

4.2. Особливості експортної орієнтації металургійного виробництва

У 2000-2007 рр. Україна успішно використала наявний вагомий експортний потенціал, перетворилась у значного оператора світового ринку сталевих продукції. За даними ISSB, за обсягом експорту сталевих напівфабрикатів, прокату і труб Україна 2006 року займала п'яте місце у світі після Китаю, Японії, Росії і сумарного показника країн ЄС, а її частка в обсязі світової торгівлі досягла 10,7 %. Основними конкурентними перевагами, завдяки яким Україна зміцнила свої позиції на світових ринках, є наступні:

- вагомий виробничий потенціал чорної металургії, який значно перевищує потреби внутрішнього ринку і посилюється внаслідок проведення радикального технологічного оновлення галузі;
- наявність власної залізорудної сировини, дешевої за світовими вимірами робочої сили, менші екологічні витрати;
- формування вертикально інтегрованих компаній у рамках провідних фінансово-промислових груп, що посилює забезпеченість підприємств сировинними ресурсами і створило умови для зменшення рівня виробничих витрат;
- створення і вдосконалення ефективних систем просування продукції на світові ринки через партнерство зі світовими фірмами – металотрейдерами і через придбання зарубіжних металургійних активів.

Підвищенню конкурентоспроможності української продукції сприяла також успішно проведена на початку 2000-х років робота із сертифікації систем управління якістю за новим стандартом ISO 9001:2000. Це дало змогу провідним підприємствам за короткий термін освоїти виробництво прокатної продукції із її сертифікацією за вимогами національних стандартів провідних країн. Зростанню прибутків від експорту сприяло також поліпшення кон'юнктури світових ринків, що вітчизняним підприємствам удалося максимально використати, особливо у 2003 і 2004 рр. За даними Держкомстату України, експорт металопродукції у період з 2000 до 2007 рр. зріс у фізичних обсягах з 29,8 до 32,2 млн т, а у вартісному вимірі – з 5,0 до 16,7 млрд дол США, або у 3,3 рази (дод. М та Н). Продуктова структура експорту визначається попитом і цінами на світових ринках, вона практично залишається незмінною і свідчить про переважання продукції з низькою доданою вартістю: напівфабрикатів, рядового сортового прокату, гарячекатаного товстого листа. Важливою статтею експорту залишається сировинна металопродукція. Досить суттєвим структурним зрушенням стало зменшення частки сталевих металобрухту внаслідок тарифного регулювання його експорту. В інтересах вітчизняних металургів у кінці 2002 р. запроваджено експортне мито на брухт чорних металів у розмірі 30 євро/т, унаслідок чого частка брухту в експорті металопродукції зменшилася з 17,4 % у 2000 р. до 2,1 % у 2007 р. Відповідно скоротилась і загальна частка сировинної продукції – з 25,6 до 12,4 %. Що стосується інших видів сировинного експорту, то його стабільними статтями є переробний чавун і феросплави, сумарна частка яких становила 10,2 % (дод. М). На переробний чавун існує стабільний попит, про що свідчить суттєве зростання середньої статистичної ціни українського експорту – з 110,8 (2000 р.) до 296,4 дол США (2007 р.). У перспективі попит на чавун буде збільшуватися передусім унаслідок обмеження з екологічних причин цього шкідливого виробництва в розвинених країнах світу. Про це свідчить географічна структура експорту: 52,6 % його обсягу спрямовується на привабливі в ціновому відношенні

ринки країн ЄС (у тому числі 44 % припадає на Італію) і 13,7 % – США. При середній статистичній ціні експорту 296,4 дол США/т ціна 1 т експорту чавуну в Польщу дорівнювала 371,7 дол США, у США – 309,0 дол США. Як уже зазначалося, у зв'язку з ліквідацією мартенівського виробництва сталі і заміною його на киснево-конверторне, потреба в чавуні в Україні зростатиме, проте масштабна реконструкція доменного виробництва зі збільшенням потужностей існуючих агрегатів і будівництвом нових печей передбачає суттєве зростання обсягів виробництва чавуну, і частина цього приросту може бути спрямована на експорт. Показовим у цьому аспекті є відчутне збільшення експорту чавуну в 2007 р. – на 64,2 % порівняно з попереднім роком, до 2 066,27 млн т, розширення географії експорту і збільшення затребуваності на престижних у ціновому відношенні ринках (Іспанія, Великобританія, Тайвань, Таїланд, Південна Корея), істотне збільшення середньої ціни 1 т експорту – на 18 % до 296,4 дол США.

