

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЖЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ

Кафедра бізнес - адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності

Кваліфікаційна робота магістра

на тему: «Організація експорту металопродукції ПАТ «Запоріжсталь»

Виконав : студент 2 курсу, групи 8.0738-ЗЕД-з
спеціальності 073 Менеджмент освітньої програми
Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності
Іщенко О. І.

Керівник : доцент кафедри бізнес-адміністрування і
менеджменту зовнішньоекономічної діяльності,
кандидат історичних наук, доцент
Воронцова Г. В.

Рецензент : зав. кафедри бізнес-адміністрування і
менеджменту зовнішньоекономічної діяльності,
доктор наук з державного управління, професор
Бікудов Д. Т.

Запоріжжя – 2020

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет менеджменту
Кафедра бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Освітньо-кваліфікаційний рівень магістр
Спеціальність 073 Менеджмент
Освітня програма Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри _____
Д.Т. Бікулов
« ____ » _____ 2020 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

Іщенко Ольга Іванівна

1. Тема роботи «Організація експорту металопродукції ПАТ «Запоріжсталь»

керівник роботи: Воронцова Г. В., доцент кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, кандидат історичних наук, доцент

затверджені наказом ЗНУ від 30.09.2019 року № _____ 1824-с

2. Строк подання студентом роботи _____ 23.12.2019 р.

3. Вихідні дані до роботи навчальні посібники, монографії, періодичні та аналітичні вітчизняні та зарубіжні матеріали, фінансова звітність підприємства, інтернет ресурси

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

1. СУТНІСТЬ ТА УМОВИ ФОРМУВАННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ- ЕКСПОРТЕРІ

2. ДІАГНОСТИКА ЦІНОУТВОРЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ ПАТ «ЗАПОРІЖСТАЛЬ ПІДПРИЄМСТВ

3. НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЦІНОУТВОРЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ПАТ «ЗАПОРІЖСТАЛЬ»

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та по батьку консультанта	Підпис, дата	
		закладення видан	закладення пробити
1	Воронцова Г. В.		
2	Воронцова Г. В.		
3	Воронцова Г. В.		

7. Дата видачі завдання 22.04.2019 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/д	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітки
1.	Затвердження теми кваліфікаційної роботи у наукового керівника.	22.04.2019	
2.	Затвердження змісту роботи.	30.04.2018	
3.	Огляд літератури за темою кваліфікаційної роботи.	30.04.19-16.05.19	
4.	Розробка чернетки I розділу кваліфікаційної роботи.	17.05.19-23.05.19	
5.	Написання I розділу кваліфікаційної роботи.	24.05.19-27.05.19	
6.	Збір розрахунково-аналітичного матеріалу за темою.	28.05.19-25.06.19	
7.	Розробка чернетки II розділу кваліфікаційної роботи.	26.06.19-29.08.19	
8.	Написання II розділу кваліфікаційної роботи.	30.08.19-06.10.19	
9.	Розробка чернетки III розділу кваліфікаційної роботи.	07.10.19-14.10.19	
10.	Написання III розділу кваліфікаційної роботи.	15.10.19-29.11.19	
11.	Оформлення кваліфікаційної роботи згідно вимог.	30.12.19-06.12.19	
12.	Попередній захист кваліфікаційної роботи.	06.12.2019	
13.	Проходження нормоконтролю.	09.12.19-22.12.19	
14.	Подання кваліфікаційної роботи на кафедру.	23.12.2019	
15.	Захист кваліфікаційної роботи.	січень 2020	

Студент

_____ (підпис)

О. І. Іщенко

(ініціали та прізвище)

Керівник роботи

_____ (підпис)

Г. В. Воронцова

(ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер

С. В. Маркова
(підпис)

С. В. Маркова

(ініціали та прізвище)

Кваліфікаційна робота магістра на тему "Організація експорту металопродукції ПАТ «Запоріжсталь» є цілісним дослідженням проблеми організації ефективних продаж продукції підприємства металургійної промисловості на зарубіжних ринках.

Актуальність теми зумовлена необхідністю посилення конкурентоспроможності організації за рахунок збільшення обсягу продаж. Вплив управлінських технологій на обсяги продаж призводить до збільшення рівню доданої вартості, кількості оборотних засобів, обсягу робіт, залученню більшої кількості підприємств суміжної галузі тощо.

Мета дослідження – проаналізувати експортний потенціал підприємства ПАТ "Запоріжсталь" на зовнішніх ринках та зробити висновки щодо розширення присутності на ринках визначених країн.

Об'єкт дослідження у кваліфікаційній роботі – Публічне акціонерне товариство "Запоріжсталь".

Предмет дослідження – господарська та зовнішньоекономічна діяльність підприємства ПАТ "Запоріжсталь" за період з 2013 по 2018 роки.

В роботі використовувались загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, зокрема: монографічний; економіко-математичний; статистичний; аналізу одиничних показників для ранжування пріоритетів у виробничій діяльності підприємства; абстрактно-логічний – для формулювання висновків на основі даних дослідження.

В роботі використовувались дані публічної звітності підприємства, які розміщені на Інтернет-порталі smida.gov.ua, інформацію, яка отримана під час практики на підприємстві в процесі спостережень та аналізу звітності.

ABSTRACT

Master's qualification work on the topic "Organization of export of metal products of PJSC" Zaporizhstal" is a holistic study of the problem of organization of effective sales of products of the enterprise of metallurgical industry in foreign markets.

The urgency of the topic is due to the need to increase the competitiveness of the organization by increasing sales. The influence of management technologies on sales leads to an increase in the value added, the number of working capital, the volume of work, the involvement of more enterprises in the related industry, etc.

The purpose of the study is to analyze the export potential of Zaporizhstal PJSC's enterprise in foreign markets and to draw conclusions about expanding its presence in the markets of certain countries.

The object of research in the qualifying work is the Public Joint Stock Company "Zaporizhstal".

The subject of the study is the economic and foreign economic activity of the enterprise of PJSC "Zaporizhstal" for the period from 2013 to 2018.

General and special research methods were used in the work, in particular: monographic; economic and mathematical; statistical; analysis of individual indicators for ranking priorities in the production activity of the enterprise; abstract-logical - to formulate conclusions based on research data.

The work used the public reporting data of the company, which is posted on the smida.gov.ua web portal, information that was obtained during the practice at the enterprise in the process of observations and analysis of the reporting.

EXPORTS, DIRECT CONTRACTS, DEMAND, MARKET, CUSTOMS DUTIES, REGION, SALES ORGANIZATION, TRADE LIMITS, RISKS, PRICE, CUSTOMS SECURITY, DIRECT DELIVERY

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1 СУЧАСНИЙ СТАН РИВКУ ТА РОЛЬ ЧОРНОЇ МЕТАЛУРГІЇ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ	9
1.1. Сучасний стан металургійного ринку в Україні та світі	9
1.2. Напрямки підвищення ефективності підприємства чорної металургії в Україні	21
1.3. Конкурентоспроможність експорту та напрямки її забезпечення на зовнішніх експортних ринках	28
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПАТ "ЗАПОРІЖСТАЛЬ"	37
2.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства ПАТ "Запоріжсталь"	37
2.2. Основні аспекти виробничої та господарської діяльності підприємства	43
2.3. Перспективи та проблеми в експортній діяльності комбінату	56
РОЗДІЛ 3 ІНТЕГРАЛЬНА ОЦІНКА ТА АНАЛІЗ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВИРОБНИКА НА РЕГІОНАЛЬНИХ РИНКАХ	66
3.1. Визначення потенціалу експортних поставок виробника на регіональних ринках	66
3.2. Оцінка експортної конкурентоспроможності окремих видів металопродукції	79
3.3. Комплексна оцінка потенціалу українського виробника металопродукції на різних ринках збуту	95

Кваліфікаційна робота магістра на тему "Організація експорту металопродукції ПАТ «Запоріжсталь» є цілісним дослідженням проблеми організації ефективних експортних продаж продукції підприємства металургійної промисловості на зарубіжних ринках.

Актуальність теми зумовлена необхідністю посилення конкурентоспроможності підприємства за рахунок збільшення обсягу експортних поставок. Вплив управлінських технологій на обсяги продаж призводить до збільшення рівню доданої вартості, кількості оборотних засобів, обсягу робіт, залученню більшої кількості підприємств суміжної галузі, тобто надає позитивний ефект на економіку в цілому.

В умовах інтеграції України до Європейського Союзу зменшуються торговельні обмеження, які стосуються продукції металургійної промисловості, що виявляється у відміні квот та створенні преференцій для продукції безпосередніх виробників. Прямі контракти дозволяють зменшувати трансакційні витрати та збільшувати прибуток виробника.

Проблематика експортної діяльності підприємств металургійної промисловості, їх конкурентоспроможності, ринкових процесів розкрита в роботах Григор'єва С.М., Грищенка С.М., Макогона Ю.О., Ноговіщина О.В., Юрчишина В.М та інших.

Мета дослідження – проаналізувати експортний потенціал підприємства ПАТ "Запоріжсталь" на зовнішніх ринках та зробити висновки щодо розширення присутності на ринках визначених країн.

Для досягнення мети необхідно вирішити наступні завдання:

- проаналізувати стан справ в металургійній галузі та на зовнішньому ринку металургійної продукції (в цілому);
- запропонувати методичний та оцінювальний апарат для аналізу експортного потенціалу підприємства на основі одиничних показників – факторів конкурентоспроможності підприємства;

- дати організаційно-економічну характеристику об'єкту дослідження;
- проаналізувати основні аспекти експортної діяльності підприємства;
- застосувати економіко-математичний апарат для обґрунтування активності на основних ринках збуту підприємства;
- визначити переваги прямих експортних контрактів.

Об'єкт дослідження у кваліфікаційній роботі – Публічне акціонерне товариство "Запоріжсталь".

Предмет дослідження – господарська та зовнішньоекономічна діяльність підприємства ПАТ "Запоріжсталь" за період з 2013 по 2018 роки.

В роботі використовувались загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, зокрема:

- монографічний (у першому розділі) для структуризації роботи та послідовно опису всіх необхідних елементів);
- економіко-математичний (у першому розділі) для використання методики дослідження в умовах часткової невизначеності;
- порівняльний (у другому та третьому розділах) для порівняння показників на різних географічних ринках);
- статистичний (у другому розділі) для аналізу показників виробничої та фінансової діяльності підприємства;
- аналізу одиничних показників (у третьому розділі) для ранжування пріоритетів у виробничій діяльності підприємства.
- абстрактно-логічний – для формулювання висновків на основі даних дослідження.

В роботі використовувались дані публічної звітності підприємства, які розміщені на Інтернет-порталі smida.gov.ua, інформацію, яка отримана під час практики на підприємстві в процесі спостережень та аналізу звітності.

В першому розділі аналізується важливість діяльності підприємств чорної металургії у соціально-економічному розвитку держави. Так, українські підприємства займають 6-8 місце серед світових виробників сталі та 5-7 місце серед експортерів сталі. Виробництво сталі всіма

підприємствами - виробниками сталі України складає 36 - 41 млн. тон на рік (при загальносвітовому обсязі виробництва - 1121 млн. тон. на рік). Експорт сталі підприємствами України складає близько 32 млн. тон на рік. Це складає близько 27% від загального обсягу промислового виробництва продукції в Україні та 31-35% від обсягів експортної діяльності. Підприємства галузі є найбільшими роботодавцями в Україні та забезпечують робочими місцями більш ніж 300 тис. осіб.

Найбільшою проблемою для реалізації продаж підприємств галузі є висока конкуренція, яка відбувається на світовому ринку. Можливості сучасної логістики такі, що постачання в будь-який регіон світу є економічно доцільним, тобто транспортний тариф не перевищує різницю в собівартості та, відповідно ціні, яка виникає на різних підприємствах галузі. В цьому контексті найбільш важливим є правильний вибір цільового ринку. Ринкові потреби зумовлюються можливостями клієнтів, які ставлять конкурентні умови перед постачальником. Ці умови стосуються якості продукції та її ціни. Прямі контракти визначаються, як зобов'язання щодо поставки продукції підприємством-виробником продукції безпосередньо споживачу, який використовує матеріал у подальшому виробництві без посередників.

Встановлюються критерії оцінки потенціалу, в тому числі: ціна, собівартість, ринкова активність, якість (технічний рівень продукції) та їх відносні значення - коефіцієнти, що дає основу для прийняття рішень про доцільність контрактів на певному ринку.

В другому розділі описується операційна діяльність підприємства - ПАТ "Запоріжсталь".

В третьому розділі було здійснено порівняльний аналіз реалізації продукції на різних ринках в різних регіонах, з метою організації експорту було у'ясовано залежності які спостерігаються на ринках, а саме: найбільш привабливі ринки мають найбільш високі показники ціни, активності конкурентів та найнижчі обсяги поставок та вплив цих факторів на потенціал прямих продаж та способи ефективної організації експорту.

СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ ТА РОЛЬ ЧОРНОЇ МЕТАЛУРГІЇ В
ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

1.1. Сучасний стан металургійного ринку в Україні та світі

У сучасний період чорна металургія України є багато в чому унікальною галуззю передіндустріального комплексу країни, граючи особливу роль не тільки в промисловій, але і в соціальній сфері суспільства. Даний висновок може бути обґрунтований наступними чинниками.

По-перше, металургійна галузь в даний час має найбільшу питому вагу в загальному обсязі промислового виробництва (табл. 1.1) [9]. Як видно з наведеної таблиці з 1991 по 2015 рік частка чорної металургії в промисловій продукції України зросла з 11 до 27,4%, тобто, практично в два з половиною рази.

Таблиця 1.1

Динаміка структури промислового виробництва

Галузь	Роки				
	1991	2000	2005	2010	2015
Промисловість (%)	100	100	100	100	100
в тому числі					
Електроенергетика	3,2	11,0	16,5	16,2	12,2
Паливно	5,7	13,2	11,6	11,4	10,1
Чорна металургія	11,0	21,8	22,9	21,9	27,4
Хімічна та нафтохімічна	5,5	7,4	6,4	5,3	5,8
Машинобудування та металобробка	30,7	16,1	15,1	13,8	13,2
Деревооброблювача	2,9	2,2	1,7	2,1	2,3
Будівельних матеріалів	3,4	3,9	3,3	3,1	2,6
Легка	10,8	2,8	1,5	1,4	1,6
Харчова	18,6	15,1	14,9	15,2	17,4
Інші	8,2	3,3	6,1	7,5	4,9

Важливе місце вітчизняна чорна металургія займає і в світовому виробництві металопродукції. Наприклад, за даними за вісім місяців 2016 року обсяги виробництва чавуну в країні склали 16333 тис. т, сталі - 20310

тис.т., що відповідає десятому місцю серед країн-виробників металопродукції (табл. 1.2) [6]. За існуючими виробничими потужностями (концентрацією на 10 металургійних підприємствах, табл.1.2, [6]) чорна металургія України посідає десяте місце у світі.

Таблиця 1.2

Світове виготовлення чавуну та сталі за I квартал 2017 року

Країни	Виробництво чавуну, тис. т	Країни	Виробництво сталі, тис. т
Китай	85709	Китай	82680
Японія	53786	Японія	70198
США	33244	США	70022
Росія	29964	Росія	38523
ФРН	20895	ФРН	31215
Бразилія	18213	П. Корея	28660
Україна	16333	Україна	20310
П. Корея	16275	Бразилія	18361
Індія	14102	Індія	17701
Франція	9413	Італія	17380

По-друге, підприємства чорної металургії мають виняткові можливостями експорту виробленої продукції в країни ближнього і далекого зарубіжжя.

