лакофарбова продукція, сухі будівельні суміші

Аналіз ринку будівельних матеріалів показує, що найбільшими імпортерами продукції є країни СНД, Європа, а також США. При цьому слід відмітити, що імпортується не тільки продукція для безпосередньої реалізації, а й сировина і складові для виробництва будматеріалів (табл. 6).

Таблиця 6. Основні країни, з яких імпортуються будівельні матеріали

Країна-імпортер	Основна продукція, що імпортується
Польща	Крейда, керамічна плитка
Іспанія	Керамічна плитка, мінеральні речовини-наповнювачі для плиток
Німеччина	Кварцовий порошок, кварцит, глина вогнетривка, керамічна плитка
Росія	Крейда
США	Бентоніт, карбонат кальцію, плитка керамічна
Великобританія	Фосфати, мармур, гіпс, плитка
Італія	Керамічні вироби, плитка
Швейцарія	Концентрат висвітлювача, цемент білий
Молдова	Каміння гіпсове
Туреччина	Алюміно-магнезіальна цегла, сухі будівельні суміші
Франція	Мінеральні речовини, вогнетривка глина для цегельних заводів

Однією з головних тенденцій останніх років у сегменті сухих будівельних сумішей (СБС) є зниження обсягів постачання імпоротної продукції. Так, з введенням в дію в 2006 р. українського заводу гіпсових сумішей “Кнауф” частка імпорту на “гіпсовому” ринку знизилась з 85 до 65 %. На сьогодні за номенклатурою українська продукція майже не поступається зарубіжній. Це передусім зумовлено зростанням вітчизняного виробництва СБС. Щодо імпортерів, то серед них можна виокремити міжнародний концерн “Кнауф” (імпорт відбувається з заводів Туреччини, Молдови), торгові марки “Dufa” (Німеччина), “Кегакої”, “Марей”, “Litakol” та “Sopro” (Італія). У західному регіоні, наближеному до кордонів ЄС, широко представлена польська фірма “Atlas” – один із найбільших виробників СБС у Європі, що займає близько 50 % ринку Польщі. Загалом іноземні виробники найбільш активні в сегментах декоративних штукатурок, систем утеплення фасадів, професійної підлоги.

У сегменті фарб імпорт здійснюється з багатьох країн світу, зокрема, з Білорусі, Німеччини, Голландії, Іспанії, Італії, Латвії, Польщі, Росії, США, Туреччини, Фінляндії, Франції, Швеції, Естонії та ін. Найбільш відомими на українському ринку є імпортовані марки “Sadolin”, “Vivacolor”, “Tikkurilla”, “Tikkolor” та ін., 45-50 % імпоротної фарбової продукції має російське та білоруське походження. Друге місце за обсягом імпорту посідає Німеччина (торгові марки “Caparol”, “Feidal”, “Dufa”, “ProfiTec”, “Mira”, “Tex-Color”) – її частка складає понад 20%. Третє місце належить польським лакофарбовим матеріалам, зокрема, торговій марці “SniezKa”, яка займає близько 15% ринку. Близько 10% імпорту – лаки і фарби скандинавських і прибалтійських країн.

У сегменті облицювальної цегли основна частина імпорту належить Польщі та Білорусі, що зумовлено меншою вартістю порівняно зі, скажімо, німецькою продукцією. Попит покупців з більшими вимогами до якості продукції та високими доходами задовольняється імпортом з Німеччини, Бельгії та Фінляндії.

Аналіз ринку імпорту будівельних матеріалів показав, що найбільш перспективним є ввезення наступної продукції:

- *Лінолеуми* завширшки більш 2 м, з якісним кольоровим покриттям. В Україні щороку виробляється близько 3 млн.м² лінолеумів на суму 2 млн.

дол. США, але це складає лише 20 % ринку відповідного матеріалу в грошовому вимірі і 30 % – у натуральному.