Україна є одним з провідних світових виробників марганцевих феросплавів: у 2006 р. її частка дорівнювала 12,7 %, у тому числі 16,3 % світового виробництва феросилікомарганцю і 7,6 % – феромарганцю. Це виробництво має чітко виражену експортну спрямованість. Так у 2007 р. із 1 743,8 тис. т вироблених марганцевих феросплавів експорт становив 1 077,96 тис. т, або 61,8 % для порівняння: у 2006 р. – близько 23 %). Основними ринками збуту феросиліцію були Росія, Туреччина, Білорусь, Швеція, Польща; феросилікомарганцю – Росія, Туреччина, Південна Корея, Німеччина; феромарганцю – Росія, Румунія, Казахстан. У світі зберігається постійний попит на феросплави, й Україна в перспективі залишиться провідним експортером цього виду продукції.

У 2001-2007 рр. проявилася чітка тенденція зростання обсягів і частки прокату в структурі українського експорту. Експорт металопрокату у фізичному вимірі зріс на 27,1 %, а його частка – з 74,4 до 87,6 % (дод. М). У структурі експорту сталевих прокату у 2000 і 2007 рр. кардинальних зрушень не відбулося (табл. 4.10). Домінуючими статтями експорту залишаються продукти з низькою доданою вартістю: сталеві напівфабрикати з нелегованої сталі (їх частка збільшилась із 40,6 до 41,7 % у загальному обсязі експорту прокату), гарячекатаний плоский прокат із нелегованої сталі без покриття (зростання з 22,5 до 24,7 %), а також довгомірний і сортовий прокат із нелегованої сталі переважно будівельного сортаменту – скорочення з 27,3 до 26,2 %.

Таблиця 4.10

Структура експорту сталевих прокату у фізичному і вартісному вимірах: %*

Показник	У фізичному вимірі, тис. т		У вартісному вимірі, млн дол США	
	2000	2007	2000	2007
Усього	100,0	100,0	100,0	100,0
У тому числі: напівфабрикати	42,2	41,9	35,1	34,9
з них:				
з нелегованої сталі	40,6	41,7	33,3	34,5
з нержавіючої сталі	0,1	0,0	0,4	0,1
з інших легуваних сталей	1,5	0,2	1,4	0,3
плоский прокат	30,5	31,9	34,8	35,8
з нього:				
з нелегованої сталі без покриття	29,0	28,9	31,9	30,8
у тому числі:				
гарячекатаний, ≥ 600 мм	22,5	24,7	23,1	26,6
холоднокатаний, ≥ 600 мм	5,7	3,6	7,9	3,6
прокат < 600 мм	0,8	0,6	0,9	0,6
інший плоский прокат	1,5	3,0	2,9	4,9

у тому числі:				
з нелегованої сталі з покриттям	0,8	0,4	1,8	0,9
з нержавіючої сталі	0,0	0,0	0,0	0,0
з інших легованих сталей	0,7	2,6	1,1	4,0
довгомірний і сортовий прокат	27,3	26,2	30,1	29,3
з нього:				
з нелегованої сталі	24,6	24,8	25,2	25,3
з нержавіючої сталі	0,1	0,1	1,4	1,4
з інших легованих сталей	2,6	1,2	3,5	2,6

* Джерело: складено за даними Держкомстату України за відповідні роки.

