

Т. В. Ляденко,
старший викладач кафедри комерційної діяльності та логістики, КНЕУ імені В. Гетьмана
ORCID ID: 0000-0001-5165-802X

DOI: 10.32702/2306-6806.2019.5.111

АНАЛІЗ СТАНУ РЕАЛІЗАЦІЇ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ МАРКЕТИНГУ ЗАЛІЗОРУДНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

T. Lyadenko,
Senior Lecturer of the Commercial Activity and Logistics Department,
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

ANALYSIS OF THE IMPLEMENTATION STATE OF THE ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM OF MARKETING AT IRON ORE ENTERPRISES OF UKRAINE

У статті надано загальну оцінку забезпеченості України залізною рудою. Вказано на визначальну роль Криворізького залізорудного басейну у результатах діяльності гірничо-металургійного комплексу України (77% балансових запасів залізної руди та 80% діючих потужностей з видобутку і переробки залізорудної сировини країни). Надано загальну характеристику 6 підприємств, що задіяні у експлуатації Криворізького залізорудного басейну: Південний ГЗК, Північний ГЗК, Центральний ГЗК та три залізорудні шахти — "Батьківщина", "Жовтнева", "Ювілейна".

За результатами аналізу даних фінансової звітності обраних залізорудних підприємств показано, що усі досліджувані ГЗК та шахти за останні 5 років наростили обсяги виробництва та, відповідно, обсяг реалізації також збільшився. Відзначено переважно позитивну тенденцію щодо зміни фінансового результату на всіх суб'єктах господарювання.

За останні 5 років відбулося значне зростання операційних витрат на усіх досліджуваних підприємствах. Однак динаміка змін збутових та маркетингових витрат для різних підприємств виглядає по-різному. Стабільно зростають витрати на збут лише на "Центральному ГЗК". Неоднорідну тенденцію спостережено на "Північному ГЗК", де після значного зменшення показника у 2016 році, обсяг витрат на збут знову повернувся на попередню позицію. Що стосується "Південного ГЗК", то у 2015—2017 роках витрати на збут скорочуються з кожним роком.

Дослідження динаміки змін маркетингових витрат показало таку ситуацію: лише на "Північному ГЗК" маркетингові витрати мають тенденцію до зростання. Тоді як на "Центральному ГЗК" та "Південному ГЗК" значення даного показника за 2013—2017 рр. зменшилося.

Проведено експертну оцінку використання форм реалізації організаційно-економічного механізму маркетингового управління виробничо-збутовою діяльністю та використання маркетингових інструментів стимулювання збуту. Визначено інтегральну оцінку ефективності використання форм та інструментів реалізації організаційно-економічного механізму маркетингового управління виробничо-збутовою діяльністю на вітчизняних залізорудних підприємствах.

Продемонстровано, що використання форм та інструментів реалізації організаційно-економічного механізму маркетингового управління виробничо-збутовою діяльністю найбільш повно реалізовано на "Північному ГЗК". Посередня ефективність спостерігається на "Південному ГЗК". Тоді як, "Центральний ГЗК" має удвічі гірші результати, ніж "Північний ГЗК".

The article gives a general assessment of the availability of iron ore in Ukraine. The decisive role of the Krivoy Rog iron ore basin is indicated in the results of the iron ore mining and the steel industry of Ukraine (77% of the balance reserves of iron ore and 80% of the existing capacities for the extraction and processing of iron ore raw materials of the country). The general description is given of 6 enterprises involved in exploitation of the Krivoy Rog iron ore basin: PJSC Southern Iron Ore Enrichment Works, PJSC Northern Iron Ore Enrichment Works, PJSC Central Iron Ore Enrichment Works and three iron ore mines - "Batkivshchyna", "Zhovtneva", "Juvileina".

According to the results of the analysis of the financial statement data, it has been shown that all selected enterprises and mines have increased production volumes during the last 5 years, and, accordingly, the volume of sales has also increased. Also, a generally positive tendency was observed for changing of the financial result in all enterprises.

In 2013—2017 there was a significant increase in operating expenses for all investigated enterprises. However, the dynamics of changes in selling and marketing expenses for enterprises is different. The selling expenses steadily increase at PJSC Central Iron Ore Enrichment Works only. A heterogeneous trend is observed at the PJSC Northern Iron Ore Enrichment Works, where, after a significant decrease in the indicator in 2016, the volume of selling expenses returned to the previous position. As for the PJSC Southern Iron Ore Enrichment Works, in 2015—2017, selling expenses shrink every year.

The study of the dynamics of changes in marketing expenses has shown the following situation: marketing expenses on only the PJSC Northern Iron Ore Enrichment Works tend to increase. While at the PJSC Southern Iron Ore Enrichment Works and PJSC Central Iron Ore Enrichment Works the value of this indicator for 2013—2017 has decreased.

An expert evaluation was conducted of the usage of implementation forms of the organizational and economic mechanism of marketing management of production and sales activities and the usage of marketing tools for sales stimulating. The integral estimation is made of efficiency of the usage of forms and instruments of realization of organizational and economic mechanism of marketing management of production and sales activities at domestic iron ore enterprises.

The article shows that the usage of forms and instruments of realization of organizational and economic mechanism of marketing management of production and sales activities is most fully realized at the PJSC Northern Iron Ore Enrichment Works. Average efficiency is observed at the PJSC Southern Iron Ore Enrichment Works. Whereas, the PJSC Central Iron Ore Enrichment Works has twice worse results than PJSC Northern Iron Ore Enrichment Works.