В останні роки в структурі експорту України за окремими товарними групами чорні метали та вироби з них (головним чином це сталеві труби) стабільно займають відповідно перше і третє місце [10]. Другу позицію утримує товарна група «котли та обладнання». Причому, якщо питома вага в структурі експорту чорних металів в різні роки становить 23,5 - 27,4%, то «котли та обладнання» лише 6,7 - 7,4%, а вироби з чорних металів 5,2 - 6,8%, т. е. питома вага металопродукції в структурі вітчизняного експорту становить 28,7 - 34,2%. У 2018 році експорт неблагородних металів та виробів з них обчислювався 4874,0 млн. дол. США або 42,1% загального обсягу [9], а у 2017 році продукція металургії складала 46% загального обсягу експорту України [11].

Виробництво металургійної продукції у 2018 році

Підприємства	Обсяг виробництва			Відсоток продукції підприємства у загальному обсязі, %		
	Чавун	Сталь	Прокат	Чавун	Сталь	Прокат
Арселор Міттал (Криворізький)	3388	3961,6	3299,1	19,9	19,0	23,0
МК ім. Ілліча	2826,4	3644,5	2067,7	16,6	17,5	14,4
Запоріжсталь	2067,5	2581,8	2119,4	12,1	12,4	14,8
Азовсталь	2204,6	2782,6	1695,6	12,9	13,4	11,9
Дніпровський МК	1499	1562,1	1399,5	8,8	7,5	9,7
МК ім. Петровського	842,1	642,0	563,4	4,9	3,1	3,9
ПРАТ "Радомир"	81,9	-	-	0,5	-	-
Краматорський МК	67,3	-	-	0,4	-	-
Нижньодніпровський трубнпрокатний	-	392,7	65,2	-	1,9	0,5
Запоріжсталь	-	344,1	181,0	-	1,7	1,3
Разом	17068,2	20804,9	14364,6			

Чорна металургія України є не тільки найбільшим експортером всередині країни, але і відіграє значну роль у світовому експорті. Наприклад, ще в 2014 році експортні поставки вітчизняної металопродукції становили 5,2% від світових. За цим показником Україна посідає сьоме місце серед світових експортерів після Росії (13,6%), ФРН (10,2%), Японії (8%), Бельгії та Люксембургу (6,6%), Франції (6,6%) та Італії (5,3%) [19]. Восьме місце в даному списку займає Бразилія (5,2%). З тих пір загальний обсяг українського експорту чорних металів значно виріс. Наприклад, за період з 1996 по 2017 рік величина експорту прокату чорних металів зросла з 2287,4

до 261100000 дол. США (або на 15,07%), чисту передільного - з 117,0 до 178,6 млн. дол. США (тобто на 52,6%).

За величиною чистого експорту (різниця між експортом та імпортом відповідних видів продукції) металургійна галузь країни з середини 90 - х років займає четверте місце в списку провідних світових експортерів пропускаяши вперед тільки Росію, Японію і Бразилію.

При цьому необхідно зазначити, що структура українського експорту продукції чорної металургії цілком задовільно відповідає найбільш ходовим сортамент світового ринку металопродукції, покриваючи весь їхній діапазон [19]. Це свідчить про можливості вітчизняного виробника оперативно реагувати на потреби зовнішнього ринку чорних металів.

В цілому стан справ з експортом продукції чорної металургії оцінюється неоднозначно. По-перше, це пов'язано зі значним зменшенням обсягів експортних поставок продукції машинобудування та металообробки, інших наукоємних і високотехнологічних видів продукції кінцевого споживання, що викликає природні побоювання з приводу можливості перетворення країни на сировинний придаток промислово розвинених держав. Необхідно також вказати на дуже високу залежність вітчизняного металургійного виробництва від кон'юнктури зовнішніх ринків, що позначається на стабільності його роботи [23]. Внутрішній ринок у зв'язку зі скороченням виробництва в машинобудуванні, будівництві, військово-промисловому комплексі, інших галузях, які споживають металопродукцію, практично втратив значення для вітчизняної металургії.

Однак у кожному випадку не можна не враховувати той факт, що в даний час чорна металургія є головним постачальником вкрай необхідних країні валютних коштів.

Наступним обставиною, що визначає особливу роль чорної металургії в промисловому комплексі держави, є її високий конкурентний потенціал. Це пов'язано з наступними факторами [12, с. 117]:

- у галузі чорної металургії України вдалося зберегти висококваліфікований персонал, який здатний виробляти металопродукцію будь-яких видів і складності;

- галузь має власні джерела сировинних ресурсів (залізна руда, вугілля), які розташовані досить близько від металургійних підприємств (в середньому 200 км);

- в країні є розвинена транспортна система, найбільші виробники металургійної продукції розташовані в безпосередній близькості від Азовського морського порту, невелика відстань цих та інших підприємств галузі і від портів Чорного моря, головними з яких є Одеса та Іллічівськ. Зауважимо, що морські порти України являють собою основні перевалочні пункти для експортних поставок металопродукції;

- металургійна галузь країни, як уже зазначалося, має значними виробничими потужностями для випуску різних видів металопродукції.

На підтвердження сказаного доречно зауважити, що спільні дослідження українських і російських учених [10], виконані на основі аналізу основних (природні ресурси, трудові ресурси, основний капітал) і розвинених (інфраструктура, науковий потенціал, рівень освіти населення, спеціалізована інфраструктура, фахівці відповідних профілів знань та ін.) факторів виробництва, дозволили назвати металургію для України першою в списку так званих опорних галузей, т. є. таких галузей, які повинні мати чільне значення в розвитку економіки країни і потім стати ключовими в її структурі, забезпечити виконання найважливіших проектів ринкових перетворень [10].

Звернемо увагу на ще одну особливість чорної металургії України. Практично всі підприємства даної галузі розташовані в двох регіонах - Донеччині і Придніпров'ї. У цих регіонах металургійні підприємства є, як правило, містоутворюючим чинником і багато в чому мають визначальне значення у вирішенні як економічних, так і соціальних проблем. Це такими причинами [20]:

бюджетів зазначених територій;

- металургійне виробництво формує торговий потенціал регіонів, які не мають іншої продукції, златної замінити металургійну для використання в процесі товарообміну з іншими територіями;

- металургія, як масштабний споживач природних ресурсів (землі, води, корисних копалин) та продукції інвестиційного комплексу регіону, служить джерелом значних резервів для розвитку інших підрозділів його господарської системи;

- металургійні підприємства є ресурсним фундаментом значної соціальної інфраструктури, забезпечуючи зайнятість населення і відносно високий рівень доходу.

В результаті соціально-економічне становище в зазначених регіонах (Дніпропетровська, Донецька, Запорізька області) з населенням майже 14 млн. осіб (що складає більше 27% всього населення країни) значною мірою залежить від стану справ в одній галузі - чорної металургії.

Все вищезазначене є підтвердженням того, що металургійна галузь займає особливе становище в промисловому комплексі країни, і має для неї найважливіше як економічне, так і соціальне значення.

Внутрішній ринок металургійної продукції є значно меншим ніж сегмент українського ринку металургійної продукції в цілому. Якщо експорт складає майже 77% від загального обсягу продукції та 43 млн. тон, імпорт та внутрішній ринок складають не більш ніж 5 млн. тон.

Разом з тим стан чорної металургії України не можна визнати цілком задовільним, що зумовлене неналежним розвитком засобів виробництва.

Загальний спад в металургійному виробництві за 1990 - 1995 роки склав 59%, а по окремих видах продукції значно більше (обсяг виробництва сталевих труб скоротився за вказаний період більш ніж на 75%).

Активізація ситуація періодично (циклічно) — повертається та характеризується значним падінням обсягів продаж продукції підприємств галузі.

Таблиця 1.4

Виробництво найважливіших видів продукції чорної металургії

Показник/роки	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2018
Чавун, млн. т	44,9	18,0	17,8	20,6	20,9	23,0	25,7
Сталь, млн. т	52,6	32,3	22,3	25,6	24,4	27,4	31,4
Прокат, млн. т	45,4	17,8	18,0	20,8	20,1	23,1	26,9
в т. ч. готовий	38,6	16,6	17,0	19,5	17,8	19,3	-

В останні роки в галузі спостерігається помітне зростання, що відображають дані таблиць 1.4, 1.5, 1.6 (побудовані на основі статистичної звітності [5, 11, 13, 19, 20, 21, 26]).

У 2000-2018 році був забезпечений 12-17% приріст виробництва основних видів металопродукції. Однак досягнутий в 2018 році загальний рівень виробництва чорної металургії становить лише 59,5% від обсягів 1990 року.

Таблиця 1.5

Основні показники продукції чорної металургії України

Показники/роки	1990	1995	2000	2005	2008	2010	2018
Індекс продукції, %	100	41	46	50	46,6	49	59,5
Рентабельність, %	-	16,6	2,3	0,1	-0,4	6,9	17,9
Частка галузі у промисловому виробництві, %	11,0	21,8	21,6	22,7	22,9	23,9	27,4

Загальна рентабельність у чорній металургії за період з 1992 по 1998 роки скоротилася з 30,3% до негативної величини - 0,4% [12]. Однак в 1999 і 2000 році відбувся помітний ріст рентабельності виробництва металургійної

продукції (табл. 1.5, 1.6), загальний її рівень для металургійних підприємств в 1999 році склав 6,9%, а 2013 році для гірничо-металургійного комплексу досяг позначки 17,9% (зауважимо, що в 1992 році рентабельність поставок в далеке зарубіжжя становила 400% [17]).

Зазначені позитивні зрушення в розвитку чорної металургії України пов'язують з проведенням економічного експерименту в галузі. Економічний експеримент був організований влітку 1999 року після того, як 14 липня 1999 Верховна Рада прийняла закон про економічний експеримент, що передбачав відляги для підприємств гірничо-металургійного комплексу.

Відповідно до закону, підприємства сплачували податок на прибуток у розмірі 30% від діючої ставки, екологічний збір - не більше 0,15% валових витрат. Крім того, учасники експерименту платять знижений збір до інноваційного фонду і звільнені від сплати дорожніх зборів.

Таблиця 1.6

Рентабельність виробництва основних видів металургійної продукції, %

	1995	2000	1998	2008	2018
Чавун	-5,1	-4,7	2,7	9,4	3,8
Сталь	7,7	13,3	14,2	14,3	7,7
мартенівська	-1,1	1,5	6,5	0,8	8,9
Прокат готовий	7,0	4,8	1,2	2,3	6,2
з нього					
Листовий	14,6	3,3	5,7	1,5	11,4
Сортовий	1,9	10,1	-6,2	5,1	2,9
Сталеві труби	14,0	11,9	0,6	1,2	1,4

Разом з тим, незважаючи на зазначені позитивні зрушення в розвитку чорної металургії України, галузь володіє і істотними недоліками, що мають принциповий характер. В першу чергу це стосується надмірної в порівнянні зі світовим рівнем матеріало- і енергоємністю її продукції.

Наприклад, при виробництві блюмів в Україні витрати на чавун у структурі загальної собівартості складають 56%, енергію - 20%, оплату праці - тільки 4%, інші - 20%.

Міжнародна собівартість для даного виду продукції має наступну структуру [13]: чавун - 38%, енергія - 15%, оплата праці - 30%, інші - 17%.

Інший приклад: витрати стали на виробництво 1 т готового прокату на Україні складає 1,3 т. В той же час в Росії на це йде 1,25 т., в США - 1,18 т., а в Японії - 1,05 т.

В цілому структура середньої собівартості для провідних країн-виробників продукції чорної металургії представлена в таблиці 1.7.

З наведених у табл. 1.7 даних випливає, що українські виробники чорного металу мають найвищу матеріало- і енергоємність продукції, що випускається, мінімальний питома вага в структурі її собівартості оплати праці.

Таблиця 1.7

Структура витрат на виробництво продукції чорної металургії

Країни	Витрати, %			
	Матеріальні (в тому числі на енергію)	Зарплатня	Амортизація	Інші
Україна	78,1	6,4	6,2	9,3
США	60,1	33,1	4,8	2,0
Японія	53,8	27,2	14,5	4,5
Німеччина	60,9	26,8	8,9	3,4
Велика Британія	70,2	24,8	4,8	0,2
Франція	61,7	27,5	7,0	3,8

Зауважимо, що за останні роки питома споживання енергетичних ресурсів у чорній металургії України зросла. Як видно з табл. 1.5 обсяг виробництва в галузі в 2018 році знизився до 46% від рівня 1990 року. За цей же період споживання палива (вугілля та продукти його переробки, природний газ, нафтопродукти) в металургії скоротилося з 66,3 до 34,5 млн. т умовного палива [11], тобто, складало 52,0% від 1990. Таким чином, питома споживання палива зросла на 13%. Це свідчить про загальне зниження ефективності використання енергоресурсів у галузі.

Підвищення енергоємності виробництва в чорній металургії відбувалося і в наступні роки. За наявними даними, з 1996 по 2018 рік загальний обсяг спожитого палива в галузі зріс на 25,8% (з 40504 до 50956 тис. т умовного палива). При цьому обсяг виробництва збільшився лише на 6,3% (див. табл. 1.5). Отже, питоме споживання енергоресурсів зросло більш ніж на 18%.

Енергоємність української металопродукції поступається рівню не тільки країні з передовим промисловим виробництвом, але і значно перевищує аналогічний показник для чорної металургії Росії. Наприклад, у Росії ціни на енергоносії, які закладаються у вартість сталених труб, в середньому в 4 рази нижче, ніж в Україні [17].

Висока матеріало- і енергоємність вітчизняної металургії визначальною мірою пов'язана з моральним і фізичним зносом її основних виробничих фондів.

У світовій практиці розвиток металургійних технологій призводить до заміни мартенівського виробництва конвертерним і електросталеплавильним з переважним в останні роки спорудженням надпотужних дугових електросталеплавильних печей нового покоління. В Україні ж сьогодні переважний розвиток одержує конвертерне виробництво. Що ж стосується електросталеплавильного виробництва, в найближчі 5-10 років воно змушене буде розвиватися по шляху реконструкції діючих цехів.

При цьому частка мартенівського виробництва, яке в передових країнах практично відсутня, в Україні продовжує складати 55%. Сьогодні в країні експлуатуються 10 мартенівських цехів. Їх технічний рівень істотно різниться. Два найбільших у світі мартенівських цехи на комбінатах "МК ім. Ілліча" і "Arcelor-Криворіжсталь" мають потужні мартенівські печі потужністю 900 і 650 т. Ці цехи відрізняються відносно кращими планувальними рішеннями з холостими прольотами між печами, наявністю газоочисток. До цієї ж групи сучасних печей можна віднести і мартенівський цех "Алчевського меткомбінату" повосної будівлі у складі п'яти печей

смістю по 300 т, три печі смістю по 600 т, і двошванний агрегат смістю 300 т і прямоточну піч смістю 250 т. Мартенівські цехи комбінатів "Запоріжсталь", "МК ім. Дзержинського", "Азовсталь", заводів ім. К. Лібкнехта", Краматорського мають набагато гірші умови роботи, є застарілими і намічаються до закриття.