Найбільшою продуктовою групою українського експорту є сталеві напівфабрикати: квадратна, кругла заготовка і сляби. Як уже зазначалося, через технологічну відсталість галузі при виході на зовнішні ринки на початку 90-х років минулого століття Україна поступилася в конкурентній боротьбі передовим світовим виробникам продукції високого ступеня переробки (США, країни ЄС, Японія), тому національні виробники вимушені були зайняти нішу напівфабрикатів. З іншого боку, ця ринкова ніша нині залишається найбільш ємною, ліквідною і передбачуваною у світовому металоринку внаслідок причин виробничого, економічного та екологічного характеру.

По-перше, розвиток підприємств неповного циклу – металургійних міні-заводів – зумовив посилену потребу світової металургії у сталевих напівфабрикатах. По-друге, попит на сталеві напівфабрикати в перспективі зростатиме через скорочення і ліквідацію у провідних країнах найбільш екологічно шкідливих і дешевих виробництв. До того ж, не лише провідні країни, але й ті, що розвиваються і намагаються створити власну металургію за умови мінімальних інвестицій в основний капітал (В'єтнам, Індонезія, Таїланд, Малайзія), надають перевагу розвитку передусім прокатних потужностей, а це збільшує світовий попит на сталеві напівфабрикати. На початку 2000-х років унаслідок посилення попиту на цей вид продукції почали зростати ціни на нього. У 2002-2004 рр. середня статистична ціна експорту напівфабрикатів становила 80,2-85,9 % від середньої експортної вартості сортового прокату (табл. 4.11). Тому виробнича стратегія власників провідних металургійних підприємств полягала в нарощуванні експорту і створенні ефективних систем просування сталевих напівфабрикатів на світові ринки, передусім на привабливі в ціновому відношенні ринки країн ЄС і США.

Таблиця 4.11

Середня статистична ціна 1 т експорту української металопродукції, дол США*

Продукція	2000	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Сировинна група	126,8	154,4	246,1	324,8	385,5	409,0	485,1	867,6	421,2
У тому числі:									
чавун	110,8	111,4	140,5	232,3	245,8	248,2	295,5	495,9	267,5
феросплави	419,0	472,3	540,0	651,6	698,4	687,7	917,0	1 666,2	912,5
сталевий металобрухт	67,6	83,7	124,3	195,0	204,7	229,6	287,3	467,0	230,7
Прокат	182,9	179,1	227,4	342,6	399,2	411,2	519,5	760,9	397,8
У тому числі:									
напівфабрикати	158,3	157,6	194,8	297,8	326,6	348,9	430,8	690,8	344,9
довгомірний і сортовий прокат	201,1	193,0	243,0	346,6	410,9	451,6	585,1	837,9	436,9
плоский прокат	208,9	196,4	255,3	389,9	467,0	467,1	582,2	815,6	466,7
з нього:									
гарячекатаний	187,5	183,7	234,0	374,2	443,5	442,1	559,6	н. д.	н. д.
холоднокатаний	251,4	225,4	312,1	424,7	478,0	448,5	519,7	н. д.	н. д.
інший	363,0	309,5	369,8	507,9	720,7	723,4	851,9	н. д.	н. д.
Усього	168,6	174,3	229,9	339,7	397,6	411,0	515,3	772,1	400,6

* Джерело: розраховано за даними Держкомстату України та Держзовнішінформу України щодо експорту металопродукції в натуральному і вартісному вираженні.

Проте у 2005-2007 рр., унаслідок, перш за все, китайської експортної експансії, збільшення виробництва сталі та експортних можливостей Індії, Туреччини, Бразилії, які є конкурентами України на цьому ринку, темп зростання ціни експорту вітчизняних напівфабрикатів значно сповільнився. Тому, починаючи з 2005 р., власники провідних вітчизняних підприємств почали запроваджувати нову виробничу стратегію розвитку, яка полягає у відмові від виробництва напівфабрикатів як основного експортного продукту і розвитку прокатного виробництва з метою закріплення на ринках прокатної продукції. Це підтверджується динамікою експортних цін української металопродукції у 2000-2007 рр. (див. табл. 4.11).