Ключові слова: організаційно-економічний механізм маркетингу, виробничо-збутова діяльність, залізородні підприємства.

Key words: organizational and economic mechanism of marketing, production and sales activities, iron ore enterprises.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

В умовах зростання гостроти конкурентної боротьби у гірничо-металургійній галузі дедалі більшого значення набуває потенціал ефективного використання організаційно-економічного механізму маркетингу у формуванні конкурентоспроможності вітчизняних залізородних підприємств. Для використання даного потенціалу необхідним є проведення дослідження фактичного використання форм та інструментів реалізації механізму в контексті поточного стану маркетингового середовища підприємств галузі

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Великий внесок у розвиток управління гірничодобувними підприємствами зробили наукові школи Києва, Дніпра, Донецька, Харкова, Кривого Рогу. Ученими Національного гірничого університету, Донецького політехнічного інституту й Криворізького гірничорудного інституту (Криворізький технічний університет) розроблені наукові основи економіки й управління потужними гірничорудними підприємствами Кривбасу, а також вугільними підприємствами Донбасу. Тут насамперед слід відзначити роботи, що виконувалися протягом багатьох років під керівництвом академіка Г.М. Малахова, роботи Ю.П. Астаф'єва, А.С. Астахова, В.Ф. Бизова, Ю.Г. Вілкула, М.Г. Новожилова, А.Г. Темченка, А.М. Турила, А.А. Шершньова, В.М. Ткача.

Таблиця 1. Характеристика забезпеченості України залізною рудою у 2017 р.

Корисні копалини	Басейни, регіони	Кількість родовищ	Промислові запаси (на 2017 р.), млн
Залізна руда (руда багата, руда для збагачення)	Криворізький	33	15496,1
	Кременчуцький	5	4280,2
	Білозерський	3	2494,4
	Керченський	9	868,7

Джерело: [1].

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Основною метою статті є оцінка ефективності використання форм та інструментів реалізації організаційно-економічного механізму маркетингового управління виробничо-збутовою діяльністю на вітчизняних залізородних підприємствах.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Відомо, що експлуатаційний рудний ресурс в кар'єрах забезпечує виробництво залізородної продукції (ЗРП) у асортименті та якості, які заплановані на відведений термін, при результативному застосуванні потужності устаткування та передових технологій. У таблиці 1 наведено характеристику забезпеченості України залізною рудою.

Оскільки найбільш потужним об'єктом експлуатації ГЗК України на сьогодні є Криворізький залізородний басейн, то саме його запаси значною мірою визначають ефективність роботи ГМК країни. Криворізький залізородний басейн володіє 77% балансових запасів залізної руди та 80% діючих потужностей з видобутку і переробки залізородної сировини країни [11].

Рудні поклади Криворізького залізородного басейну представлені поодинокими та паралельно-зближеними тілами, які в свою чергу складаються з складноструктурних рудних покладів. При підземній розробці залізородних родовищ, представлених складноструктурними рудними покладами (ССРП), застосовують традиційні системи розробки. При цьому вміст заліза в видобутій рудній масі зменшується на 3—6% відносно основного вмісту корисного компонента в рудному покладі, а втрати руди збільшуються в 1,5—2,0 рази по відношенню до нормативних. Це призводить до зменшення вмісту заліза в видобутій рудній масі і як наслідок — погіршення конкурентоспроможності видобутих залізних руд на ринку ЗРП. Залишитись серед активних експортерів ЗРП можливо за рахунок селективного виймання корисної копалини з очисних блоків, що дозво-

литель отримати значну частину залізних руд з вмістом заліза понад 62% [2].

Комбінатами, які експлуатують сировину, що містить цей басейн, виготовляється весь обсяг металургійних сировин не лише для українських металургійних заводів, а й на експортні замовлення. Для визначення найбільш конкурентоспроможних підприємств необхідно проаналізувати основні показники діяльності підприємств добувної промисловості.

У контексті нашого дослідження для аналізу обрано 6 підприємств, що задіяні у експлуатації Криворізького залізорудного басейну: Південний ГЗК, Північний ГЗК, Центральний ГЗК та три залізорудні шахти: "Батьківщина", "Жовтнева", "Ювілейна".

1. ПАТ "Південний гірничо-збагачувальний комбінат" — один з основних виробників залізорудної сировини — концентрату та агломерату в Україні. Саме тут вперше в країні була освоєна технологія збагачення бідних руд, які вважалися безперспективними. Вміст заліза в них було менше 40%. Ставши першим з підприємств в Криворізькому залізорудному басейні, що спеціалізуються на видобутку і переробці залістистих магнетитових кварцитів з отриманням залізорудного концентрату і доменного агломерату, Південний ГЗК і сьогодні залишається флагманом гірничорудної галузі України. На Південному ГЗК вперше у галузі були випробувані нові типи буріння і проведено короткооперіальне підривання при застосуванні масових вибухів. Багатостадійна схема глибокого збагачення магнетитових кварцитів, перші промислові випробування збагачення окислених руд, принципово нова схема виробництва залізорудних окатишів і інші прогресивні технічні та технологічні рішення були проведені і впроваджені саме на даному підприємстві. Згодом ці технічні рішення та інновації застосували на побудованих пізніше залізорудних підприємствах Кривбасу і всієї країни [8].