Конвертерне виробництво України представлено 7 конвертерного цехами з 23 конвертерами. Діючі конвертерні цехи в основному відповідають за технологією, устаткуванням і продуктивності сучасному технічному рівню, однак у великій частині вимагають глибокої реконструкції, а ряд конвертерів малої місткості намічається до реконструкції або закриття.

Таблиця 1.8

Порівняльна характеристика виробництва в Україні та інших країнах

Країни	I	II	III	IV	V	VI	VII
Росія	1990	-	-	60	37	39	34
Німеччина	1969	1985	1981	100	95	69	350
Японія	1962	1978	1977	100	96	60	556
Бельгія	1969	н.д.	1975	100	97	90	489
Люксембург	1973	н.д.	1976	100	46	5	433
Франція	1971	1983	1980	100	94	70	476
Італія	1964	1980	1980	100	96	45	676
Україна	1994	-	-	52	16	33	43
Бразилія	1970	1988	1988	98	63	65	263
П.Корея	н.д.	н.д.	н.д.	100	98	58	549

В Україні вкрай низький рівень застосування прогресивної технології безперервного розливання сталі. Її частка у всьому обсязі виплавки сталі складає всього 7,8%, тоді як в Росії - понад 20%, США - 75%, Японії - 95%. Це, наприклад, безпосередньо впливає на вказаний раніше підвищена витрата сталі при виробництві прокату в Україні.

Загальна порівняльна характеристика чорної металургії України та інших країн, які є основними експортерами металопродукції на світовому ринку, наведена в таблиці 1.8 [29].

У даній таблиці необхідно врахувати обставини, які впливають на зміст та структуру виробничого процесу:

I - рік, коли виробництво сталі в кисневих конвертерах електродних країни стало більше 50%;

II - рік, коли частка сталі, що розливається на машинах безперервного лиття заготовок (МБЛЗ) стала більше 50%;

III - рік, коли було припинено мартенівське виробництво сталі;

IV - частка сталі, що виплавляється в кисневих конвертерах і електродних в даний час, %;

V - частка сталі, що розливається на МБЛЗ в даний час, %;

VI - частка листового прокату в загальному обсязі прокатної продукції, %;

VII - продуктивність праці у чорній металургії, т / люд.-год.

Як видно з наведеної таблиці чорна металургія України має найгірші показники, що характеризують технологічний рівень металургійного виробництва, серед всіх країн. Лише за окремими показниками вона порівнянна з Росією. Тільки ці дві країни ще не відмовилися від застарілого мартенівського способу виробництва сталі і не досягли 50% розливання сталі на МБЛЗ. На Україні трохи вище ніж в Росії рівень продуктивності праці в галузі. Проте в цілому він катастрофічно відстає від світового - більш ніж у 10 разів порівняно з усіма зазначеними країнами за винятком Бразилії (в 6 з невеликим разів).

Низька продуктивність праці у вітчизняній металургії пов'язана не тільки з низькою питомою вагою передових технологій у виробничому процесі, а й, зокрема, з наявністю прихованого безробіття в галузі, яка досягла за деякими даними [20] 29%.

Значне технологічне відставання металургійного виробництва в Україні супроводжується високим ступенем зносу обладнання.

В даний час для більшості виробничих потужностей чорної металургії знос складає 65%. Для деяких видів виробничого обладнання термін служби вже закінчився. Це, наприклад, стосується 54% перебувають в експлуатації коксових батарей, які вже перевершили проектний термін служби. В цілому 50% продукції випускається на обладнанні, корисний термін служби якого по технічним нормативам вже закінчився. При цьому 39% конвертерів, 81% прокатних станів, 86% електродугових, 89% доменних і 92% мартенівських печей є застарілим обладнанням [33].

Таким чином, проведений аналіз показав, що з одного боку чорна металургія України має особливе, в чому визначає положення в соціально-економічній системі держави, як в даний час, так і в перспективний період. З іншого ж боку її сучасний стан характеризується низкою негативних факторів (в першу чергу - стан основних промислово-виробничих фондів), які багато в чому визначають можливості розвитку чорної металургії.

1.2. Напрямки підвищення ефективності підприємства чорної металургії в Україні

Розвиток гірничо-металургійної галузі України передбачає три етапи - припинення спаду виробництва, його стабілізацію і подальший підйом. Ця система діє як для підприємства, так і для всієї галузі, тому, рекомендації є актуальними у будь-якому випадку.

На перших двох етапах передбачається вирішити завдання реструктуризації виробництва, виведення з експлуатації застарілих агрегатів, нерентабельних елементів виробництв; консервації близько 30% металургійних потужностей; завершення будівництва та реконструкції пріоритетних об'єктів.

... програми передбачено накопичення коштів для технічного переозброєння виробництва; впровадження енерго- і ресурсозберігаючих сучасних технологій, що забезпечують високий рівень якості та економічних показників виробництва.

В результаті виконання Національної програми до 2020 року планується значно збільшити порівняно з 2010 роком (рік максимального спаду в металургійній галузі) обсяги випуску основних видів продукції (табл. 1.9). Програмою передбачено також проведення заходів по скороченню негативного впливу металургійних підприємств на екологію відповідних регіонів. Передбачається скоротити викиди в атмосферу на 40% (1 млн. т), повністю припинити скидання забруднених промисловими відходами металургійного виробництва стічних вод.

Таблиця 1.9

Виробництво валової продукції чорної металургії за планами Національної програми розвитку гірничо-металургійного комплексу України (млн. т).

Рік	1990	2000	2015	2020
Залізна руда	104	51	70	74
Марганцева руда	6,9	3,2	3,3	2,7
Кокс (6% вологість)	35	17	21	22
Чавун	45	20	22	23
Сталь	50	23	27	29
Готовий прокат	38	17	20	25
Труби	6,5	1,6	4,5	4,6

Згідно Національній програмі розвитку металургійної галузі, стратегічним напрямком перетворень в галузі є її технічне переозброєння.

За рахунок здійснення технічного переозброєння та модернізації виробничого обладнання в галузі планується зменшити матеріало- і

...збільшити продуктивність праці шляхом впровадження новітніх технологій, збільшити частку випуску високоцінної продукції до 1,2 т / т), переорієнтувати виробництво на випуск тих видів продукції, які користуються стабільним попитом на світовому ринку, підняти рівень її конкурентоспроможності і тим самим підвищити економічну ефективність функціонування чорної металургії (рентабельність гірничо-металургійного комплексу планується довести до 15 - 20%).

Технічне переозброєння чорної металургії вимагає залучення колосальних фінансових ресурсів.

В цілому, за інформацією Державного комітету статистики України, для переозброєння і модернізації галузі ориєнтовано необхідно 7 млрд. доларів США, а, на думку галузевих фахівців, щорічні інвестиції в чорну металургію повинні скласти близько 700 млн. доларів [11].

За деякими оцінками потреби металургії в інвестиціях ще більш масштабні. Тільки для створення в Україні спеціалізованих виробничих потужностей, які в даний час розташовуються в іншій державі - Росії, в раніше складати єдиний металургійний комплекс, за розрахунками фахівців потрібно 2,4 млрд. доларів [20].

В даний час вишукати інвестиційні ресурси зазначених обсягів представляється досить проблематичним.

В рамках Національної програми розвитку гірничо-металургійного комплексу України передбачалося, що її фінансування буде здійснюватися за трьома напрямками: за рахунок власних коштів підприємств, залучення кредитів та іноземних інвестицій, а також бюджетних коштів для забезпечення будівництва та модернізації найважливіших об'єктів державного та галузевого значення. Причому, стверджувалося, що бюджетне фінансування не буде грати істотної ролі в реалізації технічного переозброєння та модернізації металургійної галузі [22].

Дійсно, враховуючи напружений фінансовий стан бюджетної сфери держави, навряд чи варто покладати особливі надії на те, що держава знизить

можливості для фінансування серйозних перетворень в металургійній промисловості.

Крім того, слід мати на увазі, що в 2010 році намітилася тенденція зниження як абсолютних обсягів інвестицій в основний капітал за рахунок державного бюджету, так і їх питомої ваги в загальній величині капітальних вкладень. Так, якщо в 2008 році державні інвестиції в основний капітал становили 1341 млн. грн. (або 7,6% від загального обсягу), то у 2018 році вони зменшилися до 1198 млн. грн. і склали вже 6,1% загальної величини капітальних вкладень. Зауважимо, що обсяг інвестицій в основний капітал у 2015 році становить тільки 56,1% від рівня 1990 року.

Отже, в сучасних умовах для технічного переозброєння та модернізації галузі необхідно розглядати два реальні джерела фінансування переозброєння галузі - власні кошти металургійних підприємств та залучення іноземних інвестицій. Дійсно, 2010 року власні кошти підприємств та організацій від загальної величини капітальних вкладень становили 67,6%.

Власні кошти підприємства, які воно може використати для розвитку виробництва, як відомо, формуються за рахунок амортизаційних відрахувань прибутку. У зв'язку з цим, в першу чергу зауважимо, що відсоток амортизаційних відрахувань у чорній металургії України один з найнижчих серед усіх провідних країн-виробників металопродукції - 6,2%. Для порівняння: у Франції - 7,0%, Німеччини - 8,9, Японії - 14,5%. Порівняно невеликий відсоток амортизаційних відрахувань, природно, знижує можливість формування підприємством коштів для переозброєння та модернізації його виробничої бази.

Відсоток амортизації у чорній металургії не тільки нижче його середнього рівня в промисловості України (7,6%), але і є найнижчим серед інших галузей (за винятком харчової промисловості, для якої він дорівнює 10,5%).

Що стосується можливостей використання прибутку, то тут слід мати на увазі, що, як вже зазначалося вище, загальна рентабельність чорної

металургії з 1995 по 2015 рік включно знизилася з 16,6% до негативної величини -0,4%. Протягом наступних двох років рентабельність підприємств гірничо-металургійного комплексу зросла до 17,9% [21]. Однак навіть при такому її рівні швидко здійснити накопичення значних фінансових коштів для масштабної інвестиційної діяльності практично неможливо.

Необхідно також підкреслити, що збереження такого високого рівня рентабельності у вітчизняній чорній металургії є дуже проблематичним. Уже в перші місяці 2015 року рентабельність підприємств гірничо-металургійного комплексу знизилася до рівня 10,2% [36].

Крім того, як показує аналіз структури використання металургійними підприємствами отриманих в результаті реалізації даного економічного експерименту засобів [24], тільки 17,5% їх загального обсягу спрямовувалося на технічне переоснащення засобів виробництва галузі.

Ще одним можливим джерелом фінансових ресурсів для здійснення запланованих перетворень в галузі є зовнішні і внутрішні (недержавні) інвестиції.

При цьому особливі надії пов'язуються з надходженням іноземних інвестицій, про що йдеться у багатьох наукових публікаціях, присвячених аналізу сучасного стану та перспектив розвитку металургії України [8, 13, 21]. Для цього є певні підстави, пов'язані з високим інвестиційним рейтингом чорної металургії. Згідно з деякими оцінками за ступенем інвестиційної привабливості галузь ставиться на четверте місце (після торгівлі, харчової промисловості і машинобудування), в інших дослідженнях чорна металургія займає друге [33] або навіть перше [42] місце з позицій інтегрального показника привабливості інвестиційної діяльності.

Однак на практиці ситуація з іноземними інвестиціями в чорну металургію залишається вкрай незадовільною.

В даний час надходження іноземних інвестицій стримується несприятливим інвестиційним кліматом в галузі та нестабільністю країни в цілому. У числі основних причин такого стану можна відзначити наступні

[13, 10, 11]: нестабільність фінансової системи, відсутність чіткої законодавчої бази та необхідних гарантій для інвестора, не повною мірою є регульованими права власності на металургійні підприємства, ключовим для іноземних інвесторів залишається питання про приватизації землі і т. п.

Необхідно тут також особливо сказати про чинній податковій системі. Вона не тільки не стимулює проведення інвестиційної діяльності в чорній металургії, але і значно знижує економічну ефективність функціонування металургійних підприємств [4] - в ціні кінцевої металопродукції частка податкових відрахувань становить майже 60%, що природно негативно відбивається на рентабельності виробництва [20].

Як уже зазначалося, переважна частина вітчизняної металопродукції реалізується на експорт (величина експортних поставок на деяких металургійних комбінатах досягає 99% від загальних обсягів збуту [11]). Зі своєю продукцією металургійні підприємства виходять на багато ринків збуту. Наприклад, ПАТ "Запоріжсталь" реалізує продукцію в десятках країнах Південно-Східної Азії, Європи, Близького Сходу, Америки, ринки яких володіють своїми специфічними особливостями. Якщо при цьому врахувати широку номенклатуру металургійної продукції, то стає зрозумілим, наскільки складною є задача оцінки ступеня конкурентоспроможності виробника, його продукції на тому чи іншому потенційному ринку збуту.

Разом з тим, однією з основних передумов ефективного функціонування виробника є знання особливостей ринку збуту та конкурентоспроможності на ньому випускається. Проведені дослідження [27] показують, що саме невірна оцінка стану ринку має найбільшу питому вагу (32%) серед причин комерційних невдач. Для порівняння наведемо аналогічні дані щодо деяких інших факторів: високий рівень конкуренції означає тільки 8% невдач у комерційній діяльності; несвочасний вихід на ринок - 10%; неправильна збутова політика - 13%; висока ціна продукції - 14%; технічна недосконалість продукції - 23%. Дані цифри підтверджують

значеність висновку про надзвичайну важливість для виробника чи продавця певної продукції проведення дослідження її потенційних ринків збуту.

Враховуючи в основному експортний характер металопродукції, велике число потенційних ринків збуту останні твердження для чорної металургії має особливу актуальність. Тут же доречно відзначити, що в деяких дослідженнях [30, 31] спеціально підкреслюється, що вітчизняний виробник ще не навчився у своїй комерційній діяльності на зовнішніх ринках враховувати їх специфіку, оцінювати стан ринків з точки зору можливості збуту своєї продукції (іншими словами її конкурентоспроможності на даному конкретному ринку), не володіє необхідним для цього методичним інструментарієм.

Слід мати на увазі ще одну важливу обставину. Як уже зазначалося, чорна металургія має серйозні проблеми зі здійсненням свого технічного переозброєння. У цих умовах представляється надзвичайно важливою завдання визначення ринків збуту, які найбільшою мірою відповідали б існуючим виробничим можливостям металургійних підприємств, що випускається ними металопродукції, тобто ринків, на яких випускається продукція мала б максимальним рівнем конкурентоспроможності. На необхідність такого підходу не тільки в чорній металургії, а й промисловості в цілому вказується в роботах [16, 24]. При цьому, враховуючи широкую номенклатуру продукції, що випускається металургійними підприємствами, необхідно підкреслити, що видається важливим оцінка привабливості ринків збуту не тільки для окремого виду продукції, але і всього підприємства.

Важливість завдання оцінки перспективності потенційних ринків для продукції, що випускається особливо зростає у разі організації власної збутової мережі. Робота в цьому напрямку серед металургійних підприємств вже ведеться.

Все сказане підтверджує особливу актуальність завдання оцінки конкурентоспроможності підприємств чорної металургії та випускається ними на різних ринках збуту і вибору найбільш перспективних з них [93].