До 2004 р. випереджаючими темпами підвищувалися експортні ціни на продукти сировинної групи, напівфабрикати і гарячекатаний плоский прокат. Після 2004 р. темп зростання цін на прокатну продукцію перевищує аналогічні показники за продуктами сировинної групи, а лідерами стають довгомірний і сортовий прокат та інші види плоского прокату (переважно оцинкований плоский прокат із нелегованої сталі, попит на який зростає в Росії).

Підвищеними темпами, порівняно з ціною на напівфабрикати, зростала експортна ціна на гарячекатаний плоский прокат. Успіхи українських підприємств у підвищенні якості продукції та попиту на світових ринках створили умови для закріплення вітчизняних виробників у нішах сортового прокату будівельного сортаменту і плоского гарячекатаного листового й рулонного прокату з подальшим освоєнням більш складних і технологічних видів продукції.

Зрушення в територіальній структурі експорту прокату в період 2000-2007 рр. зумовлені структурними змінами у світовому виробництві сталевих продукції, появою нових потужних гравців на світових металоринках (Китай, Туреччина, Індія, Бразилія), регіональною динамікою попиту на металопродукцію. Зокрема, перетворення Китаю у кінці 2005 р. у нетто-експортера сталевих прокату призвело до практичної втрати Україною китайського ринку (0,3 % загального обсягу експорту у 2006 р. проти 15,0 % у 2003 р.), а також суттєвого зменшення присутності вітчизняних виробників на ринках Азії, зокрема територіально близьких до Китаю країн Південно-Східної Азії. Загалом експорт у країни Азії зменшився в цей період із 62,9 до 41,6 %. Натомість українським підприємствам удалося використати сприятливу кон'юнктуру і компенсувати ці втрати суттєвим збільшенням експорту в країни Європи – до 21,2 (2007 р.) проти 15,8 % (2003 р.) і Америки (відповідно 9,3 проти 1,9 %). Зокрема, експорт на привабливі в ціновому відношенні ринки країн ЄС і США зріс у цей період відповідно з 9,6 до 17,5 % та з 0,4 до 3,6 % (табл. 4.12, рис. 4.1).

Таблиця 4.12

Територіальна структура експорту прокату з України, %*

Країна	2003	2004	2005	2006	2007
Європа	15,8	19,5	19,8	24,5	21,2
У тому числі:					
країни ЄС	9,6	13,0	13,9	15,8	17,5
інші країни Європи	6,2	6,5	5,9	8,7	3,9
Азія	62,9	52,8	54,0	39,0	41,6
У тому числі:					
Китай	15,0	7,8	2,9	0,3	н. д.
Південна Корея	2,5	3,0	0,8	0,4	0,9
Країни Близького Сходу	26,2	26,5	34,2	30,3	33,1
з них Туреччина	5,3	8,3	9,8	10,7	14,0
Країни СНД	8,3	10,3	11,6	12,0	15,2
У тому числі					
Росія	5,9	7,4	8,2	8,2	9,7

Америка	1,9	6,0	4,0	12,5	9,3
У тому числі США	0,4	1,6	2,0	6,0	3,6
Африка	11,1	11,4	10,6	12,0	12,7
Усього	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

* Джерело: розраховано за даними Держкомстату України та Держзовнішінформу України щодо експорту металопродукції в натуральному і вартісному вираженнях.