2. ПАТ "Північний гірничо-збагачувальний комбінат" — це найбільше гірничодобувне підприємство в Європі із завершеним циклом підготовки доменної сировини — залізорудного концентрату (вміст заліза 66%) і окотків (вміст заліза 60,3% і 63,5%). На сьогоднішній день виробничі потужності підприємства дозволяють виробляти 14,2 млн тонн концентрату і 11,1 млн тонн окотків. Сировинною базою підприємства є великі родовища залістистих кварцитів, які розробляються Першотравневим і Ганнівським кар'єрами, загальні промислові запаси яких складають 3108 млн т. На комбінаті впроваджуються передові технології з використання автоматизованих систем управління виробничими технологічними процесами, а також з обліку готової продукції, сировини і матеріалів на базі інтеграційної системи обліку, планування та управління виробництвом SAP ERP. Успішно експлуатується в кар'єрах комбінату система контролю навантаження і супутникового позиціонування GPS на технологічному автомобільному і залізничному транспорті. Потужна інвестпрограма підприємства спрямована на оновлення гірничої техніки та виробничого обладнання [9].

3. ПАТ "Центральний гірничо-збагачувальний комбінат" спеціалізується на видобутку, переробці та виробництві сировини для металургійної промисловості — залізорудного концентрату і окотків. До складу цього комбінату входить три кар'єри та шахта ім. Орджонікідзе загальною фактичною потужністю 14,2 млн т сировини на рік, дробильна фабрика, збагачувальна фабрика фактичною потужністю 5 млн т залізорудного концентрату на рік, фабрика огрудкування фактичною потужністю понад 2,2 млн т окотків на рік, допоміжні цехи [10].

4. Шахта "Батьківщина" — залізорудна шахта в м. Кривий Ріг, Дніпропетровська область, Україна. Довжина суцільного зруднення в шахтному полі досягає 880 м. Мартитові руди високопористі, пухкі, нестійкі. Висячий бік представлений мартитовими і гетит-мартитовими

кварцитами міцністю 100—140 МПа. Основну частину порід лежачого боку представляють амфіболіти міцністю 176 МПа. Видобуток залізної руди ведеться на горизонті 1315 м. Підготовчі роботи проводяться на горизонті 1390 м, гірничокапітальні — 1465 м. Розвідані запаси на шахті до глибини 1465 м — 59,500,000 т [5].

5. Шахта "Ювілейна" — залізорудна шахта в м. Кривий Ріг, Дніпропетровська область, Україна. Шахта "Ювілейна" розробляє кілька роз'єднаних стовпоподібних рудних тіл, які нижче горизонту 940 м зливаються, утворюючи один поклад завдовжки до 1300-1700 м і потужністю від 10—15 до 55 м. Кут падіння основного і паралельних покладів 56°. Висячий бік родовища представлений мартитовими і силікатно-карбонатно-магнетитовими роговиками міцністю 160 МПа, а лежачий бік — кварцово-серіцит-хлоритовими сланцями міцністю 120—140 МПа. Підготовчі роботи ведуться на горизонті 1340 м, а гірничо-капітальні — 1420 і 1500 м. Відпрацювання 67% запасів руди на шахті "Ювілейна" проводиться поверхово-камерною системою розробки та 33% — підповерхово-камерними з відбійкою руди вертикальними віями глибоких свердловин на горизонтальну підсічку. Виробнича потужність 2,25 млн т агломераційної руди на рік [7].

6. Шахта "Жовтнева" — залізорудна шахта в м. Кривий Ріг, Дніпропетровська область, Україна. Шахтою розробляється великий пластовидібний поклад багатогірної руди протяжністю понад 1000 м. Середня потужність покладу 23 м з кутом падіння 53°, який нижче горизонту 1190 м зменшується до 36—46°. Також у шахтному полі налічується ряд гніздоподібних і стовпоподібних рудних тіл завдовжки 60—3000 м і потужністю 6—17 м. Міцність руди 50—60 МПа, а середній вміст у ній заліза 63,3%. Висячий і лежачий боки представлені мартитовими і гетит-мартитовими кварцитами міцністю 100—140 МПа [6].

У таблиці 2 наведено основні галузеві характеристики досліджуваних залізорудних підприємств. Як бачимо, гірничо-збагачувальні комбінати, представлені у дослідженні, входять до міжнародної вертикально-інтегрованої компанії "Метінвест", при цьому їх діяльність спрямована на такі види, як гірничодобувне виробництво та металургія, яку вони здійснюють в Україні і закордоном. Що стосується шахт, то вони є складовими інших вітчизняних комбінатів та займаються видобутком залізної руди на території Криворізького залізорудного басейну.

У таблиці 3 розглянемо динаміку обсягу реалізації продукції залізорудними підприємствами та шахтами у 2013—2017 рр.

За розрахованими даними можемо зробити висновок, що усі досліджувані підприємства та шахти за останні 5 років наростили обсяги виробництва та, відповідно, обсяг реалізації також збільшився. Зокрема, "Північний ГЗК" у 2017 році реалізував продукції на 9936930 тис. грн більше, ніж у 2013 році, що фактично становило 23282274 тис. грн; "Південний ГЗК" збільшив значення даного показника на 6108953 тис. грн, що фактично становило 15312211 тис. грн; "Центральний ГЗК" наростив обсяг реалізації продукції на 5054625 тис. грн та фактично у 2017 році реалізував продукції на суму 10727577 тис. грн

Що стосується шахт "Батьківщина", "Ювілейна" та "Жовтнева", то зростання даного показника у 2017 році становило 1263656 тис. грн, 2981079 тис. грн та 1710507 тис. грн відповідно.