Таким чином, поряд зі стратегічним напрямком підвищення ефективності чорної металургії - її технічним переозброєнням [66] і пов'язаної з цим завдання створення сприятливих інвестиційних умов, реструктуризації виробництва, необхідно розглядати і вирішувати більш привабливу, але, як було показано, досить актуальну задачу, яка складається в поліпшенні роботи металургійних підприємств на потенційних ринках збуту шляхом визначення та першочергового використання тих з них, на яких вироблена в даний час металопродукція і підприємства в цілому мають максимальний рівень конкурентоспроможності.

Особлива важливість даного завдання пов'язана з прогнозованим [22, 28] ускладненням в найближчі роки ситуації на світових ринках чорного металу, підвищенням інтенсивності конкурентних відносин на них.

Даний напрямок підвищення ефективності функціонування чорної металургії має такі переваги, що воно практично не вимагає складної організаційної роботи та капітальних витрат і може бути досить швидко реалізовано в умовах сучасного підприємства.

1.3. Конкурентоспроможність експорту та напрямки її забезпечення на зовнішніх експортних ринках

У попередньому параграфі було показано, що одним з перспективних напрямів підвищення конкурентоспроможності продаж вітчизняної чорної металургії є поліпшення її роботи на регіональних ринках за рахунок першочергового використання тих з них, на яких українська металопродукція і її виробник у сучасному стані мають максимальну конкурентоспроможність та відповідні обсяги продаж.

Для реалізації даного напрямку необхідно мати методи кількісної оцінки та порівняльного аналізу продаж окремих видів металургійної

дукції та її виробника в цілому на різних регіональних ринках збуту, що в свою чергу вимагає поглибленого уточнення змісту конкуренції.

Разом з тим, у відомій нам економічній літературі [12, 21, 25, 35, 42] визначенні конкурентоспроможності виділяють і деякі інші важливі аспекти її формування. Їх характеризують за допомогою спеціальних показників, що відображають інвестиційну привабливість збутої та її виробника, ступеня освоєння ринку, динаміки експорту згаданого товару, цінової стійкості продукції і рентабельності її збуту на цих ринках, поточного етапу і тривалості життєвого циклу продукції та ін.

Викладені вище підходи до формування змісту поняття "потенціал експортних продаж" відображають з різних позицій найважливіші його риси, відмінні риси. При цьому, як випливає з наведених визначень, в цих випадках у відповідних визначеннях упор робиться на співвідношенні ціни (суспільної потреби) і витрат (витрат на придбання і споживання продукції), в інших - на можливість прибуткової реалізації товару, згадуються та інші аспекти конкурентоспроможності, формування потенціалу.

Всі наведені визначення потенціалу експортних продаж природно мають право на існування, дозволяють глибше зрозуміти суть даного складного поняття. Разом з тим, різноманітність визначень конкурентоспроможності, підходів до відображення його змісту свідчить не стільки про складність даного поняття, а й про відсутність єдиного системного підходу до формування та аналізу поняття "конкурентоспроможність" - дослідники найчастіше звертають увагу на одні властивості і чинники потенціалу, і залишають осторонь інші. Дана обставина може бути пов'язана з характером розглянутих завдань економічного аналізу, змістовні висновки яких і визначають важливість тих чи інших аспектів потенціалу, і в кінцевому підсумку і призводить до того, що в одних визначеннях

визначається одні властивості потенціалу підприємства, а в інших пропонується досліджувати інші.

Звернемо увагу ще на найважливіші потенціалу експортних продаж, які виходять у багатьох дослідженнях і, по - нашу думку, в обов'язковому порядку повинні бути відображені в його визначенні. Найбільш чітко вони сформульовані в монографії [18] і зводяться до наступного.

1. Рівень потенціалу продаж повинен визначатися не для даного виду продукції взагалі, а з урахуванням конкретних умов її реалізації та експлуатації (споживання), т. ч. для конкретного ринку збуту чи його сектору.

2. При побудові показників потенціалу продаж підприємства та конкурентоспроможності продукції необхідно орієнтуватися не стільки на параметри аналогічної продукції, скільки на характеристики (параметри) потреб потенційних покупців.

Зміст першого з наведених положень підкреслює той найважливіший факт, що потенціал (оцінка його рівня) не є абсолютною величиною, а має відносний характер, формується і виявляється (отримує конкретне значення) тільки на деякій ринку відповідних товарів або послуг, визначається його специфічними властивостями.

Друге твердження по суті також вказує на найважливіше значення для потенціалу ринку збуту для формування та оцінки конкурентоспроможності продукції. Це пов'язано з тим, що параметри потреб потенційних покупців мають можливість проявитися тільки на відповідному ринку.

Зі сказаного випливає, що рівень потенціалу експортних продаж безпосередньо проявляється тільки на конкретному ринку збуту товарів або послуг, значною мірою формується під впливом його властивостей і потреб. Відповідно один і той же товар на різних ринках збуту може мати різні рівні конкурентоспроможності та впливати на потенціал підприємства.

З проведеного аналізу випливає, що визначення поняття "потенціал експортних продаж" має в першу чергу відобразити провідну роль ринку та

конкурентній в його формуванні. Крім того, визначення повинно бути за формою досить загальним, щоб допускати можливість (залежно від об'єкта, цілей і специфіки розглянутих завдань економічного аналізу) варіювання складом факторів і показників, що визначають конкурентоспроможність та потенціал. Сформульованим колегам задоволься таке визначення поняття "потенціал експортних продаж" [19, 20].

Під потенціалом експортних продаж підприємства на ринку розуміємо відповідність можливостей її ефективного виробництва і реалізації потребам даного ринку, його станом в цілому.

Однією з головних особливостей даного визначення є те, що в ньому підкреслюється провідна значущість ринку в формуванні конкурентоспроможності продукції та обсягу продаж.

Важливо також зазначити, що, незважаючи на стислість формулювання, наведене визначення є досить загальним і по суті включає в себе всі визначення, наведені вище.

Дійсно, відповідність можливостей ефективного виробництва і реалізації певного типу продукції потребам даного ринку можна визначати на основі аналізу систем різних факторів конкурентоспроможності, в тому числі і тих, які використовуються в розглянутих раніше визначеннях (ціна або ціна споживання, рівень задоволення суспільних потреб, їх співвідношення, цінова стійкість, прибутковість реалізації тощо).

У даному визначенні наголошується також важливість фактора реалізації продукції, що, як було показано вище, становить основу одного з існуючих підходів до трактування поняття потенціалу.

Звернемо увагу ще на одну особливість у трактуванні сформульованого визначення потенціалу експортних продаж. Вона полягає в тому, що залежно від вирішуваних завдань, згадана у визначенні ефективність виробництва і реалізації продукції може розумітися по-різному.

В одних випадках ефективною буде визнаватися така реалізація продукції, яка приносить максимум прибутку, в інших поняття ефективності

може зв'язуватися з максимізацією обсягів продажів або проникненням на нові ринки збуту і т.п. Визначальним фактором тут є цілі і завдання, які передбачає вирішити виробник у процесі реалізації своєї продукції.

Зазначені обставини можна відобразити у визначенні потенціалу прямих експортних продаж в явному вигляді. Для цього його можна дещо розширити і сформулювати наступним чином.

Під потенціалом пруда підприємства на регіональному ринку розумітимемо відповідність (ступінь відповідності) можливостей її ефективного виробництва і реалізації, цілей і завдань виробника даної продукції потребам конкретного ринку, його станом та часткою.

Це визначення можна поширити і на визначення потенціалу продаж деяких підприємствах (виробника металургійної продукції).

Тоді потенціал продаж виробника на регіональному ринку слід тлумачити як ступінь відповідності системі потреб, станом даного ринку можливостей ефективного виробництва і реалізації всієї (або основної частини) номенклатури випускається підприємством, цілей і завдань його функціонування (економічного розвитку) згідно з економічними умовами.

Сформульовані визначення відповідають потенціалу продаж окремого виду продукції або виробника в цілому на деякій конкретному ринку. Вище вже зазначалося, що потенціал одного і того ж економічного об'єкта (продукції чи підприємства) може змінюватися на різних ринках. У зв'язку з цим виникає питання про те, що розуміти під потенціалом на ринках взагалі (на всіх використовуваних ринках збуту) без прив'язки до деякого заданому регіону. Відповідь на це питання дозволить не тільки розвинути наведені визначення потенціалу, але й надалі сформулювати підходи до її оцінки та аналізу, спрямованого на вирішення завдань підвищення рівня потенціалу.

Під потенціалом продаж виробника на всіх використовуваних ринках збуту природно розуміється деяке усереднений (краще середньозважений) його рівень по всіх розглянутих ринків.

Рівняння такого роду до трактування потенціалу на регіональних ринках при визначенні та аналізі її рівня передбачає наявність кількісних оцінок потенціалу та конкурентоспроможності продукції або підприємства для кожного з розглянутих ринків збуту.

Припустимо, що визначені кількісні оцінки конкурентоспроможності даного виду продукції або виробника на конкретному ринку збуту існують. Визначимо їх

через K_i , де індекс i відповідає певному ринку (його номеру i).

В цьому випадку рівень конкурентоспроможності продукції (K) на регіональних ринках в цілому може визначатись формулою.

$$K = \sum_{i=1}^n O_i K_{i,r} \quad (1.1)$$

де n – кількість ринків збуту, що використовуються, O_i – вагові коефіцієнти в якості котрих можуть бути використані нормовані значення обсягів реалізації даного виду продукції на ринку i у грошовому та натуральному виразі.

Звернемо увагу ще на найважливіші аспекти конкурентоспроможності, які згадуються у багатьох дослідженнях і, по - нашу думку, в обов'язковому порядку повинні бути відображені в його визначенні. Найбільш чітко вони сформульовані в монографії [18] і зводяться до наступного.

1. Рівень потенціалу повинен визначатися не для даного виду продукції взагалі, а з урахуванням конкретних умов її реалізації та експлуатації (споживання), тобто для конкретного ринку збуту чи його сектору.

2. При побудові показників потенціалу продаж необхідно орієнтуватися не стільки на параметри аналогічних підприємств, скільки на характеристики (параметри) потреб потенційних покупців.

Зміст першого з наведених положень підкреслює той найважливіший факт, що потенціал (оцінка його рівня) не є абсолютною величиною, з якою відносний характер, формується і виявляється (отримує конкретне значення) тільки на деякій ринку відповідних товарів або послуг, визначається його специфічними властивостями.

Друге твердження по суті також вказує на найважливіше значення ринку збуту для формування та оцінки потенціалу підприємства та конкурентоспроможності продукції. Це пов'язано з тим, що параметри потреб потенційних покупців мають можливість проявитися тільки на відповідному ринку.

Зі сказаного випливає, що рівень потенціалу безпосередньо проявляється тільки на конкретному ринку збуту товарів або послуг, значною мірою формується під впливом його властивостей і потреб. Відповідно один і той же товар на різних ринках збуту може мати різні рівні конкурентоспроможності та потенціалу підприємства буде різним.

Обсяг прямих продаж являє собою показник, який об'єднує дохід підприємства, який утворюється в результаті продаж продукції, який забезпечує надходження коштів на розрахунковий рахунок підприємства в результаті продаж основного виду продукції.

Однією з головних особливостей даного визначення є те, що в ньому підкреслюється провідна значущість ринку та прямих продаж в формуванні конкурентоспроможності продукції та потенціалу підприємства.

Важливо також зазначити, що, незважаючи на стислість формулювання, наведене визначення є досить загальним і по суті включає в себе всі визначення, наведені вище.

Дійсно, відповідність можливостей ефективного виробництва і реалізації певного типу продукції потребам даного ринку можна визначати на основі аналізу систем різних факторів потенціалу, в тому числі і тих, які використовуються в розглянутих раніше визначеннях (ціна або ціна

споживання, рівень задоволення суспільних потреб, їх співвідношення, цінова стійкість, прибутковість реалізації тощо).

У даному визначенні наголошується також на можливість фактори реалізації продукції, що, як було показано вище, становить основу одного з існуючих підходів до трактування поняття потенціалу.

Звернемо увагу ще на одну особливість у трактуванні сформульованого визначення потенціалу продаж підприємства. Вона полягає в тому, що залежно від вирішуваних завдань, згаданих у визначенні ефективність виробництва і реалізації продукції може розумітися по-різному.

Зазначені обставини можна відобразити у визначенні потенціалу в явному вигляді. Для цього його можна дещо розширити і сформулювати наступним чином.

Під потенціалом експортних продаж фірми на регіональному ринку розумітимемо відповідність (ступінь відповідності) можливостей її ефективного виробництва і реалізації, цілей і завдань виробника потребам конкретного ринку, його станом.

Це визначення можна поширити і на випадок конкурентоспроможності продукції деяких підприємствах (виробника).

Тоді конкурентоспроможність виробника на регіональному ринку слід зрозуміти як ступінь відповідності системі потреб, станом даного ринку можливостей ефективного виробництва і реалізації всієї (або основної частини) номенклатури випускається підприємством, цілей і завдань його функціонування (економічного розвитку).

Вище вже зазначалося, що конкурентоспроможність одного і того ж економічного об'єкта (продукції чи підприємства) може змінюватися на різних ринках. У зв'язку з цим виникає питання про те, що розуміти під конкурентоспроможністю на ринках взагалі (на всіх використовуваних ринках збуту) без прив'язки до деякого заданого регіону. Відповідь на це питання дозволить не тільки розвинути наведені визначення конкурентоспроможності, але й надалі сформулювати підходи до її оцінки та

аналізу, спрямованого на вивчення завдань підприємства ринка конкурентоспроможності.

На потенціалом продаж виробника на всіх використовуваних ринках збуту зроблено розуміння деяко усереднений (краще середньозважений) його рівень на всіх розглянутих зовнішніх ринках.

Результатом такого підходу до трактування потенціалу підприємства на зовнішніх регіональних ринках при визначенні та аналізі його рівня передбачає наявність кількісних оцінок конкурентоспроможності продукції та підприємства для кожного з розглянутих ринків збуту, для стратегічного потенціалу – встановлення тенденцій розвитку явища у тривалому (4-5 років) періоді часу.

Прямі продажі підприємства дозволяють знизити обсяг трансакційних та адміністративних витрат підприємства, при цьому не суттєво впливати на якість продукції та не збільшувати обсяг прямих витратків.

Прямі продажі являють собою продаж продукції підприємства безпосереднім її споживачам без посередників, які належним чином впливають на ціноутворення. Ціна металургійної продукції формується на небіржовому ринку, який забезпечує задоволення та реалізацію реального попиту. Реальний попит на металопродукцію залежить від економічного стану суспільства в межах окремої громади, країни та іншої соціальної формації. Збільшення прямих продаж потребує організаційних змін на підприємстві, змін в структурі персоналу тощо.

Прямі продажі, - це продаж продукції за прямим контрактом безпосередньому споживачу, без використання послуг бірж, посередників та фірм, які залучають свою торговельну мережу для збуту продукції клієнта-виробника. Оптимальний підхід до організації прямих продаж, це контракт між двома виробниками, один з яких виготовляє сировину, яка використовується у виробничому процесі іншого. Таким чином, знижуються трансакційні витрати в реалізації угоди та зменшується ціна її предмету.

АНАЛІЗ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ПАТ "ЗАПОРІЖСТАЛЬ"2.1 Організаційно-економічна характеристика підприємства ПАТ
"Запоріжсталь"

Підприємство було засноване в 1932 році в місті Запоріжжя (Україна) як частина потужного державного металургійного комплексу "Дніпровський металургійний завод". Сьогодні ПАТ «Запоріжсталь» - ключовий виробник сортової нержавіючої сталі на ринках СНД, а в Україні - безперечний лідер в даному сегменті.