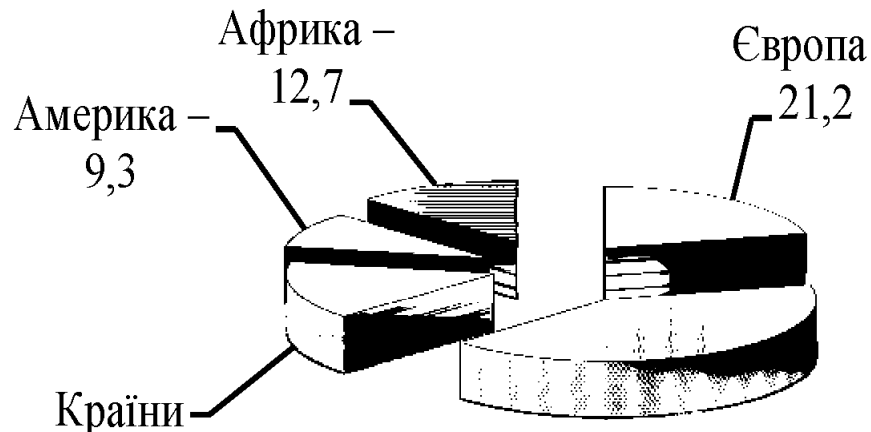


Рис. 4.1. Територіальна структура експорту прокату з України 2007 р., %

У 2007 р. експорт сталевого прокату у фізичному вимірі досяг найбільшого обсягу за часів незалежності. Вітчизняні виробники зміцнили свої позиції на ринках країн Близького Сходу, який залишався основним (одна третина всього експорту) і стабільним ринком збуту українського прокату. Зокрема, частка Туреччини стабільно зростала і 2007 р. досягла 14,0 %. Розширювалась наявність України і на ринках СНД, а частка експорту в Росію досягла 9,7 %. Україні вдалося втримати позиції і на ринках країн Африки (12,7 % загального експорту 2007 р.).

Територіальна структура експорту прокату за видами продукції яскраво характеризує рівень розвитку вітчизняної металургії і можливості українських виробників на різних світових ринках (дод. П, Р). Основними ринками збуту напівфабрикатів є країни ЄС (29,1 % загального українського експорту цієї продукції), а також країни Близького Сходу (30,8 %) та Америки (18,0 %). Найбільшими споживачами українського довгомірного і сортового прокату були країни СНД (32,5 %), Близького Сходу (22,5 %) та Африки (23,3 %). На країни Близького Сходу припадала майже половина всього експорту гарячекатаного плоского прокату – 50,2 %, у тому числі частка Туреччини становила 29,5 %, ще 11,3 % загального обсягу цієї продукції експортовано в Росію і 8,7 % – у країни ЄС. Основними ринками збуту холоднокатаного прокату були країни Близького Сходу (44,3 %) і СНД (23,2 %), причому частки Туреччини і Росії дорівнювали відповідно 31,1 та 20,6 %. Велика частка 75,4 % інших видів прокату, переважно оцинкованого з нелегованої сталі, припадала на країни СНД (на Росію – 69,4 %) і ще 10,2 % – на країни Америки (дод. П). У структурі українського прокату, який експортовано в країни ЄС, частка напівфабрикатів становила 71,0 %, а в експорті до США – 91,3 %, як через неможливість витримати конкуренцію на ринках високотехнологічної продукції, так і через систему захисту внутрішніх ринків цих країн шляхом квотування продукції більш високого ступеня переробки. В експорті до країн Близького Сходу 39,6 % становили напівфабрикати і 36,9 % – гарячекатаний плоский прокат. Останній перевищував половину (51,5 %) експорту в Туреччину. Найбільш прогресивною була структура українського експорту в країни СНД, зокрема

Росію, куди напівфабрикати практично не експортуються, а близько однієї третини (28,7 проти 1,2-8,6 % в інші регіони) становили високотехнологічні продукти – холоднокатаний плоский прокат і прокат з покриттям (оцинкований плоский) та інші види плоского прокату. Основними статтями українського експорту в країни Північної Африки були напівфабрикати – 50,8 % та довгомірний і сортовий прокат – 38,6 % (дод. Р).