У табл. 4 наведено обсяг чистого прибутку, отриманого залізорудними підприємствами та шахтами у 2013—2017 рр.

Можемо помітити переважно позитивну тенденцію щодо зміни фінансового результату на всіх суб'єктах господарювання. Виняток становить лише 2015 рік, коли "Північний ГЗК" отримав збиток у сумі 1212497 тис. грн. У 2013—2015 роках ситуація була доволі стабільною,

Таблиця 2. Основні галузеві характеристики досліджуваних залізорудних підприємств

Суб'єкт	Група	Діяльність в Україні	Діяльність за кордоном
«Північний ГЗК»	«Метінвест»	Гірничодобувна, металургійна	Гірничодобувна, металургійна
«Південний ГЗК»	«Метінвест» та ін.	Гірничодобувна, металургійна	Консолідована фінансова звітність недоступна
«Центральний ГЗК»	«Метінвест»	Гірничодобувна, металургійна	Гірничодобувна, металургійна
Залізрудна шахта «Батьківщина»	КЗРК	Гірничодобувна	-
Залізрудна шахта «Ювілейна»	ПАТ «Свраз Суха балка»	Гірничодобувна	-
Залізрудна шахта «Жовтнева»	КЗРК	Гірничодобувна	-

Джерело: розроблено за даними підприємств.

Таблиця 3. Обсяг реалізації продукції залізорудними підприємствами та шахтами у 2013—2017 рр., тис. грн

Назва показника	Рік					Відхилення 2017 від 2013, +/-
	2013	2014	2015	2016	2017	
«Північний ГЗК»	13345344	12570735	13329415	15106505	23282274	9936930
«Південний ГЗК»	9203258	9836471	10566993	14605309	15312211	6108953
«Центральний ГЗК»	5672952	6272221	6531705	7102181	10727577	5054625
Залізрудна шахта «Батьківщина»	1418238	1568055	1632926	1775545	2681894	1263656
Залізрудна шахта «Ювілейна»	4003603	3771221	3998825	4531952	6984682	2981079
Залізрудна шахта «Жовтнева»	2576912	2754212	2958758	4089487	4287419	1710507

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності залізорудних підприємств.

Таблиця 4. Обсяг чистого прибутку, отриманого залізорудними підприємствами та шахтами у 2013—2017 рр., тис. грн

Назва показника	Рік					Відхилення 2017 від 2013, +/-
	2013	2014	2015	2016	2017	
«Північний ГЗК»	4441638	1545665	-1212497	3613101	7791826	3350188
«Південний ГЗК»	3300449	6772691	3486372	5903585	6813124	3512675
«Центральний ГЗК»	1572006	770846	687976	2218888	2709012	1137006
Залізрудна шахта «Батьківщина»	393002	192712	171994	554722	677253	284251
Залізрудна шахта «Ювілейна»	1332491	463700	363749	1083930	2337548	1005057
Залізрудна шахта «Жовтнева»	924126	1896353	976184	1653004	1907675	983549

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності залізорудних підприємств.

тоді як у 2016—2017 році спостерігається значне зростання виробництва, що особливо стосується "Північного ГЗК", а саме на 33550188 тис. грн, що фактично становило 7791827 тис. грн.

На "Південному ГЗК" також спостерігається значне зростання обсягу чистого прибутку у 2017 році порівняно з 2013 роком, а саме на 3512675 тис. грн, що фактично становило 6813124 тис. грн. Покращення фінансових результатів можна відмітити і на "Центральному ГЗК", де значення даного показника зросло на 1137006 тис. грн та фактично становило 2709012 тис. грн на кінець 2017 року.

Що стосується шахт "Батьківщина", "Ювілейна" та "Жовтнева", то зростання чистого прибутку становить 284251 тис. грн, 1005057 тис. грн та 983549 тис. грн відповідно.

У зв'язку з такими змінами безсумнівно трансформувалися й обсяги витрат. У статистиці підприємств показник "операційні витрати з реалізованої продукції, робіт, послуг" кількісно відображає витрати підприємств з виготовлення продукції (робіт, послуг), реалізованої у звітному періоді. До складу цього показника також включаються: собівартість продукції, виготовленої у попередніх періодах та реалізованої у звітному; собівартість реалізованого товару (послуг), придбаного і перепроданого без додаткової обробки на підприємстві, та оплата робіт, виконаних підрядниками [4]. При цьому до збутових витрат належать ті, з якими пов'язана реалізація (збут) продуктів. Маркетинговий тип витрат — це фінанси, які витрачаються виробниками продуктів чи надавачами послуг на стимулювання збуту, маркетингові дослідження. У таблиці 5 наведено обсяг витрат, понесений залізорудними підприємствами та шахтами у 2013—2017 рр.

Як бачимо за останні 5 років відбулося значне зростання операційних витрат на усіх досліджуваних підприємствах. Так, "Північний ГЗК" збільшив даний показник на 1046258 тис. грн, "Південний ГЗК" — на 4578327 тис. грн, а "Центральний ГЗК" — на 4082467 тис. грн. Що стосується шахт "Батьківщина", "Ювілейна" та "Жовтнева", то зростання обсягу витрат у 2017 році становило 1886903 тис. грн, 1281931 тис. грн, та 1020617 тис. грн відповідно.