- *Керамічна плитка для внутрішнього облицювання стін* із широким вибором кольорового малюнка і розмірів. Згідно із даними корпорації “Укрбудматеріали” в Україні виробляється близько 7 млн.м² плитки (на суму 14 млн. дол. США), а на внутрішньому ринку українські виробники продають близько 6 млн.м² щороку, що складає лише 40 % ринку.

- *Шпалери* високої якості і з широким діапазоном колірної гами. В Україні щорічно виробляється близько 90 млн. рулонів шпалер (на суму 130 млн. дол. США за оптовими цінами), при цьому до 50 % цієї продукції експортується переважно до країн СНД. Тож вітчизняні виробники задовольняють лише 40 % потреби внутрішнього ринку.

- *Ізоляційні матеріали*. Імпортні ізоляційні матеріали мають більш широкий діапазон у розмірах, вартості і характеризуються більш значним попитом у кінцевого споживача (зокрема, внаслідок кращого упакування).

- *Фарби*. Внутрішнє виробництво є досить потужним (близько 40 підприємств), але здебільшого це олійні фарби. Близько половини фарб українського виробництва спрямовується на індустріальне використання (для машинобудування, виробництва меблів тощо) або експортується до ближнього зарубіжжя. Інші 50% (45 тис.т на суму 120 млн. дол. США) можуть використовуватися для потреб сектору будівництва, але цей обсяг є недостатнім.

- *Сталеві “сендвіч-елементи”* для будівництва супермаркетів та інших промислових об’єктів, що вимагають використання новітніх будівельних матеріалів, імпортуються з Німеччини, Фінляндії, Польщі, Чехії та інших країн.

Висновки. Підводячи підсумки, можна зазначити, що Україна має досить великий потенціал у галузі виробництва будівельних матеріалів, однак вона не може повністю забезпечити себе всім спектром будівельних матеріалів. Останніми роками значно підвищився попит на продукцію підприємств будівельної галузі, що обумовлено значними обсягами фінансування з бюджетів усіх рівнів та власних коштів підприємств і населення. Серед факторів, що впливають на результати діяльності окремих підприємств галузі залишається підвищення цін на енергоносії,

що обмежує можливості підприємства щодо подальшого розвитку, проведення модернізації, запровадження нових виробничих систем та інжинірингових проектів.

Для пом'якшення негативного впливу зростання ціни газу в собівартості продукції підприємства суттєво збільшують інвестиції у нові технології за рахунок скорочення прибутків для підвищення конкурентоспроможності продукції і збереження ринків збуту, вживаються заходи щодо зниження енерговитрат, в тому числі і споживання газу.

Основними характерними рисами, які суттєво впливають на результати виробничої діяльності більшості підприємств є: відсутність системи оптового продажу продукції що є одним з основних дестабілізуючих факторів ритмічної роботи підприємств; сезонність виконання будівельних контрактів підряду привносить сезонність використання виробничих потужностей підприємств цього виду економічної діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бердашкевич А.П. Об основах инновационной политики и деятельности США // Инновации. – 2002. – №4. – С. 61-64; № 5. – С. 57-62.
2. Згуровський М.З. Інноваційний розвиток суспільства на основі системної методології технологічного передбачення // Стратегія екон. розвитку України: Наук. збірник. – 2002. – № 1(8). – С. 132-142.
3. Микитюк П.П. Інноваційний менеджмент: Навч. посібник. – К.: Центр навч. літ., 2007. – 400 с.
4. Микитюк П.П. Аналіз впливу інвестицій та інновацій на ефективність господарської діяльності підприємства: Монографія. – Тернопіль: Економічна думка, Тернопільський національний економічний університет, 2007. – 296 с.
5. Пархоменко В.Д., Камишин В.В. Роль науково-технічної інформації в формуванні інформаційного середовища України для сприяння інноваційному розвитку економіки // НТУУ. – 2000. – № 2(3). – С. 2-6.
6. Статистичний щорічник України за 2006 рік. – К.: Консультант, 2007. – 551 с.