ПАТ "Запоріжсталь" розробляє, виробляє і реалізує металопродукцію з нержавіючих, інструментальних, швидкорізальних (в т. ч. виготовлених методом порошкової металургії), підшипникових, гарячекатаних легованих і вуглецевих сталей.

Застосовувані на заводі технології дозволяють отримувати високоякісні матеріали, що використовуються в найбільш відповідальних галузях промисловості-машинобудуванні, суднобудуванні, автомобілебудуванні, авіакосмічній та нафтогазовидобувній галузях.

З продукції підприємства – легованої сталі, випускають деталі машин і механізмів, безшовні труби і підшипники, інструмент для подальшої обробки металів і сплавів.

Географічне розташування компанії дає значну перевагу у виході на ринки СНД та ЄС. Продукція підприємства затребувана більш ніж в 60 країнах. Зберігаючи позиції лідера на внутрішньому ринку, Запоріжсталь розширює свою присутність в Росії, Європі, Америці та Азії, співпрацюючи з партнерами та дистриб'юторами в 15 країнах світу.

В. Забаво територією 12 кв. км, де підприємство відкрито металургію сталі та інструментальну прокатку.

Власник до складу міжнародної корпорації "Metinox" та її мережі виробництва та збуту, "Запоріжсталь" розробляє, виробляє і реалізує металургійні і металеві інструментальні, інструментальні, спеціалізовані (в т. ч. металургію, металеві порожнисті металургії), підшипникові, сарматівані лінійні і вуглецеві сталі – дошкорок гарячекатані матеріали.

Застосовуючи на заводі технології дозволяють отримувати високочислі матеріали, що використовуються в найбільш відповідальних галузях промисловості: машинобудування, суднобудування, автомобілебудування, авіаційній та нафтогазовидобувній галузях.

З легіруванням сталі випускають деталі машин і механізмів, безшовні труби і підшипники, інструмент для подальшої обробки металів і сплавів.

Географічне розташування компанії дає значну перевагу у виході на ринки СНД та ЄС. Продукція Запоріжсталь застосовується більш ніж в 60 країнах. Зберігаючи позиції лідера на внутрішньому ринку, Запоріжсталь розширює свою присутність в Росії, Європі, Америці та Азії, співпрацюючи з партнерами та дистрибуторами в 15 країнах світу.

Організаційна структура ПАТ «Запоріжсталь» включає 12 основних цехів, а саме:

- *шлюфовий цех*, де відбувається попередня підготовка залізничної сировини: приведення її до необхідної форми та розміру;
- *доменний цех*, де відбувається виробництво чавуну ливарного та переробного на 6 доменних печах, які періодично ремонтуються;
- *мартенівський цех*, де відбувається виробництво сталі в 5 мартенівських пічках;

- прокатний цех, де відбувається виробництво прокату (гарячекатаної та холоднокатаної продукції);
 - 11 допоміжних цехів, а саме: 1 цех підготовки виробництва, 1 цех випробувань, 2 транспортних цехи (автомобільного та залізничного транспорту), 2 ремонтних цехи (ремонт механічного обладнання), 1 ремонтний цех (ремонт електрообладнання), 2 енергозabezпечуючих цехи (мереж та підстанцій, енергосиловий), 1 цех КВПта А;
 - 1 склад готової продукції;
 - 1 центральна заводська лабораторія (наукових розробок); 1 аналітична лабораторія (аналіз хімічного складу сировини, матеріалів та металопродукції); 2 виробництва (сталеплавильне и передільне);
 - 16 управлінь (в тому числі 1 управління корпоративної соціальної відповідальності до складу якого входять: ВСП «Санаторій – профілакторій», ВСП ПК «Запоріжсталь», ДОЦ «Чайка», редакція газети) 57 відділів (включаючи головну бухгалтерію); 6 бюро, 3 групи (рис.2.1)
- ПАТ «Запоріжсталь» є засновником ТОВ "Завод столових приладів - ДСС", яке знаходиться за адресою: м. Запоріжжя, вул. Південне шосе, 83.

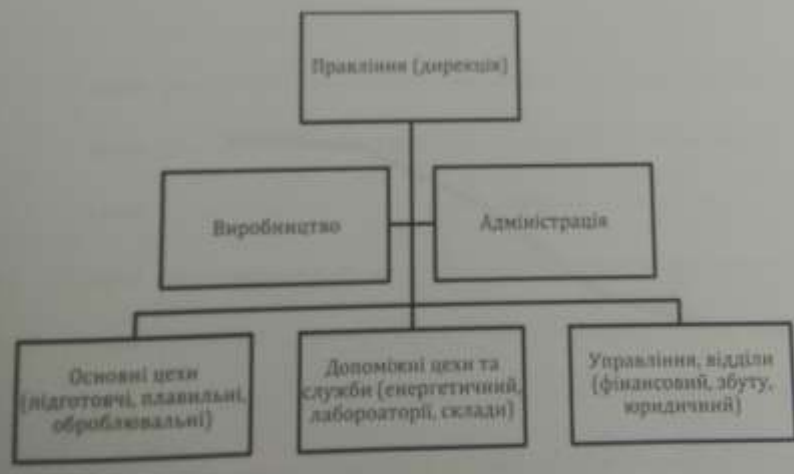


Рис.2.1 Структура управління ПАТ "Запоріжсталь"

Створено для виробництва турбінних якісних сталевих прокатів та зварювання від проливу пробуту. У подальшому планується розвиток цієї бази та розширення асортименту продукції сталевих прокатів, розширення ринків збуту.

ПАТ «Азовсталь» також є власником підприємства ТОВ «Трансформурс», предметом діяльності якого є злитівок, переробка металобрухту чорних металів. ТОВ «Трансформурс» виконує та буде виконувати функції основного металургійного сировини для виробництва сталі – металобрухту.

- управління продаж по машинобудівному сектору; управління продаж по енергетичному та трубному сектору;
- управління продаж на далеке зарубіжжя; управління логістики; відділ продаж нержавіючих сталей и ЖТС;
- відділ продаж гарячекатаних и підшипникових сталей; відділ продаж інструментальних сталей;
- відділ маркетингового аналізу та реклами.

Середньоблікова чисельність штатних працівників облікового складу – 12985 осіб (рис.2.2.):

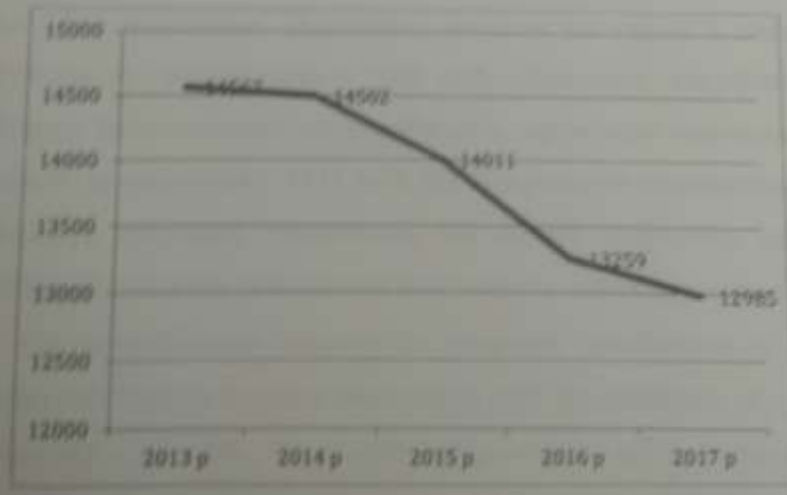


Рис.2.2 Динаміка чисельності персоналу підприємства (2013 – 2017 рр.)

Чисельність працівників, які працюють на умовах неповного робочого часу (день, тиждень) – 2429 (осіб). Фонд оплати праці за 2017 рік (без відрахувань у ФСС) склав 3363708,3 тис. грн.

Порівняно з 2013 роком ФОП збільшився на 15,5% за рахунок створення нових підрозділів служби збуту, додаткових заохочувальних виплат та зміни соціального стандарту.

Кадрова програма забезпечення відповідного рівня кваліфікації працівників у 2018 році була спрямована на досягнення поставленої мети у бізнесі, підвищенню капіталізації компанії сприяє чітка політика у галузі управління персоналом. Однією з основних її задач є постійне підвищення компетентності персоналу та його спроможності виконувати поставлені керівництвом задачі.

ПАТ «Запоріжсталь» приділяє увагу розвитку нових форм підготовки персоналу, підвищенню та розвитку потенціалу робітників, укріпленню матеріально-технічної бази та оснащенню учбових класів. Розроблена система оцінки персоналу за компетенціями.

Проводилось підвищення кваліфікації працівників підприємства: безпосередньо на виробництві – 2985 осіб; в інших учбових закладах за межами підприємства – 361 особи. Пройшли навчання з питань охорони праці 1844 працівника. Проведено навчання на курсах з перепідготовки робітників на виробництві – 758 осіб, підвищили кваліфікацію – 271 робітника безпосередньо на виробництві, проведено навчання на курсах цільового призначення – 1414 осіб. На підприємстві впроваджена і успішно функціонує адаптація працівників, що сприяє скорішому входженню у виробничий колектив та підвищує адаптивність нових працівників.

Середньооблікова чисельність штатних працівників – 12640 осіб. Середня чисельність позаштатних осіб та осіб, які працюють за сумісництвом (зовнішнім) – 47 осіб. Чисельність працівників, які працюють на умовах неповного робочого часу (дня, тижня) – не було. Фонд оплати праці 1590979

тис. грн. У 2018 році було збільшено фонд оплати праці (+86 086 тис. грн. або +3,8 %) відносно попереднього року. За рахунок зросту середньої заробітної плати в еквіваленті повної зайнятості на 18,6 % (+228 365 тис. грн.) та зменшення чисельності працюючих в еквіваленті повної зайнятості на 9,6 % (-142279 тис. грн.). Кадрова програма ПАТ «Запоріжсталь» спрямована на забезпечення рівня кваліфікації працівників операційним потребам підприємства. Для забезпечення необхідного рівня кваліфікації персоналу ПАТ «Запоріжсталь» на посади керівників, професіоналів, фахівців та технічних службовців призначаються робітники, кваліфікаційний рівень яких відповідає вимогам «Довідника кваліфікаційних характеристик професій працівників» (ДКХП України). На комбінаті діє система підготовки кадрів, яка передбачає проведення безперервного навчання персоналу, згідно затвердженим планам заходів, що відповідають цілям підприємства в області якості. Підвищення кваліфікації керівників, професіоналів і фахівців на комбінаті спрямовано на вдосконалення їх професійних знань, оволодіння новими методами управління виробництвом, вдосконалення навичок менеджменту в сучасних умовах бізнесу. Належна увага в системі розвитку персоналу приділяється підготовці керівників та кадрового резерву. Інформація про чисельність працівників Для цього на комбінаті діє Корпоративний університет, в якому у 2018 році пройшли навчання 2606 співробітників виробничих підрозділів. Також у ПАТ «Запоріжсталь» особлива увага приділяється навчанню персоналу з питань охорони праці (вимоги «Закону України про охорону праці», Типового положення «Про порядок проведення навчання й перевірки знань з питань охорони праці»). Працівники служби охорони праці, члени атестаційних комісій (перевірка знань з питань охорони праці, нормативно-правових актів), експерти технічні, фахівці з неруйнівного контролю проходять навчання в ДП «Головний навчально-методичний центр Держпраці України», ДП «Державне підприємство «Атестаційний центр з неруйнівного контролю при ІЄЗ ім. Є.О. Патона Національної академії наук України», м. Київ.

Підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації робочих кадрів на комбінаті здійснюється відповідно до типових навчальних, а також модульних та робочих програм, розроблених фахівцями структурних підрозділів по більше ніж 300 професіям. Всі програми складено відповідно до методичних рекомендацій, погоджених з Міністерством праці та соціальної політики України і затверджених Міністерством освіти і науки України. Навчання проводиться в кабінетах, навчальних класах, а також на спеціально створених в умовах виробництва полігонах. В 2016 році пройшли навчання (підготовка та підвищення кваліфікації) 8549 працівників ПАТ «Запоріжсталь».

Працівники отримують можливість додаткового навчання у центрі підвищення кваліфікації персоналу в тому числі сфері тренінгів та підвищення рівня підготовки виробничо-промислового персоналу.

2.2. Основні аспекти виробничої та господарської діяльності підприємства

Основним видом діяльності ПАТ "Запоріжсталь" є виробництво чорних металів: чавуну, слябів, прокату гарячекатаного та холоднокатаного листу, рулону, арматури тощо.

Сировиною для виробництва сталі є залізорудна сировина та металобрухт. Основним технологічним процесом, що випускає готову продукцію – сортовану сталь у формах є мартенівське виробництво.

На етапі підготовки сировини відбувається агломерація, тобто утворення часток сировини однакової форми, розміру та ваги.

Наступним процесом є доменний процес, тобто виготовлення чавуну для подальшої переробки або використання як готового продукту.

Мартенівський спосіб з'явився в результаті необхідності переробки великої кількості металобрухту, масова переробка якого в конверторах неможлива (через недостатність тепла в ньому). Ця проблема була вирішена

цільком створення похвальної (мартенівської) печі. В середині 20 століття понад 80% всієї виплавленої сталі озержували мартенівським способом. В подальшому, з розвитком киснево-конвертного процесу, роль мартенівського виробництва у виробництві сталі значно впала. Розповсюдженість способу пояснювалася його універсальністю:

- плавку можна вести як на твердій, так і на рідкій шихті з будь-якими співвідношеннями металобрухту і чавуну;
- спосіб характеризується невисокими вимогами до якості сировини;
- процес плавки добре регулюється;
- вихід готової сталі високий;
- процес дозволяє виготовити сталь майже всього сортаменту.

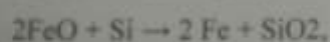
Мартенівська піч являє собою споруду з вогнетривкої цегли, яка стягнута рядом металічних балок, що утворюють зовнішній каркас. Робочий простір печі обмежений зверху склепінням, знизу — подом, спереду і ззаду — стінками, з боків — головками. Головки служать для подачі палива і повітря в робочий простір печі, а також для відводу продуктів згоряння з печі. Піч має вигляд овальної чаші, в ньому відбувається процес плавки. Передня стінка має ряд завалочних вікон для завантаження шихтових матеріалів, а задня стінка — лютку для випуску металу.

Основні матеріали шихти для мартенівської плавки такі: чавун, скрап, металобрухт, розкиснювачі, легуючі добавки, залізна руда, вапняк і ін.

Підготовка шихти включає операції дроблення і різання негабаритного металобрухту і пакування дрібного; дроблення вапняку до 50-150 мм; сортування чушкового чавуну за марками, класами і категоріями. Крім чавуну в шихті використовують обрізки металу, брак лиття, металобрухт. Підготовлену шихту з доданням розкиснювачів і легуючих добавок завантажують в піч. Після прогріву шихти (твердої її частини) в піч заливають чавун і починається процес плавки. Однією з основних характеристик мартенівської печі є садка — маса металевої частини шихти, що завантажується в піч.