На рисунку 1 більш детально наведена динаміка обсягу витрат на збут вітчизняних залізорудних підприємств у 2013—2017 рр.

Як бачимо, стабільно зростають витрати на збут лише на "Центральному ГЗК", а саме у 2017 році його значення становило 1668290 тис. грн, що на 1111382 тис. грн більше, ніж у 2013 році. Неоднорідна тенденція спостерігається на "Північному ГЗК", де після значного зменшення показника у 2016 році, він знову повернувся на попередню позицію. Що стосується "Південного ГЗК", то починаючи з 2015 року витрати на збут скорочуються з кожним роком, а саме на 926565 тис. грн за період 2013—2017 рр.

Варто зауважити, що лише на "Північному ГЗК" маркетингові витрати зросли на 19924 тис. грн. Тоді як на "Центральному ГЗК" та "Південному ГЗК" значення даного показника за 2013—2017 рр. зменшилося на 2966 тис. грн та 5247 тис. грн відповідно.

Світовий досвід говорить, що впровадження маркетингових і логістичних положень на промисловість різних сфер має вагомий відмінні риси, галузевою та виробничою специфікою таких виробництв (типовою та індивідуальною) і впливом, що здійснює глобалізація на всі напрями виробничо-збутової діяльності.

Як зазначає В. Ткач, сучасним засобом контролю, аналізу, прогнозування та управління практичною реалізацією більшості елементів потенціалу залізорудних підприємств в світі та в Україні є інтегрована організаційно-технічна автоматизована система управління підприємством (ІОТ АСУП), що складається з ряду локальних підсистем управління різної спеціалізації ("АСУ-ТП", "АСУ-МТЗ", "АСУ-фінанси", "АСУ-якість", "АСУ-кадри" та ін.). Оскільки невід'ємними елементами структури потенціалу підприємств є маркетинг і ло-

гістика, то для їх ефективної реалізації, в аспекті управління та інтегрованої взаємодії у складі ІОТ АСУП, доцільним є синтез спеціалізованих локальних підсистем типу "АСУ-маркетинг" і "АСУ-логістика", що саме і відповідає класичним засадам створення ієрархічних інтегрованих систем управління промислових підприємств [12].

В. Ткач також вказує на те, що швидкі управлінські впливи одночасно частково діють на виробниче середовище підприємства та його продукцію, й на його ринково-конкурентні можливості, що є важливим для досягнення підприємством ключових маркетингових цілей (максимізації своїх прибутків і задоволення потреб споживачів продукції). Цей вид впливів зорієнтований, в основному, на досягнення конкретних поточних і тактичних цілей маркетингу шляхом маневрування наявними ресурсними можливостями підприємства [13].

Інерційні ж управлінські впливи діють дискретно безпосередньо на процеси виробництва продукції, що забезпечує отримання її певних споживчих, якісних і вартісних показників; ця їх дія відбувається одночасно зі змінами задіяних на підприємстві виробничих технологій та/чи виробничого обладнання; при цьому часові цикли таких змін є досить тривалими (раз за 15—25 років для обладнання і 50—100 років для технологій) [13]. Таким видом впливу викликаний конкурентний успіх продукції підприємства (його велика частина) на цільовому збутовому ринку при сукупності таких ознак, як види продукції та/або різноманітність її асортименту, рівень якості продукту, показник собівартості вироблення продукту. Враховуючи тривалість названих циклів, управлінський вплив цього виду зорієнтований, в першу чергу, на досягнення маркетингового плану на рівні далекої (горизонтної) перспективи підприємницької діяльності виробництва.

Як зазначає К. Краус, основними формами реалізації ефективного управління маркетингом є: управління маркетинговими ризиками; створення бази даних маркетингової інформації; використання інструментів бенчмаркінгу; реалізація системи сейлз промоушн; застосування інструментів просування продукції; стимулювання дистанційної торгівлі та інтерактивного маркетингу; оптимізація асортименту; реалізація цінової політики; проведення маркетингових досліджень на ринку; сприяння створенню бізнес-інкубаторів та технопарків [3]. На основі індивідуального експертного опитування узагальнено отримані результати у таблиці 6.

Можемо помітити, що "Північний ГЗК" та "Південний ГЗК" є більш активними у сфері використання форм реалізації організаційно-економічного механізму маркетингового управління виробничо-збутовою діяльністю. Так, "Північний ГЗК" більше звертає увагу на такі форми, як: управління маркетинговими ризиками, створення бази даних маркетингової інформації, оптимізація каналів збуту, використання інструментів бенчмаркінгу, оптимізація асортименту. Тоді як, "Південний ГЗК" зосереджує увагу на

Таблиця 5. Обсяг витрат, понесений залізородними підприємствами та шахтами у 2013—2017 рр., тис. грн

Назва показника	Рік					Відхилення 2017 від 2013, +/-
	2013	2014	2015	2016	2017	
«Північний ГЗК» Усього операційних витрат:	7560236	9322452	14374611	11480686	13849912	6289676
Витрати на збут	766591	1077854	1971432	825451	1812849	1046258
Маркетингові витрати	23818	17404	37518	29698	43742	19924
«Південний ГЗК» Усього операційних витрат:	5272920	6046769	9827405	9179721	9851247	4578327
Витрати на збут	1056710	1338535	129512	128150	130145	-926565
Маркетингові витрати	123645	1710365	114904	110961	118398	-5247
«Центральний ГЗК» Усього операційних витрат:	3815049	6706671	7165284	6022597	7897516	4082467
Витрати на збут	556908	863277	1125676	1140982	1668290	1111382
Маркетингові витрати	38203	46128	44285	30748	35237	-2966
Залізородна шахта «Батьківщина» Усього витрат:	2268071	2796736	4312383	3444206	4154974	1886903
Залізородна шахта «Ювілейна» Усього витрат:	1476418	1693095	2751673	2570322	2758349	1281931
Залізородна шахта «Жовтнева» Усього витрат:	953762	1676668	1791321	1505649	1974379	1020617

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності залізородних підприємств.

