

*І. О. МАРИНИЧ*  
(ВАТ "Київміськбуд-6")

## **МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЯК ОСНОВА РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ В БУДІВЕЛЬНОМУ КОМПЛЕКСІ**

Наукові праці МАУП, 2001, вип. 2, с. 183–185

Розглянемо коротко проблему практичного застосування маркетингу в виробництві на прикладі капітального будівництва.

Капітальне будівництво є однією з найважливіших галузей народного господарства, від якої залежить ефективність функціонування всієї системи господарювання в країні. Від розвитку будівництва залежать також вихід економіки держави з кризового стану і виведення її на світовий рівень.

Завдяки маркетинговим дослідженням на державному рівні визначаються найважливіші напрямки державних інвестицій та забезпечується їх державне фінансування. До цих напрямків насамперед належать сільське господарство, паливно-енергетичний комплекс та інші галузі народного господарства, державне фінансування яких може дати найбільший економічний ефект. До таких важливих галузей господарства належить і капітальне будівництво.

Про необхідність маркетингових досліджень у галузі будівництва свідчить той факт, що сьогодні на ринку будівельних робіт працює близько 7 тис. будівельних організацій, в яких зайнято 764 тис. працівників, 46 % будівельних організацій об'єднані в корпорації та концерни, інші працюють на ринку самостійно, 86,4 % підрядних організацій мають недержавну форму власності.

Значне скорочення обсягу бюджетних капіталовкладень на початку 90-х років з переходом економіки держави до ринкових відносин викликало кризу в будівельному комплексі. У зв'язку

зі скороченням обсягів робіт виникла гостра конкуренція на підрядному ринку, що змусило будівельників шукати нові форми і методи господарювання. Об'єктивно назріла необхідність докорінних змін у будівельному комплексі, його реструктуризації.

У 1991–1992 рр. в Україні на державному рівні були вжиті заходи щодо оздоровлення економіки в цілому, в тому числі будівельного комплексу. Прийняті закони спрямовувалися на роздержавлення власності та перехід до ринкових відносин, чим було закладено законодавчу основу для реструктуризації будівельного комплексу.

Державні будівельні організації шляхом приватизації перетворилися на акціонерні товариства, у результаті чого набули самостійності в формах і методах господарювання. Поряд з ними з'явилися нові будівельні організації, засновані на колективній та приватній власності. У будівництві з'явилися нові види будівельних матеріалів, які потребували впровадження нових технологій. Значних змін зазнали також трудові відносини в колективах. Скорочення капітальних вкладень призвело до пошуку нових форм інвестування.

Впровадження нових форм і методів, визначення пріоритетів розвитку потребує, звичайно, маркетингових досліджень в галузях постачання, виробництва та збуту. Однак реструктуризація будівельного комплексу проходить дуже повільно, що значно гальмує підвищення ефективності його роботи. Зазначимо, що в Україні вже

є колективи, яким маркетингові дослідження дали можливість стабілізувати показники, а в окремих випадках і підвищити їх. До таких підприємств належить холдингова компанія “Київміськбуд”, яка була створена на базі “Головкиївміськбуд”.

Роздержавлення власності на засоби виробництва і приватизаційні процеси у будівельному комплексі забезпечили значні зміни в організаційній структурі будівельного комплексу. “Київміськбуд” від вертикальної підпорядкованості перейшов до структури взаємодії на основі горизонтальних зв'язків. Будівельні організації здійснили приватизацію та реструктуризацію в кількох напрямках. Основним завданням приватизації було передавання засобів виробництва у власність колективу. Виходячи з централізованої структури “Головкиївміськбуду” і статусу його низових організацій (повноцінні організації без права юридичної особи) було розв'язано проблему самого об'єкта приватизації і права власності колективу на цей об'єкт. В майнові комплекси були виокремлені трести і комбінати, але в процесі приватизації в середині майнових комплексів був поділ на структурні підрозділи. Наявність виокремленого балансу структурних підрозділів сприяла реструктуризації будівельних організацій та заводів і наданню їм права юридичної особи. Нестабільність економічної ситуації в державі, гостра конкуренція на підрядному ринку, відсутність власних обігових коштів — все це змусило будівельні організації додержуватися схеми кооперації. Майже всі акціоновані структурні підрозділи ввійшли до складу холдингової компанії “Київміськбуд” на однакових умовах, виключно на договірних відносинах як дочірні підприємства (ті організації, що передали в управління холдингової компанії певний пакет своїх акцій), або як асоційовані члени. Зараз до складу холдингової компанії входить понад 60 організацій, у тому числі 6 загальнобудівельних трестів, 3 домобудівні комбінати, спеціалізовані трести і підрозділи, організації та підприємства промисловості, автотранспорту, будмеханізації, які забезпечують весь цикл будівельних робіт. Така замкнута структура дала можливість холдинговій компанії забезпечити життєздатність в умовах економічної кризи. Але в 1994–1995 рр. кризові явища в будівельному комплексі загрожували перетворитися в незворотні. Одна за одною згорталися державні програми, скорочувалося бюджетне фінансування будівництва. Гостро постала про-