Що стосується середньої статистичної ціни експорту українського прокату на світових ринках у 2007 р., то на найбільш привабливих у ціновому відношенні і водночас максимально закритих для України ринках країн ЄС і США середня вартість усіх видів прокату (крім напівфабрикатів) на 8-400 % перевищувала відповідні показники середньої ціни українського експорту (дод. С). До 14 % від загального обсягу експорту напівфабрикатів до країн ЄС реалізовано за цінами від 488 до 575 дол США за 1 т, що перевищило середню ціну експорту 1 т довгомірного і сортового прокату в країни Азії та Африки. В окремі країни ЄС партії довгомірного і сортового прокату продано за цінами 920-1 708 дол США/т у США – 2 379 дол США/т. Проте загалом за такими цінами в ці країни реалізовано лише близько 12 % від загального експорту прокатної продукції. Водночас спостерігались і факти експорту за низькими цінами. Зокрема, 69 % загального обсягу експортованих до ЄС напівфабрикатів реалізовано в Італію за середньою ціною 405,2 дол США/т, понад 40 % експорту в ЄС гарячекатаного плоского прокату (240 тис. т) – у Польщу за ціною 614,8 дол США/т. В основному для України за обсягом експорту ринку країн Близького Сходу ціни на всі види прокату були нижчими, ніж відповідні середні експортні ціни, також це стосується також і цінових показників експорту напівфабрикатів, довгомірного і сортового та інших видів плоского прокату в країни Африки. Натомість перспективним у ціновому відношенні для України є ринок СНД, зокрема Росії, де показники середньої ціни експорту на всі види прокату (крім холоднокатаного плоского) перевищували значення відповідних середніх експортних цін. Тому для країн СНД і Росії відповідні частки експорту у вартісному вираженні перевищують аналогічні у фізичному – відповідно на 4,2 та 3,2 відсоткові пункти, на відміну від решти регіонів (табл. 4.13).

Таблиця 4.13

Територіальна структура експорту прокату з України 2007 р. у фізичному і вартісному вираженнях, %*

Країна	Експорт		Співвідношення (+/-), відсоткових пунктів
	фізичне вираження	вартісне вираження	
Європа	21,2	21,3	+ 0,1
у тому числі:			
країни ЄС**	17,3	17,4	+ 0,1
інші країни	3,9	3,9	0,0
Азія	41,6	39,1	- 2,5
у тому числі країни Близького Сходу	33,1	30,6	- 2,5
з них Туреччина	14,0	12,8	- 1,2
СНД	15,2	19,4	+ 4,2
у тому числі Росія	9,7	12,9	+ 3,2
Америка	9,3	8,5	- 0,8
у тому числі США	3,6	3,3	- 0,3
Африка	12,7	11,7	- 1,0
у тому числі країни Північної Африки	8,8	7,9	- 0,9

* Джерело: розраховано за даними Держкомстату України щодо експорту металопродукції в натуральному і вартісному вираженнях; Металл бюллетень. Україна. – 2008. – № 2. – С. 101, 103, 108, 107.

** Без Кіпру.

У кінці 2008 р. і у 2009 р. українські виробники намагалися втримати позиції на світових металоринках в умовах стрімкого падіння цін, нестабільного попиту, протекціоністської політики багатьох країн, загострення конкуренції з іноземними виробниками-експортерами. У 2008 р. експорт знизився лише на 6,4 %, порівняно з 2007 р., унаслідок надсприятливої кон'юнктури зовнішніх ринків у першому півріччі. У 2009 р. за рахунок передусім оперативного зменшення собівартості виробництва сталі, що стало можливим завдяки державній підтримці галузі, а також низькому курсу національної валюти, українським виробникам удалося зберегти присутність на своїх традиційних ринках і здійснити ситуативну експансію на ринки країн Південно-Східної Азії, зокрема в Китай, де ціни на металопродукцію у 2009 р. були високими. Тому порівняно з попереднім роком експорт у фізичному вимірі впав на 14,9 %, що менше, ніж падіння виробництва основних видів продукції (табл. 4.14).