використанні таких форм: створення бази даних маркетингової інформації, використання інструментів бенчмаркінгу, стимулювання дистанційної торгівлі та інтерактивного маркетингу, оптимізація асортименту. При цьому "Центральний ГЗК" виявляє меншу активність в розвитку маркетингової діяльності на підприємстві, а деякі форми залишаються взагалі поза увагою, наприклад: реалізація системи сейлз промоушн, стимулювання дистанційної торгівлі та інтерактивного маркетингу.

У таблиці 7 наведено результати оцінювання активності використання інструментів просування продукції на вітчизняних залізородних підприємствах.

Як бачимо, "Північний ГЗК" активно користується такими інструментами просування продукції, як створення позитивного іміджу компанії, зв'язки з громадськістю та реклама, виставки. При цьому "Південний ГЗК" вважає, що найкращими інструментами просування є саме останні. Що стосується "Центрального ГЗК", то він проявляє середню активність у використанні цих інструментів.

На основі отриманої інформації у таблицях 6 та 7 оцінимо рівень ефективності використання форм та

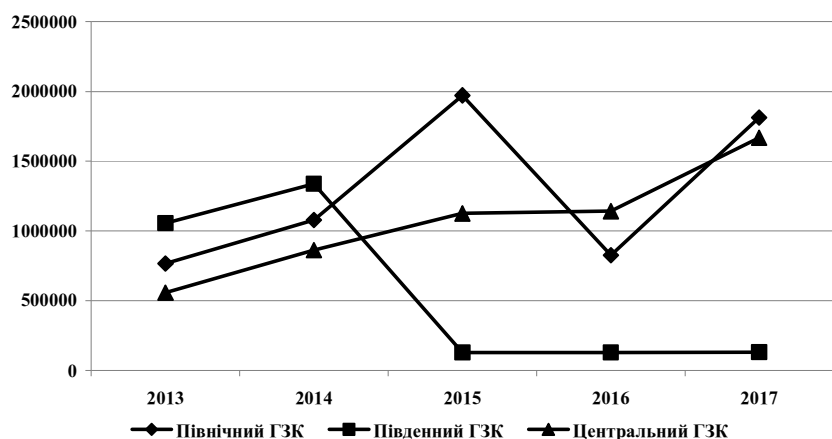


Рис. 1. Динаміка обсягу витрат на збут вітчизняних залізородних підприємств у 2013—2017 рр., тис. грн

Джерело: розраховано за даними фінансової звітності залізородних підприємств.

Таблиця 6. Використання форм реалізації організаційно-економічного механізму маркетингового управління виробничо-збутовою діяльністю на вітчизняних залізрудних підприємствах

Форма маркетингового управління	«Північний ГЗК»	«Південний ГЗК»	«Центральний ГЗК»
Управління маркетинговими ризиками	+++	+	++
Створення бази даних маркетингової інформації	+++	+++	+
Використання інструментів бенчмаркінгу	+++	+++	++
Оптимізація каналів збуту	+++	++	++
Реалізація системи сейлз промоушн	++	+	-
Застосування інструментів просування продукції	++	++	+
Стимулювання дистанційної торгівлі та інтерактивного маркетингу	++	+++	-
Оптимізація асортименту	+++	+++	++
Реалізація цінової політики	++	+	+
Проведення маркетингових досліджень на ринку	++	++	+
Сприяння створенню бізнес-інкубаторів та технопарків	++	++	+

Примітка:

- + + + - більш активне використання;
- + + - менш активне використання;
- + - майже не використовується;
- - не використовується взагалі.

Джерело: розроблено за даними підприємств.

Таблиця 7. Використання маркетингових інструментів стимулювання збуту на вітчизняних залізрудних підприємствах

Інструменти просування продукції	«Північний ГЗК»	«Південний ГЗК»	«Центральний ГЗК»
Створення позитивного іміджу компанії	+++	++	++
Реклама, виставки	+++	+++	++
Зв'язки з громадськістю	+++	++	+
Надання знижок	++	+	-
Торгівля у кредит	++	++	+
Персональний продаж	++	+	+

Примітка:

- + + + — більш активне використання;
- + + — менш активне використання;
- + — майже не використовується;
- — не використовується взагалі.

Джерело: розроблено за даними підприємств.

інструментів реалізації організаційно-економічного механізму маркетингового управління виробничо-збутовою діяльністю на вітчизняних залізрудних підприємствах. При цьому значення активності використання того чи іншого методу або ресурсу відповідно виражаємо у вигляді бальної оцінки, де: "+" прирівнюється до 1 бала; "++" прирівнюється до 2 балів; "+++" при-

рівнюється до 3 балів; "-" прирівнюється до 0 балів. Результати наведено у таблиці 8.

Більш детально результати оцінювання наведено на рисунку 2.