В основі процесу мартенівської плавки лежать окисні процеси, в результаті яких з металічної шихти одержують рідку сталь заданого складу. На відміну від конверторів у мартенівських печах плавка йде за рахунок тепла полум'я, що утворюється при горінні в робочому просторі печі суміші доменного і коксового газів. Для утворення в печі високих температур (1800—1850 °С) і економії палива газ і повітря перед подачею в піч відігрівають теплом продуктів горіння в регенераторах до температури 1200—1300 °С. При попаданні в робочий простір печі газ стикається з повітрям і загоряється. Під дією цього тепла шихта нагрівається і плавиться. Водночас з розплавленням металу відбувається окиснення його основних компонентів. Основним окиснювачем є кисень повітря, який засмоктується в робочий простір печі з атмосфери.

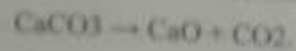
Залізо шихти при окисненні переходить в оксид заліза (FeO), а домішки в відповідні оксиди — кремнезем (SiO₂), оксид марганцю (MnO), оксид вуглецю (CO) і ін. Оксид вуглецю (CO) видаляється з димовими газами, а інші переходять в шлак, що накопичується на поверхні металу. Перемішування металу при виділенні бульбашок CO сприяє окисненню домішок. Коли метал покривається шаром шлаку, безпосереднє окиснення домішок киснем повітря стає неможливим і подальше окиснення протікає за рахунок оксиду заліза, що розчинений в металі. У готовій сталі оксид заліза (FeO) — шкідлива домішка, але під час плавки його присутність корисна, тому що він — єдине джерело кисню для вигорання домішок:



Додання в шихту флюсів (вапна або вапнюку) сприяє видаленню з металу сірки і фосфору. В ряді випадків для розрідження шлаку вводять боксити і плавиковий шпат. Для інтенсивності плавки використовують кисень, що не тільки скорочує тривалість плавки, але й витрату палива.

Інтенсивність окиснення можна підвищити звантаженнями в піч залізної руди.

Домішка руди ефективне тому, що водночас з очищенням металу від домішок відбувається відновлення заліза з оксидів руди. Залізо, що утворилося, розчиняється в металі і підвищує вихід готової продукції. Сірка і фосфор, що знаходяться в руді, при плавці не видаляються, тому що їх сполуки P_2O_5 і FeS добре розчиняються в сталі. Для їх видалення в шихту вводять флюс — вапняк, який при нагріванні розкладається:



Вапно (CaO), що входить до складу шлаку, хімічно зв'язується з фосфором і переводить його в шлак $[P_2O_5(CaO)_4]$. При цьому частково видаляється й сірка.

Шлак, що утворився при плавці, зливають. Під час плавки беруть проби металу для визначення його хімічного складу і доведення цього складу до заданого. Коли метал доведений до заданого складу, в нього вводять розкиснювачі (в основному феросплави) щоб відібрати кисень у залишку заліза, що залишився в металі. Після завантаження розкиснювачів сталь випускають з печі. В мартенівських печах виплавляють в основному вуглецеві конструктивні сталі нормальної і підвищеної якості, а також ряд марок інструментальних і низьколегованих сталей.

Розповсюдження мартенівського способу виробництва сталі відбулось серед країн, які виграють у конкурентній боротьбі за рахунок низької ціни на продукцію.

Мартенівський спосіб виробництва сталі ліквідований у всіх розвинених країнах світу ще в 1980-1990-х роках, в Китаї — у 2003 році, а Росія тільки планує повністю відмовитись від мартенівського виробництва сталі.

На сьогодні такий спосіб є малоефективним як з економічної, так і з екологічної точки зору.

Зокрема, собівартість мартенієвської сталі (у порівнянні на вагу заготовки) на 15% вище за собівартість електросталі та конвертерної сталі (у порівнянні на вагу заготовки). При виробництві мартенієвської сталі обсяг викидів шкідливих речовин в атмосферу вище на 40%, а парникових газів – у два рази більше порівняно з електросталеплавильними і конвертерними способами виробництва сталі.

У 2018 р. частка мартенієвської сталі становила лише 3,6% світового виробництва сталі та припадає в основному на Росію (40%) і Україну (46%), тобто дві країни в сукупності виробляють практично 86% світового обсягу мартенієвської сталі. У Росії заміна мартенієвського виробництва відбувається досить інтенсивно (за 15 років частка мартенієвської сталі скоротилася з 50 до 22%). В Україні цей процес відбувається повільно і частка мартенієвського виробництва донедавна (2010) становила 40%. За кілька наступних років Україна просунулась в процесі закриття мартенієвських печей і заміну їх на інші альтернативні агрегати, 2011 року закрито мартенієвський цех ВАТ «Азовсталь» [2], 2012 року — на металургійних заводах Дніпропетровська[4], 2015 року — на комбінаті ПАТ «ММК ім. Ілліча»[5].

Вальцювання (прокатка) — такий вид обробки металів тиском, коли заготовка силами тертя втягується у проміжок між обертальними валками, які її пластично деформують, зменшуючи площу поперечного перерізу і збільшуючи довжину. Цим способом обробляють приблизно 90 % виплоєної на металургійних заводах сталі та понад половину кольорових металів і їх сплавів.

Вальцювання — заключний етап повного металургійного циклу. Здатність до пластичної деформації у різних металів і сплавів неоднакова, вона залежить від хімічного складу, структури, температури, величини і напрямку діючих сил. Для пластичної деформації необхідно, щоб навантаження, які прикладені до металу перевищували його границю текучості, але не досягали границі міцності. Якщо опір матеріалу руйнуванню вищий за границю його текучості на достатньо значну величину,

то під дією навантаження він значний деформується. Metали, у яких границя текучості близька до границі міцності (напр., чавун), не мають пластичності і не піддаються обробці тиском. У листопрокатному виробництві нагріті виливки спочатку прокочують на обтискних станах — слябінгах, які крім двох горизонтальних валків можуть мати й два вертикальних валки для обтискування бокових поверхонь металу, що вальцюється. Робоча поверхня валків — гладка. Товщина прокату визначається зазором між валками. Обтиснутий на слябінгу вилівок перетворюється у плоский брусок прямокутного перетину — сляб. Така форма є найзручнішою для подальшого вальцювання у лист (жерсть, автолист, броньова, трансформаторна сталь і ін.).

В сортопрокатному виробництві обтискні стани — блюмінги. На блюмінгу вилівок обтискується в брус з квадратним перетином — блюм, що призначений для подальшої переробки на фігурний прокат. Для придання блюму необхідного профілю у поверхнях валків, що стикаються робляться вирізи відповідної форми.

Продукція прокатного виробництва може являти собою закінчені вироби (наприклад, рейки), вироби, що потребують подальшої обробки (напр., балки, труби) і матеріали (листи, прутки). Мета вальцювання — надання обробленому металу такої форми і товщини, які в подальшому дозволять використати метал з найбільшим ефектом. При вальцюванні змінюється внутрішня будова і поліпшуються механічні властивості металу.

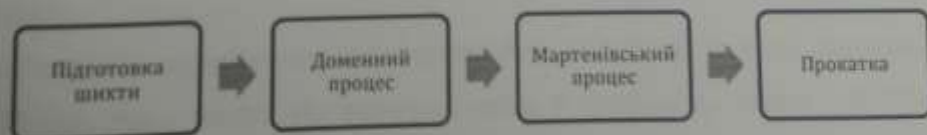


Рис.2.3 Загальні етапи технологічного процесу виробництва сталі

Купівля чистих металургічних технологічних обладнання для виконання ширшої терміобробки та поставки металу з відливом, після нормалізації, у механізми для вуглецевих сталей.

Доходи від реалізації основної продукції в загальному обсязі експортних доходів за останні три роки склали 90,7%.

Публічним акціонерним товариством «Запорізький металургійний комбінат «Запоріжсталь» постійно ведуться роботи, направлені на покращення якості та розширення асортименту виробленої продукції. Основними видами продукції, які виробляє підприємство є:

- прокат листовий гарячекатаної та холоднокатаної товщиною 0,5-8,0 мм в листах і рулонах з вуглецевих, низьколегованих та легованих сталей;
- переробний та ливарний чавун у чушках вагою 15-18 кг;
- сляби з вуглецевих, низьколегованих та легованих сталей;
- холодногнуті профілі;
- жерсть чорна;
- стрічка сталевая;
- граншлак та шебінь.

Металопродукція ПАТ «Запоріжсталь» має раціональне співвідношення ціна/якість. Реалізація прокату: у натуральній формі - 3 317,260 тис. т; сума виручки - 31036853 тис. грн.; частка від загальної суми у грошовому виразі - 93,60 %; середньореалізаційна ціна - 9 356 грн./т. Реалізація чавуну: 215,247 тис. т; сума виручки - 1187791 тис. грн.; частка від загальної суми у грошовому виразі - 3,58 %; середньореалізаційна ціна - 5 518 грн./т.

Реалізація виробів подальшої переробки: 31,870 тис. т; сума виручки - 329276 тис. грн.; частка від загальної суми у грошовому виразі - 0,99%; середньореалізаційна ціна - 10332 грн./т. Загальна сума експорту становить 22308538990 грн. Частка експорту в загальній сумі реалізації становить 67,28%. Перспективність виробництва окремих товарів, виконання робіт та надання послуг. В 2017 р. згідно прогнозу аналітичної організації World Steel

20

Асоціація попит на сталеву продукцію на світовому ринку збільшиться на 0,3% до 1509 млн. тонн.

За оцінками експертів асоціації, в даний час металургійна промисловість закінчила активне зростання, яке ґрунтувалося на швидкому економічному розвитку Китаю. Проте в довгостроковому періоді ринок сталевий продукції може зіткнутися з такими ризиками, як деіндустріалізація країн що розвиваються, зростаюча нерівність в доходах, що загрожувє середньому класу, зниження темпів зростання населення які негативно впливатимуть на попит. Що до України, в 2017 році очікується зростання споживання сталі на 6% - до 4,6 млн тонн. Залежність від сезонних змін. Попит на плоский прокат має деякі сезонні коливання (весняне збільшення на внутрішньому ринку у зв'язку з початком будівельного сезону, тощо), які, втім, не мають суттєвого впливу на обсяги продажу.

Про основні ринки збуту та основних клієнтів. 1. Основними клієнтами на внутрішньому ринку є: ПАТ «Комінмет»; ТОВ «Метінвест СМЦ»; ТОВ «Інтерпайп НМТЗ»; ТОВ «АВ Метал груп»; ТОВ «Модуль Україна»; ТОВ «МД Істейт»; ПрАТ «ТЗ «ТРУБОСТАЛЬ»; СТ «Славсант»; ТОВ «Байда 2015»; ПАТ «Дніпроспецсталь»; ТОВ «Залізний рух»; ТОВ «ЗЛМЗ» та інші. 2. Основними клієнтами на зовнішньому ринку є: ТОВ «Метінвест Євразія»; ТОВ «Метінвест СМЦ»; ТОВ «Метінвест Дистрибуція»; ТОВ «ЮгСталь»; Метінвест Інтернейшнл С.А. та інші. Інформація про основні ризики в діяльності емітента, заходи емітента щодо зменшення ризиків, захисту своєї діяльності та розширення виробництва та ринків збуту.

Ризики державного керування: 1) нестабільність курсу гривні до світових валют, що обмежує свободу маневру в експортній діяльності; 2) відсутність повноцінного доступу на ринки капіталу, необхідного для реалізації великих інвестиційних програм підприємства; 3) відсутність державних інфраструктурних проєктів та програм підтримки промислової галузі. В умовах фінансової кризи та воєнних дій на сході країни підтримка вітчизняних галузей, споживачів металопродукції збільшила б попит на сталь

на внутрішньому ринку. Експортні ризики. ПАТ «Запоріжсталь» більшу частину своєї продукції поставляє на експорт. При нестабільності економічної ситуації в світі і в окремих регіонах, виникає ризик зниження обсягу поставок продукції і цін. Ризики, пов'язані з експортом, трохи зменшують добре диверсифікована структура продажів, завдяки якій комбінат має можливість при необхідності перенаправляти поставки своєї продукції з одного ринку на інший. Істотні проблеми, які негативно впливали на розширення ринків збуту, це:

- наслідки фінансової нестабільності в деяких регіонах, які зумовили зниження попиту на сталь;
- обмеження вільної торгівлі (антидемпінгові мита в країнах Індонезія, Таїланд, США, Мексиці, Бразилії, Канаді, Пакистані, ввізне мито на прокат в Туреччині та Малайзії, антидемпінгові розслідування в ЄС, Тайланді та Індії);
- перевиробництво металопродукції в Китаї; - послаблення курсу місцевих валют до долару США сприяє зниженню конкурентоспроможності імпоротної продукції (зокрема української); - негативне економічне та соціально-політичне становище України формує думку у покупців про можливість невиконання комбінатом зобов'язань за контрактом.

Фінансово-економічні ризики діяльності підприємств полягають:

1) зниження виробництва у споживачів, нестабільність валютного курсу, зниження інвестиційної привабливості країни ускладнюють видачу позик для модернізації виробництва. Але комбінат знаходить кошти для проведення модернізації з метою зменшення обсягів використання енергоресурсів та зменшення собівартості продукції;

2) високі ціни на енергоносії та послуги з боку державних монополій (в тому числі залізничні перевезення). Виробничо-технологічні ризики. Для підвищення якості та конкурентоспроможності продукції на світових ринках, разом зі зменшенням її собівартості необхідна заміна застарілого та зношеного устаткування з проведенням модернізації сталеварного та

проектного обладнання підприємства. ПАТ "Запоріжсталь" займає стратегічно вигідне положення, оскільки розташоване на однаковій відстані від головних ринків збуту, джерел постачання сировини, на перехресті важливих транспортних магістралей, що дає можливість використовувати усілякі види транспортування (у тому числі річковий транспорт) продукції з метою оптимізації потоків. Найважливішими перевагами продукції ПАТ "Запоріжсталь" перед конкурентами є:

- розвинена структура збуту продукції як на Україні, так і за кордоном;
- раціональне співвідношення ціни металопрокату та його якості;
- клієнтоорієнтованість при реалізації продукції. Канали збуту й методи продажу, які використовує емітент. В 2016 р. продукцію (основну та неосновну) реалізовано безпосереднім споживачам та виробникам на умовах попередньої оплати та на умовах оплати по факту постачання продукції. Основні умови співпраці на ринку дальнього зарубіжжя відповідають Міжнародним правилам тлумачення торговельних термінів ІНКОТЕРМС у редакції 2010 року:

- базис постачання FOB морські порти України;
- базис постачання CFR річні порти України; -базис постачання DAF кордон України.

Типовий розподіл споживачів металопродукції на внутрішньому ринку по галузям виробництва: трубні підприємства - 40,49%; комерційні підприємства - 27,88%; металосервісні центри - 20,54%; виробництво металевих виробів - 2,73%; металургійні підприємства – 2,10%; виробництво меблів - 2,04%; машинобудування - 1,34%; хімічна промисловість - 0,92%; техніка залізничного транспорту, ремонт та запчастини до них - 0,67%; будівництво - 0,31%; приладобудування - 0,3%; легка промисловість - 0,2%; та інші - 0,48%; Всього - 100% Для задоволення потреб ринку України та держав СНД в області гнучкості умов поставки оплати та ціноутворення, комбінатом укладені договори комісії з ТОВ «Метінвест СМЦ», ТОВ «Метінвест Євразія» та ТОВ «Метінвест Дистрибуція», які мають

металосервісні центри та забезпечують продукцією споживачів в обсязі менше вагонних норм.