Таблиця 4.14

Структура експорту сталевого прокату з України*

Показник	2008		2009	
	тис т	млн дол США	тис т	млн дол США
Прокат усього	26 400,22	20 089,20	22 471,20	8 939,24
У тому числі:				
напівфабрикати	12 566,35	8 680,63	11 500,37	3 966,01
довгомірний і сортовий прокат	5 610,63	4 701,41	4 923,87	2 151,12
плоский прокат	8 223,24	6 707,16	6 046,96	2 822,11

* Джерело: складено за даними Кабінету Міністрів України за відповідні роки.

Проте основним негативним наслідком 2009 року стало суттєве погіршення видової структури експорту. Несприятлива кон'юнктура і тарифні обмеження на світових металоринках, загострення конкуренції ще сильніше виявили неконкурентоспроможність українського готового насамперед порівняно з продукцією російських і турецьких металургів. Це проявляється в порівняно низькій якості прокату і більших питомих витрат на перекаат 1 т сталевий заготовки внаслідок фізично і морально застарілих прокатних потужностей, тому національні виробники були вимушені збільшити експорт сталевих напівфабрикатів. У 2008 р. їх частка зросла до 47,6 проти 41,9 % у 2007 р., а у 2009 р. напівфабрикати становили понад половину експорту прокату – 51,2 %. Порівняно з 2007 р., частка довгомірного і сортового прокату в 2009 р. зменшилася на 4,3 відсоткові пункти – до 21,9 %, а частка плоского прокату – відповідно на 5 – до 26,9 %. Найбільш вагомими імпортерами українського сталевий прокату 2009 р. були Туреччина, Китай (по 2 млн т), Росія (1,5 млн т), Індія (близько 1 млн т), а також Єгипет, Ливан. Слід, проте, відзначити суттєве падіння експорту в Туреччину і Росію, які у 2007 р. були провідними імпортерами прокату – відповідно 3,9 та 2,1 млн тонн.

Експортна орієнтованість виробництва українських підприємств у 2000-2007 рр. призвела до зростання цін на внутрішньому ринку металопродукції і збільшення імпортних поставок. За даними Держкомстату України, за 2000-2007 рр. імпорту металопродукції у фізичному вимірі зріс у 6,1 рази – до 2,86 млн т, а у вартісному – у 9 разів – до 2,24 млрд дол США (дод. Т, У). Основною сировинною статтею імпорту є продукти, які практично не виробляються в Україні, – технічно чисте залізо і залізо прямого відновлення, що становили понад 67 % імпорту товарів сировинної групи і 18,9 % загального обсягу імпорту. Стабільно зростав імпорту в Україну і прокатної продукції: якщо у 2000 р. імпорту у фізичному вимірі дорівнював 0,38 млн т, то 2007 р. він зріс у 5,5 рази – до 2,06 млн т, а у вартісному вимірі – у 8,8 рази і до 1,79 млрд дол США (дод. Т та У).

Із загального обсягу імпорту прокату лише близько 30 % становить продукція, яка практично не виробляється в Україні, – плоский прокат із різним металевим і полімерним покриттям, плоский прокат із нержавіючої сталі, складні сталеві профілі, дріт із нержавіючої сталі. Водночас має тенденцію до зростання частка імпорту такого прокату, який виробляється в Україні, – довгомірний і сортовий прокат будівельного сортаменту, катанка, плоский прокат із вуглецевих марок сталі. Вітчизняні металовиробники, намагаючись максимально використати сприятливу кон'юнктуру світових металоринків, вважають за доцільне отримання негайного гарантованого доходу за рахунок збільшення прибутків від експорту і здебільшого не бажають системно працювати зі споживачами металу в Україні, унаслідок чого ними практично втрачається внутрішній ринок.