Можемо спостерігати, що використання форм та інструментів реалізації організаційно-економічного механізму маркетингового управління виробничо-збутовою діяльністю найбільш повно реалізовано на "Північному ГЗК". Посередня ефективність спостерігається на "Південному ГЗК". Тоді як, "Центральний ГЗК" має удвічі гірші результати, ніж "Північний ГЗК".

Варто також зауважити, що останніми роками вітчизняна залізрудна гірничодобувна промисловість зіткнулася з рядом вагомих проблемних питань, що мають дуже негативний вплив на технічний і економічний результат їх діяльності та головним чином зв'язані з досягненням вітчизняних гірничодобувних підприємств щодо значної глибини розробок, крайньої нестабільності цін світового ринку на товарні залізрудні сировини, зміну ринкових видів від ринків-продавців до ринків-покупців шляхом зменшення попиту на залізрудну сировину через затяжну світову кризу. Усе перелічене в сукупності створює досить складне становище для гірничодобувної промисловості і при невживанні термінових дій по підвищенню результативності їхньої діяльності може спричинити серйозні наслідки для таких виробництв, залізрудного гірничого добування і державної економічної ситуації загалом.

ВИСНОВКИ

За показниками частки балансових запасів залізної руди та діючих потужностей з видобутку і переробки залізрудної сировини Криворізький залізрудний басейн посідає основне місце у залізрудній промисловості України. Відповідно, підприємства, задіяні у експлуатації Криворізького залізрудного басейну, роблять основний внесок у результати діяльності галузі. Таким чином, аналіз фінансової звітності, стану реалізації організаційно-економічного механізму маркетингового управління виробничо-збутовою діяльністю на зазначених залізрудних підприємствах з відкритим і підземним видами рудовидобутку, оцінка ступеню ефективності такого механізму є найбільш показовими для галузі в цілому. Проведене дослідження вказує на існування невикористаних резервів у відповідній сфері управління діяльністю підприємств й, відтак, на необхідність визначення напрямків системного вдосконалення організаційно-економічного механізму маркетингу залізрудних підприємств України в контексті її інтеграції в світовий економічний простір.

Література:

1. Герасимчук С.М. Геологічний інтерактив Білозерського рудоносного басейну // Сучасна наука: тенденції та перспективи: матеріали регіональної internet-конф. молодих учених (15—19 травня 2017 р.). — Мелітополь, 2017. — С. 345—347.

Таблиця 8. Рівень ефективності використання форм та інструментів реалізації організаційно-економічного механізму маркетингового управління виробничо-збутовою діяльністю на вітчизняних залізрудних підприємствах

Форма маркетингового управління	«Північний ГЗК»	«Південний ГЗК»	«Центральний ГЗК»
Використання форм реалізації організаційно-економічного механізму маркетингового управління виробничо-збутовою діяльністю на вітчизняних залізрудних підприємствах	27,0	23,0	13,0
Використання маркетингових інструментів стимулювання збуту на вітчизняних залізрудних підприємствах	15,0	11,0	7,0
Інтегральна оцінка ефективності	42,0	34,0	20,0

Джерело: розроблено за даними підприємств.

2. Калініченко В., Письменний С., Грищенко М. Селективна розробка складноструктурних рудних покладів криворізького залізрудного басейну підземним способом / Всеволод Калініченко, Сергій Письменний, Михайло Грищенко // Школа підземної розробки: тези доп. XII Міжнар. наук.-практ. конф., 4–8 верес. 2018 р., Бердянськ. — Дніпро: ЛізуновПрес, 2018. — С. 37–38.

3. Краус К. М. Українська практика управління маркетингом малих торговельних підприємств / К.М. Краус // Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. Сер.: Економіка і менеджмент. — 2014. — № 1. — С. 87–96.

4. Матковський С.О., Гринькевич О.С., Сорочак О.З., Гальків Л.І., Прокопович-Павлюк І.В. Статистика підприємств: навчальний посібник / За ред. С. О. Матковського. — 3-тє вид., стереотипне. — К., Алерта, 2017. — 560 с.

5. Офіційний сайт Залізрудна шахта "Батьківщина". — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A8%D0%B0%D1%85%D1%82%D0%B0_%C2%AB%D0%A0%D0%BE%D0%B4%D1%96%D0%BD%D0%B0%C2%BB

6. Офіційний сайт Залізрудна шахта "Жовтнева" [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A8%D0%B0%D1%85%D1%82%D0%B0_%C2%AB%D0%96%D0%BE%D0%B2%D1%82%D0%BD%D0%B5%D0%B2%D0%B0%C2%BB

7. Офіційний сайт Залізрудна шахта "Ювілейна" [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://krt.dp.ua/ua/pratsyuyuchi/20-shakhti/39-shakhtayuvilejna-pat-evraz-sukha-balka>

8. Офіційний сайт Південний ГЗК [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ugok.com.ua>

9. Офіційний сайт Північний ГЗК [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://sevgok.metinvestholding.com/ua>

10. Офіційний сайт Центральний ГЗК [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://cgok.metinvestholding.com/ua>

11. Розробка та впровадження комплексу науково-технічних рішень із забезпечення сталого розвитку гірничодобувних підприємств криворізького залізрудного басейну. — Кривий Ріг: 2013. — 10 с. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.kdpu-nt.gov.ua/sites/default/files/r40_3.doc

12. Ткач В.М. Особливості залізрудних підприємств України як чинники впливу на реалізацію засад маркетингу і логістики в їх інтегрованому управлінні / В.М. Ткач, В.М. Соломаха // Формування ринкової економіки: зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана"; редкол.: О.О. Беляєв (відп. ред.) [та ін.]. — Київ: КНЕУ, 2013. — Вип. 30. — С. 356–371.