Продаж металопродукції на експорт дальнього зарубіжжя здійснювався в 2018 році в 52 країни світу, найбільш великими ринками є: Туреччина, Польща, Італія, Болгарія, Ліван, Ефіопія, Ізраїль, Йорданія, Словаччина. Джерела сировини, їх доступність та динаміка цін. Основні види споживчої сировини для потреб підприємства – кокс, залізорудний концентрат, залізорудний обкотуш, вогнетривкі матеріали та інше.

Виробники залізорудного концентрату: ПАТ "Ігулецький гірничо-збагачувальний комбінат", м. Кривий Ріг; ПАТ «Гіаденний гірничозбагачувальний комбінат», м. Кривий Ріг. Поставка здійснюється залізничним транспортом. Виробники коксу: ПРАТ "Запоріжжкокс", м. Запоріжжя; ПАТ "СВРАЗ Дніпродзержинський КХЗ", м. Дніпродзержинськ; ПАТ "Авдіївський КХЗ", м. Авдіївка; ПАТ "Донецьксталь-МЗ", м. Донецьк. Поставка здійснюється залізничним транспортом. Виробник залізорудного обкотушу: - ПАТ «Північ ГЗК», м. Кривий Ріг. Сировина є доступною. Поставка здійснюється залізничним транспортом. Ціни на сировину в умовах ринкових відносин нестабільні, піддадані інфляційним процесам, коливанню курсу американського долара та євро, митній політиці. Великий вплив на динаміку цін мають виробники і розпорядники сировини, які є монополістами на ринку. Інформація про особливості стану розвитку галузі виробництва, в якій здійснюється діяльність, рівень впровадження нових технологій, нових товарів, його становище на ринку.

Гірничо-металургійний комплекс (ГМК) України був і залишається ключовим сектором промисловості, що тісно пов'язаний з іншими галузями вітчизняної економіки. За даними Державної служби статистики, у 2016 році виробництво сталі (без напівфабрикатів, отриманих безперервним литтям) на українських підприємствах скоротилося на 0,8% порівняно з 2015 роком, до 11,159 млн тонн. Водночас виробництво прокату чорних металів – базового продукту в структурі національного експорту – торік збільшилося на 16,5%,

до 13,257 млн тонн, а виробництво чавуну – на 8,0%, до 23,603 млн тонн. Випуск залізорудних неагломерованих концентратів у 2016 році становив 62,566 млн тонн, що на 6,4% менше, ніж у 2015 році. Виробництво підготовленої залізорудної сировини (агломерат, обкотиші) торік збільшилося на 2,6%, до 56,740 млн тонн. Незважаючи на деякі позитивні зрушення у динаміці виробництва за окремими переділами, обсяги виробництва основних видів продукції вітчизняного ГМК залишалися значно нижчими порівняно з періодом, який передував початку збройного конфлікту на сході України. Зокрема, рівень виробництва сталі (без напівфабрикатів, отриманих безперервним литтям) у 2016 році складав лише 74% від рівня 2013 року, прокату чорних металів – також 74%, чавуну – 81%, залізорудних неагломерованих концентратів – 89%, підготовленої залізорудної сировини – 84%. Попит на внутрішньому ринку металопродукції у 2016 році почав відновлюватися, насамперед, за рахунок будівельного сектору. Минулого року приріст обсягів будівництва в порівняльних цінах становив 17,4%. Втім, інший великий споживач металопродукції – машинобудівна галузь – продемонстрував значно повільніші темпи зростання (2,0%) через труднощі в пошуку нових ринків збуту і конкуренцію з боку імпорту. Кон'юнктура на світових ринках металопродукції і металургійної сировини загалом залишалася несприятливою. Зростання обсягів експорту металопродукції в натуральному виразі було досягнуто, насамперед, за рахунок збільшення продажів напівфабрикатів, які є найменш рентабельною продукцією. Втім, загальна виручка від експорту чорних металів (включаючи чавун, феросплави, металобрухт, сталеві напівфабрикати і готовий прокат) з України у 2016 році скоротилася на 10,3% порівняно з 2015 роком, до 7,247 млрд. доларів США. Найбільш вагомі втрати українські експортери металопродукції зазнали на ринку країн Близького Сходу і Північної Африки, який традиційно займає значне місце в географічній структурі збуту вітчизняної металопродукції. Ці втрати стали наслідком посилення

конкуренції з боку китайських та іранських виробників, а також політичної нестабільності в регіоні.

Обсяги продажів української залізничної сировини (далі – ЗРС) на зовнішніх ринках у натуральному вимірі минулого року скоротилися на 14,2%, до 39,203 млн тонн. Річна виручка від експорту ЗРС склала 1,827 млрд. доларів США, що на 12,7% менше, ніж у 2015 році. Основне скорочення попиту на українську ЗРС спостерігалось з боку Китаю і стало наслідком перерозподілу китайського ринку на користь австралійських і бразильських постачальників ЗРС, які є більш конкурентоспроможними порівняно з українськими підприємствами з огляду на собівартість, показники якості та логістичну складову. Окрім кон'юнктурних факторів, на стан українського ГМК продовжували негативно впливати внутрішні позаринкові чинники, зокрема недопостачання сировини на металургійні підприємства через бойові дії і ускладнення логістики зі східних областей, а також проблеми зі збутом готової продукції, в том числі в результаті дефіциту вантажних вагонів і низької пропускної здатності окремих залізничних ділянок. Зазначені чинники не дали можливості в повному обсязі реалізувати існуючий виробничий потенціал вітчизняного ГМК. Подальший розвиток подій, зокрема блокада залізничного транспортного сполучення із зоною проведення антитерористичної операції (далі – АТО), ескалація бойових дій і втрата контролю над низкою підприємств у зоні АТО, призвів до розірвання традиційних ланцюгових зв'язків між окремими суб'єктами господарювання, що входять до складу українського ГМК, і поставив під загрозу подальше відновлення виробництва в ключових галузях комплексу. Окрім того, тиск з боку природних монополій, що підвищують ціни на природний газ, тарифи на електроенергію та залізничні тарифи, а також прогалини державних органів в питаннях забезпечення підприємств ГМК ломом чорних металів, відшкодування ПДВ та надкористування є додатковими факторами нестабільності в основних галузях ГМК.

У 2020 році очікується падіння обсягів виробництва за основними металургійними переділами. У 2018 році на комбінаті було освоєно два види нової продукції: гарячекатаний прокат товщиною 1,5x1000-1100 мм; гарячекатаний прокат по EN 10025. Перспективні плани розвитку ПАТ «Запоріжсталь». У 2017 році на комбінаті планується освоїти сім видів нової продукції: гарячекатаний рулонний прокат марки DD11; -гарячекатаний рулонний прокат марки ASTM A36/A36M; -розширення розмірного асортименту гарячекатаного рулонного прокату марки S275JR; -гарячекатаний рулонний прокат марки 09Г2С з гарантованим класом міцності 325, 345, 355, 375 по, в т.ч. з нормованими характеристиками, відповідними категорії 14; гарячекатані рулони зі сталі Ст3пс розміром 2.0x1250 мм подвосною маси; гарячекатаний рулонний прокат завтовшки 10 мм із сталі 20; холоднокатаний рулонний прокат марки ASTM A1008 CS Type B. Інформація про конкуренцію в галузі, про особливості продукції (послуг). ПАТ «Запоріжсталь» є одним з найбільших металургійних підприємств України з обсягів виробництва. Товариство залишається єдиним в Україні постачальником холоднокатаного листа особливої складної витяжки, що використовується в автомобільній промисловості, чорної жерсті, деяких видів холоднокатаного прокату для холоднокатаноїта машинобудівної галузей, а також великим постачальником гнутих профілів. ПАТ «Запоріжсталь» займає стратегічно вигідне положення, оскільки розташоване на однаковій відстані від головних ринків збуту, джерел постачання сировини, на перехресті важливих транспортних магістралей, що дає можливість використовувати усілякі види транспортування (у тому числі річковий транспорт) продукції з метою оптимізації потоків. Основні конкуренти: ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» (Україна); ПАТ «Дніпровський металургійний комбінат» (Україна); ВАТ «Магнітогорський металургійний комбінат» (Російська Федерація); ПАТ «Новолипецький

металургійний комбінат» (Російська Федерація); ПАТ «Северсталь» (Російська Федерація); U. S. Steel Košice (Словаччина); ПАТ «АрселорМіттал Теміртау» (Казахстан); а також металургійні комбінати Китаю та Туреччини. Найважливішими перевагами продукції ПАТ «Запоріжсталь» перед конкурентами є: розвинена структура збуту продукції як на Україні, так і за кордоном; раціональне співвідношення ціни металопрокату та його якості; клієнтоорієнтовність при реалізації продукції. У 2016 році постачальниками за основними видами сировини та матеріалів, що займають більше 10% в загальному обсязі постачання були: - ТОВ «Метінвест Холдинг» (залізрудний концентрат, кокс, обкотиші); - ПРАТ «Запоріжжкокс» (кокс, коксовий дріб'язок, металобрухт, інші матеріали.); - ПАТ «СВРАЗ Дніпродзержинський КХЗ» (кокс, коксовий дріб'язок, будівельні матеріали).

Закупівлі основної сировини – металобрухту здійснювались наступним чином: внутрішній ринок – 98,52%; імпорт – 1,48%.

По вартості: внутрішній ринок – 93,02%; імпорт – 6,98%. Феросплави - по кількості: внутрішній ринок – 47,52%; імпорт – 52,48%. По вартості внутрішній ринок – 20,93%; імпорт – 79,07%. Вогнетриви по кількості: внутрішній ринок – 62,51%; імпорт – 37,49%. По вартості: внутрішній ринок – 27,35%; імпорт – 72,65%.

Первісна вартість основних засобів: 17750591 тис. грн. Первісна вартість інвестиційної нерухомості: 6 965 тис. грн. Ступінь зносу основних засобів не визначалась. Ступінь використання основних засобів: не визначався. Сума нарахованого зносу: відповідно до Звіту про фінансовий стан товариства на 31.12.2018 р. сума нарахованого зносу складає 1696571 тис. грн. Більшість основних засобів розташовані на території виробничого майданчика за місцезнаходженням Товариства: м. Запоріжжя, Південне шосе, 72. Об'єкти соціального призначення знаходяться на території міста Запоріжжя та Запорізької області. Спосіб утримання активів - в експлуатації. Значні правочини щодо основних засобів не укладалися. Інформація про всі

Забезпечення на використання майна емітента: На 31 грудня 2018 р. основні засоби, балансова вартість яких становить 3,600,767 тисяч гривень (31 грудня 2015 р.: 3,916,992 тисячі гривень), передані у заставу для забезпечення банківських кредитів та позик. На 31 грудня 2018 р. основні засоби, балансова вартість яких становить 280,403 тисяч гривень (31 грудня 2015 р.: становить 253,673 тисячі гривень) передані у заставу для забезпечення банківського акредитиву на купівлю основних засобів.

Екологічні питання, що можуть позначитись на використанні активів підприємства. У 2016 році виконувались наступні природоохоронні заходи: - будівництво газоочисних установок за агломашинами №4, №5, №6. - будівництво аспіраційних установок від ливарного двору доменної печі №2. Затрати на виконання заходів склали 706 719,9 тис. грн.; В 2018 р. перевищення встановлених нормативів викидів забруднюючих речовин у навколишнє середовище, встановлених дозвільними документами, не виявлено. У 2016 році комбінат продовжив реалізацію проектів, спрямованих на зниження витрат, підвищення якості та збільшення обсягів виробництва. План інвестицій капітального будівництва на 2020 рік (без урахування капіталізованих капітальних ремонтів) був затверджений у розмірі 28,9 млн. доларів США.

Розширення та удосконалення основних засобів ПАТ «Запоріжсталь» здійснювалось згідно затвердженої Програми капітальних інвестицій (ПКІ-2016), яка включала реалізацію основних стратегічних проектів: 1. «Будівництво газоочисток АМ № 3-6» – реалізація проекту дозволить очистити аглогаз до норм, встановлених Трьохсторонньою Угодою: -пилу – не більше 50 мг/м; -сірчистого ангідриду не більше 400 мг/м; -скорочення валових викидів окису вуглецю на 35%; -зниження викидів в басейн р. Дніпро на 350 тис. м/не рік; -покращення загальної екологічної ситуації у м. Запоріжжі. Загальний бюджет проекту становить 25,8 млн.доларів США. У 2016 році витрати на реалізацію проекту склали 19,5 млн. доларів США. Загальні витрати за весь період реалізації проекту склали 25,6 млн. доларів США. У 2018 році введені в промислову експлуатацію газоочистки

здомашки № 3-6. 2. «Реконструкція ДП-3» – реалізація проекту дозволить забезпечити заданий рівень виробництва чавуну і продукції подальшого переробки; відновити основні фонди та проектну продуктивність печі – 1 050 тис. тон чавуну на рік; значно знизити витрату паливно-енергетичних ресурсів; знизити шкідливі викиди в навколишнє середовище. Загальний бюджет проекту становить 52,8 млн. доларів США. У 2016 році витрати на реалізацію проекту склали 18,4 млн. доларів США. Загальні витрати за весь період реалізації проекту склали 19,6 млн. доларів США. У 2018 році були виконані роботи по аспірації ДП-2 та ДП-3. На 2019 рік заплановано виконання основних будівничих робіт по проекту. 3. «Реконструкція сталеплавильного виробництва з мартенівського способу на конвертерний у складі: конвертерне відділення, відділення ливарно-прокатних модулів (ЛПМ) та допоміжних виробництв» – дозволить збільшити об'єм випуску готової продукції на 1,8 млн. т. гарячекатаних рулонів. Протягом 2018 року були виконані роботи по розробці детального інжинірингу в обсязі 2,7 млн. доларів США. Загальні витрати за весь період реалізації проекту склали 8,8 млн. доларів США. На 2020 рік заплановано виконання робіт по підготовці території будівництва. Окрім стратегічних на комбінаті реалізовується низка проектів, а саме: проекти операційної ефективності, спрямовані на скорочення витрат виробництва, поліпшення якості продукції, збільшення обсягів виробництва стосовно базового рівня, досягнутого у попередніх періодах. У 2018 р. витрати на реалізацію проектів операційної ефективності склали 2,5 млн. доларів США. Проекти підтримування: спрямовані на досягнення цільових обсягів виробництва в межах існуючої досягнутої промислової потужності підприємства шляхом придбання, будівництва, реконструкції, модернізації об'єктів основних засобів (обладнання, будівель, споруд). У 2018 р. витрати на реалізацію проектів підтримування склали 3,0 млн. доларів США. -проекти відповідності: проекти, здійснення яких прямо передбачено або витікає з вимог діючого законодавства (пром. безпека, охорона праці, охорона навколишнього середовища, протипожежне та

60

санітарне облаштування). У 2018 р. на реалізацію проектів відповідності витрачено 0,4 млн. доларів США. -функціональні проекти IT: капітальні витрати, пов'язані з придбанням програмних продуктів, інформаційних систем та їх інфраструктури, комп'ютерного, мережевого обладнання. У 2016 р. витрати на реалізацію цієї групи проектів склали 0,6 млн. доларів США. -функціональні проекти безпеки: капітальні витрати, пов'язані з забезпеченням безпеки і контролю доступу до виробничих та адміністративних об'єктів, а також інформаційної інфраструктури. У 2018 р. витрати на реалізацію склали 0,1 млн. доларів США. -функціональні проекти соціальної сфери: капітальні витрати, пов'язані з придбанням, будівництвом, підтриманням, розвитком об'єктів соціальної сфери, санітарно-побутових виробничих приміщень, столових та інших невиробничих об'єктів. За 2018 р. витрати на реалізацію проектів склали 0,3 млн. доларів США. Загальні витрати на реалізацію програми капітальних інвестицій 2018 р. (без урахування капіталізованих капітальних ремонтів) склали 48,2 млн. доларів США. Джерелами витрат є власні кошти підприємства. На 2020 рік заплановано здійснити повну реконструкцію доменної печі №3, а також провести реконструкцію газоочистки АМ №1 та аспірацію АМ №1-2. Витрати на реалізацію Програми капітальних інвестицій 2020 р. заплановані у розмірі 79,1 млн. доларів США. Основними проблемами при впровадженні проектів капітального будівництва у 2018 році стали законодавчі обмеження в валютних операціях, погіршення рейтингу країни на світовій арені, складне економіко-політичне становище країни у зв'язку з подіями на сході України.