блема завантаження виробничих потужностей. На передній план вийшла необхідність пошуку нових форм інвестування будівельного комплексу як складова його реструктуризації.

На базі інвестиційних досліджень “Київміськбуд” розробив програму будівництва житла за рахунок приватних інвесторів. Для її здійснення організаціями холдингової компанії було створено акціонерний банк “Аркада”; з цього часу “Київміськбуд” став будівельно-інвестиційною компанією.

Новизна програми полягає в тому, що людина не просто купує квартиру, а інвестує її будівництво. Для цього необхідно було створити такі умови, за яких інвестиції будуть вигідні для самих інвесторів. Однією з таких умов є система дисконтних ставок, коли ціна квадратного метра зростає в процесі будівництва будинку. У поєднанні з основним принципом програми — викупивши квадратний метр житла на будь-якому етапі будівництва за поточною вартістю, ніхто не буде змушений доплачувати за нього ні за яких обставин — це надає надійність і гарантованість інвестуванню.

На базі маркетингових досліджень система інвестування постійно вдосконалюється. У 1998 р. з'явилася нова програма “Київміськбуд” — “Квартири в розстрочку”, що дало змогу залучити більш широке коло інвесторів. Адже сплативши 60 % вартості квартири, інвестор має можливість решту коштів вносити поетапно протягом п'яти років, отримавши кредит під 10,5 % річних. При цьому якщо будинок буде вводиться в експлуатацію через рік, сума внеску для отримання кредиту становить лише 40 %, а повернення кредиту починається з часу заселення квартири. У процесі будівництва сплачуються лише відсотки.

У 1999 р. було запропоновано населенню вкладати гроші у будівництво житла з метою отримання доходів. Для цього введено спеціальну розрахункову одиницю “ОДІН” (Одиниця ІНвестування). Вартість “ОДІН” визначається в гривнях як середня вартість 0,01 квадратного метра житла, будівництво якого здійснює “Київміськбуд”. Процентна ставка — 10 % річних в “ОДІН”. Внески від населення приймаються як “до запитання”, так і на будь-який термін. Залучені кошти йдуть на фінансування програми “Квартири в розстрочку”.

Одним з напрямків реструктуризації є також кооперація будівельного комплексу на міжнародному рівні із залученням іноземних інвесторів.

Створення спільного підприємства “ДОКА – Україна” дало змогу холдинговій компанії “Київміськбуд” розгорнути будівництво монолітно-каркасних будинків на базі новітніх технологій.

Завдяки організаційній реструктуризації та інвестиційним програмам, розробленим на основі маркетингових досліджень, “Київміськбуд” перетворився на потужний фінансово-будівельний комплекс, на долю якого припадає майже 50 % загального обсягу будівельних робіт, що виконуються підрядним способом у державі; 60 % загального обсягу фінансування складають кошти приватних інвесторів. Досвід холдингової компанії “Київміськбуд” з реструктуризації в будівництві, впровадженні нових організаційних форм та економічних механізмів Указом Президента України «Про проведення експерименту в житловому будівництві на базі холдингової компанії “Київміськбуд”» рекомендовано для вивчення і впровадження.

Сьогодні виробничі організації здійснюють маркетингові дослідження на доступному для їх організаційних та фінансових можливостей рівні. Часто результати цих досліджень використовуються тільки у вузькопрофесійних інтересах і, як правило, належать до комерційної таємниці підприємства. Малі підприємства взагалі не мають можливості проводити серйозні маркетингові дослідження. Навіть такі організації, що здійснюють маркетингові дослідження, через недостатність розробок методики проведення досліджень приймають рішення, спираючись більше на власний досвід, ніж на науково обґрунтовані концепції.

На наш погляд, необхідно об'єднати кошти і зусилля, щоб створити організації, які здійснюватимуть маркетингові дослідження для всіх учасників виробничого процесу. Це дасть змогу підвищити ефективність всієї галузі.