13. Ткач В.М. Особливості формування стратегії розвитку залізрудних підприємств України на засадах маркетингу в умовах глобалізації / В.М. Ткач // Економіка та підприємництво: зб. наук. пр. молодих учених та аспірантів: у 2 ч. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана"; редкол.: С.І. Дем'яненко (відп. ред.) [та ін.]. — Київ: КНЕУ, 2015. — Вип. 34–35, ч. 1. — С. 297–311.

References:

1. Herasymchuk, S.M. (2017), "Geological interactive of the Belozersky ore-bearing basin", *Materialy rehional'noi internet-konferentsii molodykh uchenykh* [Modern science: trends and perspectives: materials of the regional internet-conference of young scientists], Melitopol, Ukraine, 15–19 May, pp. 345–347.

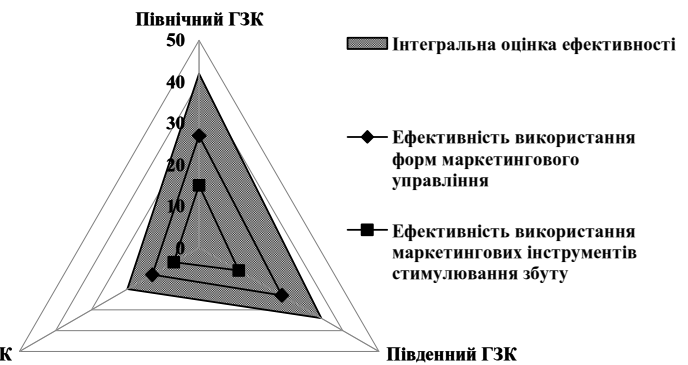


Рис. 2. Інтегральна оцінка ефективності використання форм та інструментів реалізації організаційно-економічного механізму маркетингового управління виробничо-збутовою діяльністю на вітчизняних залізрудних підприємствах

Джерело: розроблено за даними підприємств.

2. Kalinichenko, V. Pys'mennyj, S. and Hryshchenko, M. (2018), "Selective development of complex structural ore deposits of the Kryvyi Rih iron ore basin under the underground method", *Shkola pidzemnoi rozrobky : tezy dopovidej XII Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii* [School of underground development: abstracts of the XII International Scientific and Practical Conference], Berdyansk, Ukraine, 4–8 September, pp. 37–38.

3. Kraus, K.M. (2014), "Ukrainian practice of marketing of small trade enterprises", *Visnyk Skhidnoievropejs'koho universytetu ekonomiky i menedzhmentu. Ser.: Ekonomika i menedzhment*, vol. 1, pp. 87–96.

4. Matkovs'kyj, S.O. Hryn'kevych, O.S. Sorochak, O.Z. Hal'kiv, L.I. and Prokopovych-Pavliuk, I.V. (2017), *Statystyka pidpryemstv* [Enterprise statistics], Alerta, Kyiv, Ukraine.

5. wikipedia (2019), "Iron ore mine "Batkivshchina", available at: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A8%D0%B0%D1%85%D1%82%D0%B0_%C2%AB%D0%A0%D0%BE%D0%B4%D1%96%D0%BD%D0%B0%C2%BB (Accessed 10 April 2019).

6. wikipedia (2019), "Iron ore mine "Zhovtneva", available at: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A8%D0%B0%D1%85%D1%82%D0%B0_%C2%AB%D0%96%D0%BE%D0%B2%D1%82%D0%BD%D0%B5%D0%B2%D0%B0%C2%BB (Accessed 10 April 2019).

7. Iron ore mine "Yuvileyna" (2019), available at: <http://krt.dp.ua/ua/pratsyuyuchi/20-shakhti/39-shakhtayuvilejna-pat-evraz-sukha-balka> (Accessed 10 April 2019).

8. PJSC "Southern Mining Factory" (2019), available at: <http://ugok.com.ua> (Accessed 10 April 2019).

9. Northern GOK (2019), available at: <https://sevgok.metinvestholding.com/ua> (Accessed 10 April 2019).

10. Central GOK (2019), available at: <https://cgok.metinvestholding.com/ua> (Accessed 10 April 2019).

11. Committee on State Prizes of Ukraine in the field of science and technology (2013), "Development and implementation of a complex of scientific and technical solutions for the sustainable development of mining enterprises of the Kryvyi Rih iron ore basin", available at: http://www.kdpu-nt.gov.ua/sites/default/files/r40_3.doc (Accessed 10 April 2019).

12. Tkach, V.M. (2013), "Features of the iron ore enterprises of Ukraine as factors of influence on the implementation of the principles of marketing and logistics in their integrated management", *Formuvannia rynkovoї ekonomiky : zb. nauk. pr. KNEU*, vol. 30, pp. 356–371.

13. Tkach, V.M. (2015), "Peculiarities of formation of the strategy of development of iron ore enterprises of Ukraine on the principles of marketing in the conditions of globalization", *Ekonomika ta pidpryemnytstvo : zb. nauk. pr. molodykh uchenykh ta aspirantiv KNEU*, vol. 34–35, no. 1, pp. 297–311.

Стаття надійшла до редакції 15.04.2019 р.