Розрахункові обсяги внутрішнього споживання сталевих прокату в Україні свідчать, що за 2001-2007 рр. вони зросли у 2,3 рази, з – 4,6 до 10,5 млн т. Цей показник дещо скорочувався в роки сприятливої кон'юнктури зовнішніх ринків (2002 і 2004 рр.) і, навпаки, у роки менш сприятливої кон'юнктури (2001, 2005 рр.) вітчизняні продуценти переорієнтували товарні потоки на внутрішній ринок. Починаючи з 2003 р., збільшення обсягів споживання металопродукату зумовлено також поживленням у багатьох галузях промисловості України, зокрема в чорній металургії, машинобудуванні, будівництві. Останніми роками спостерігається негативна тенденція: стабільне зростання як фізичних обсягів імпорту, так і частки покриття імпортом споживання прокату внутрішнім ринком – до 19,3 % у 2007 р. (табл. 4.15).

Таблиця 4.15

Розрахункові обсяги споживання сталевих прокату в Україні*

Показник	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Виробництво прокату в Україні, розрахунок, тис. тонн	26 454	27 962	28 863	31 516	33 119	33 069	35 137	36 843	32 037	26 785
Експорт, тис. тонн	22 198	23 130	24 417	24 899	26 602	25 570	28 432	28 210	26 400	22 471
Поставка на внутрішній ринок, тис. тонн	4 256	4 832	4 446	6 617	6 517	7 499	6 705	8 633	5 637	4 314
Частка поставок на внутрішній ринок у виробництві, %	16,1	17,3	15,4	21,0	19,7	22,7	19,1	23,4	17,6	16,1
Імпорт, тис. тонн	377	560	608	765	746	946	1 407	2 060	2 273	1 045
Видиме споживання прокату в Україні, тис. тонн	4 633	5 392	5 054	7 382	7 263	8 445	8 112	10 693	7 910	5 359
Частка імпорту у видимому споживанні внутрішнім ринком, %	8,1	10,4	12,0	10,4	10,3	11,2	17,3	19,3	28,7	20,3

*Джерело: за даними Держзовнішінформу України, Держкомстату України.

У 2007 р., за нашими розрахунками, досягнуто найбільшого обсягу споживання прокату в Україні – 10,7 млн т, яке у 2009 р. знизилось вдвічі – до 5,36 млн т, головним чином, унаслідок обвального падіння виробництва у двох основних металоспоживаючих галузях – машинобудуванні й будівництві. Обсяги виробництва цих галузей знизились у 2008 р. на 15-16 % порівняно з попереднім роком, а у 2009 р. – відповідно на 45 та 48 %. До того ж для українських виробників у їх намаганнях втриматися на зовнішніх ринках пріоритетними 2008 і 2009 рр. були експортні поставки.

Загалом існує великий потенціал споживання прокату в Україні, що зумовлюється великою часткою зносу основних засобів галузей економіки, передусім у машинобудуванні, енергетиці, хімічній промисловості. Суттєвим резервом зростання металоспоживання є розвиток галузей будівельного комплексу. Основним напрямом потенційного розвитку

ринку чорних металів є активізація процесів модернізації і технологічного оновлення в чорній металургії, системного вирішення проблем енергозбереження як важливого чинника підвищення якості і здешевлення металопродукції вітчизняних виробників, її конкурентоспроможності на внутрішньому ринку з продукцією зарубіжних продуцентів. Це повинно створити умови для запровадження і нарощування виробництва імпортозамінної продукції, насамперед для машинобудування і металообробки. На цьому шляху видається доцільним надання з боку держави податкових пільг для вітчизняних виробників, які освоюють виробництво імпортозамінної продукції. Зусилля держави також потрібно спрямувати на досягнення збалансованого пропорційного розвитку галузей вітчизняної економіки з метою прискореного розвитку основних металоспоживаючих галузей, зокрема створення економічних умов для збільшення інвестицій в основний капітал цих галузей. У формуванні внутрішнього ринку металоспоживання необхідні зусилля як держави, так і вітчизняних фінансово-промислових груп, власників провідних підприємств. Адже стабільний внутрішній ринок – це єдиний резерв розвитку українських виробників металопродукції і гарант фінансової стабільності підприємств, особливо в періоди несприятливої кон'юнктури на зовнішніх ринках.