ПАТ «Запоріжсталь» приділяє значну увагу зниженню кількості шкідливих викидів у повітря та скороченню промислових стоків і щороку направляє значну частину свого інвестиційного бюджету на реалізацію екологічних програм і проектів. У 2017 р. підприємство продовжувало виконувати оплати за введену в експлуатацію 20124 р. систему газоочищення технологічних та неорганізованих викидів сталеплавильного цеху №3.

61

Це газоочисне обладнання повністю відповідає сучасним нормам екологічного законодавства, що дозволило зменшити кількість викидів в атмосферу на 70 відсотків та забезпечити загальний рівень викидів суспендованих твердих часток, недиференційованих за складом, на рівні менше 20 мг/Нм³.

Діяльність насамперед залежить від змін попиту на продукцію підприємства, собівартості продукції, змін законодавства та сезонних явищ. Протягом 2015 року підприємство ПАТ «Запоріжсталь» мало проблеми, які пов'язані з падінням попиту на металопродукцію на внутрішньому і зовнішньому ринках, через уповільнення економічної активності і нестійку економічну та політичну ситуацію в країні, та економічний спад в країнах Заходу.

На початку 2018 р. основною проблемою залишилось, як і в 2017 г., обмеження з постачання сировини з АР Крим та Донецької області – зони проведення ООС. Так, обмеження з постачання вапняку та вугілля для приготування пилувугільного палива, призвело до зниження обсягів виробництва чавуну та до необхідності часткового використання природного газу в виробництві чавуну і збільшення витрат коксу. Припинення постачання сировини з зони ООС вимусило підприємство до використання вогнетривких мас імпортного виробництва, що збільшило собівартість виробленої продукції. Вагомою проблемою стало обмеження з постачання металобрухту. Відсутність бажання з боку керівництва країни втручатися в питання регулювання експорту металобрухту призвело до значного збільшення обсягу експорту стратегічно важливої сировини та вимусило підприємство до заміщення металобрухту іншою сировиною. В цілому, основними проблемами, які негативно впливали на діяльність ПАТ «Запоріжсталь» у 2018 році, були: - наслідки фінансово-економічної кризи; - обмеження вільної торгівлі (антидемпінгові мита в країнах Індонезія, Таїланд, Аргентина, США, Мексика, Канада, ввізне мито на прокат в Туреччині); - перевиробництво металопродукції в Китаї; - обмеження з

недостача сировини з АР Крим та Донецької області; - складної у
здрученні позикових коштів як від українських, так і від іноземних банків; -
високі ціни на енергоносії та послуги з боку державних монополій (як тому
часні залізничні перевезення); - необхідність заміни застарілого та морально
зношеного устаткування.

Стратегією ПАТ «Запоріжсталь» є подальше технічне переобладнання з
використанням сучасних технічних засобів та технологій з метою
виробництва високоякісної, конкурентоспроможної металопродукції з
високою додатковою вартістю, розширення асортименту, зокрему
навколишнього середовища, економії матеріально-сировинних та паливно-
енергетичних ресурсів. На комбінаті запланована поетапна корінна
реконструкція основних агрегатів й потужностей всього металургійного й
прокатного переділу. З метою виконання тристоронньої Угоди між
комбінатом, Запорізькою обласною Радою та Міністерством охорони
навколишнього середовища України концепцією технологічної стратегії ПАТ
«Запоріжсталь» до 2020 року передбачено заміну мартенівського способу
виробництва сталі на більш екологічно чистий-конвертерний. Будівництво
конвертерного цеху з безперервним розливом сталі в об'ємі 5,0 млн. тон
литих слябів в рік та двох ливарно-прокатних модулів дозволить: створити
сучасний сталеплавильний комплекс та виконати будівництво в стислий
термін без зменшення об'ємів виробництва; відмовитись від
малоефективного мартенівського способу виробництва сталі, з виводом із
технології мартенівського, ЦПС та обтискного цехів; забезпечити виплавку
сталі з вузькими межами змісту елементів; поліпшити якість поверхні
прокату, однорідності структури та якостей металу; значно розширити
марочний асортимент сталей, в т.ч. трубні марки, якісну конструкційну сталь,
сталь підвищеної міцності, сталь для судів та котлів які працюють під
тиском, сталь для штамповки в т.ч. для автомобілебудування, а також
забезпечити вимоги міжнародних стандартів; створити сучасне прокатне
виробництво для гарячої прокатки штаб; отримати якісний високовартісний

товарний гарячекатаний прокат товщиною 1,0-24,5 мм., а також підкат для високоякісного холоднокатаного листа, включаючи продукцію четвертого переделу (виробництво оцинкованого листа з полімерним покриттям); знизити втрати металу в обрізі; скоротити використання природного газу; знизити втрати вогнетривів; знизити викиди в атмосферу забруднюючих речовин. Крім цього передбачається: реконструкція газоочисток агломашини № 3-6; реконструкція ДП-3.

Ключовими перевагами підприємства ПАТ "Запоріжсталь" є наявність у сортаменті металопродукції товарних позицій, які користуються найбільшим попиту в регіонах, де відсутні активні конкуренти в плані ціни. При цьому кожного року збільшується собівартість з причини зростання вартості сировини, енергії. В таких умовах політикою підприємства, яка забезпечить конкурентні переваги за ціною може бути: зниження непродуктивних видатків та активізація присутності на цільових ринках, які забезпечуватимуть більш високі ціни. Але в цьому випадку ціна має бути обґрунтована більш високою якістю продукції.

Стратегічний потенціал підприємства "Запоріжсталь", тобто утримання їм своєї частки ринку за збереженням середньогалузеого показнику прибутку можливо забезпечити за рахунок створення балансу між ціною сировини (переважно металобрухту та феросплавів) та ціною продукції, що відпускається клієнтам підприємства.

Необхідно врахувати стратегічно важливі для підприємства ринки збуту та сформулювати конкурентну стратегію для цих ринків. Потенціал підприємства може бути підсилений через низку довгострокових контрактів на поставку основної продукції споживачам.

Обсяги реалізації основної продукції складають:

- гарячекатаний рулон – 2,05 млн. тон у 2018 році та 2,07 у 2019 році, що складало 17,8 млрд грн та 17,4 млрд грн, 54% та 55% від загального обсягу продукції відповідно;

- гарячекатаний лист – 375 тис. тон у 2016 році та 368 тис. тон у 2019 році, що складало 3,5 млрд грн та 3,4 млрд грн, 10,6% та 10,7% від загального обсягу продукції відповідно;

- холоднокатаний рулон – 655 тис. тон у 2019 році та 634 тис. тон у 2019 році, що складо 6,6 млрд грн та 6,3 млрд грн, 20,3% та 19,3% від загального обсягу продукції відповідно;

- холоднокатаний лист – 222 тис. тон у 2018 році та 223 тис. тон у 2018 році, 2,37 млрд грн та 2,35 млрд грн, 7,3% та 7,4% від загального обсягу продукції (табл.2.3):

Таблиця 2.3

Співвідношення обсягів продукції у натуральних, грошових показниках та за питомою вагою

Продукція	2017 р			2018 р		
	тонн, млн	грн, млрд	% у заг/обсязі	тонн, млн	грн, млрд	% у заг/обсязі
1 Г/к рулон	2,05	17,4	54	2,07	17,8	55
2 Г/к лист	0,36	3,5	10,7	0,34	3,4	10,6
3 Х/к рулон	0,65	6,6	20,3	0,63	6,3	19,3
4 Х/к лист	0,23	2,4	7,3	0,23	2,3	7,4

Переважну більшість обсягів виробництва та реалізації складає рулон гарячекатаний, обсяг продаж якого складає більш ніж 54%. Рентабельність виробництва та продаж рулону складає 12% , за умови високої світової ціни на металопродукцію.

Друга позиція товарного асортименту – рулон холоднокатаний, який займає 20,3% в обсязі реалізації продукції. Головна відмінність між холодним та гарячим прокатом полягає в температурі його виготовлення. Гарячий прокат виготовляється шляхом впливу тиску валків при температурі вищій, аніж 920 градусів за Цельсієм.

Гарячий прокат може бути тоншим, ніж холодний, але він має менш точну форму. Холодний прокат має вищу якість, експлуатаційні показники він виготовляється з більш якісної сталі. Ціна холодного прокату майже вдвічі вища, ніж ціна гарячого прокату.

Листовий прокат має нижчий попит, оскільки рулон на відміну від листа може бути виготовлений відповідно до конкретних потреб клієнта, тобто технологія прокатки реалізується у безпосередній близькості до клієнта.

В таблиці 2.4 визначені основні показники консолідованої бухгалтерської звітності підприємства.

Таблиця 2.4

Консолідовані показники фінансової активності ПАТ "Запоріжсталь"

№	Показник/рік	2016	2017	2018
1	Необоротні активи (млрд грн)	19,5	20,3	21,5
2	Оборотні активи (млрд грн)	11,2	20,9	22,1
3	Чистий дохід	27,3	31,5	33,5
4	Чиста собівартість	21,3	27,5	27,7
5	Адміністративні витрати	0,456	0,752	0,546
6	Чистий фінансовий результат	1,345	5,1	2,2

ПАТ "Запоріжсталь" має розвинуту систему збуту продукції, яка забезпечує своєчасну реалізацію продукції за річними контрактами, які забезпечують прями продажі на ринку металургійної продукції. Система збуту промислової продукції на підприємстві забезпечується через трейдерські фірми, які входять до структури холдингу "Метінвест". Через прями контракти, тобто контракти зі споживачами реалізується 25% експортної продукції та 32% продукції на внутрішньому ринку.

ІНТЕГРАЛЬНА ОЦІНКА ТА АНАЛІЗ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВИРОБНИКА НА РЕГІОНАЛЬНИХ РИНКАХ

3.1. Вимірювання потенціалу експортних поставок виробника на регіональних ринках

Для визначення доцільності експортних контрактів необхідно сформулювати рекомендації, які стосуються конкурентоспроможності на регіональних ринках та забезпечувати продажі без досвідчених посередників. Їх зміст полягає у: (А) розробці методів отримання інтегральної кількісної оцінки рівня конкурентоспроможності продукції та її виробника на регіональному ринку (дана оцінка позначалася K_i); (Б) розробці методичного інструментарію, який дозволяв би безпосередньо використовувати показники K_i для вирішення завдань забезпечення (підвищення) конкурентоспроможності продукції і потенціалу виробника на потенційних (регіональних) ринках збуту.

У цьому параграфі розглянемо підходи до вирішення другої із зазначених практичних завдань. При цьому методи і прийоми її вирішення будемо будувати таким чином, щоб вони відповідали сформульованому раніше (параграф 1.3) напрямку (стратегії) забезпечення конкурентоспроможності виробника на регіональних ринках. Суть стратегії полягає в максимальному і детальному обліку відповідності потребам і властивостями розглянутих ринків збуту можливостей і перспективних цілей функціонування аналізованого підприємства, що випускається їм продукції (її споживчих властивостей).

В якості конкретних завдань, вирішення яких повинно бути основою реалізації зазначеного напрямку забезпечення (підвищення) конкурентоспроможності продукції і виробника на регіональних ринках,

розглянемо завдання оптимального вибору і визначення ступеня використання ринків збуту відповідних видів продукції. 67

Насамперед зазначимо, що зазначена проблема оптимального вибору та використання ринків набагато ширше, має більш загальну постановку, ніж задача інтегральної оцінки конкурентоспроможності продукції і виробника на потенційних ринках. Однак останнє завдання є одним з найбільш істотних елементів і етапів вирішення зазначеної проблеми. Інформаційною базою для послуги її вирішення є система одиничних показників конкурентоспроможності виробника (і продукції) на регіональних ринках, представлена в таблиці 3.1.

У найпростішому випадку можна обмежитися безпосереднім розглядом розрахованої системи одиничних показників конкурентоспроможності без залучення яких-небудь додаткових (спеціальних) методів і прийомів їх дослідження. На основі проведеного таким чином аналізу можна зробити висновок про доцільність та можливі обсяги реалізації продукції певного виду на конкретному ринку.

Саме так зазвичай і здійснюється аналіз стану товарних ринків в економічній практиці (при цьому, природно, використовується інша, часто більш вузька система показників, ніж та, що представлена в табл. 2.1).

Однак, навіть при відносно невеликому числі розглянутих ринків і обмеженій множині одиничних показників конкурентоспроможності на них виробника або виду продукції, отримати строго обґрунтовані і однозначні результати такого аналізу важко. Це пов'язано зі складністю для особи, що виконує аналіз ринків, безпосередньо оглянути й порівняти значення різних показників для всіх досліджуваних ринків, врахувати відмінності в значущості окремих показників конкурентоспроможності і дати їх узагальнюючу оцінку для кожного ринку. Очевидно, що складність завдання значно зростає при збільшенні числа розглянутих ринків і аналізованих показників.

При реалізації такого підходу може виявитися корисним побудова так званого ефективного (оптимального за Парето) [22] безлічі ринків P^* . Для розглянутої задачі ефективною безліч складається з ефективних ринків - таких ринків, що не існує інших ринків, у яких всі одиничні показники конкурентоспроможності були б не гірше (негірші чи не найбільше - в залежності від напрямку їх дії на загальну оцінку стану), ніж у даного, а, принаймні, один краще (більше або менше відповідно). Іншими словами, будь-який ринок даної множини не може бути краще іншого ринку ні по одному одиничному показнику конкурентоспроможності без погіршення по якому-небудь іншому з них.

Інший підхід полягає в тому, що комплекс значень одиничних показників конкурентоспроможності для всієї сукупності аналізованих видів продукції використовується для визначення узагальненої оцінки їх конкурентоспроможності на даному ринку, яка далі аналізується (порівнюється) з інтегральними оцінками інших ринків і тільки після цього робиться висновок про можливість його використання.

Побудова ефективної множини P^* дозволить скоротити кількість ринків, які розглядаються за рахунок відсічення найгірших варіантів, що полегшить аналіз та, відповідно, вибір конкретних ринків, які підлягають освоєнню.

Таким чином можливо забезпечувати прями контракти без використання послуг посередників, які знижують ціну продукції та роблять її більш залежною від зовнішніх факторів.

Такий вибір можливо здійснювати на основі вивчення ефективної множини з залученням необхідної кількості значущих показників, які визначають ринкову кон'юнктуру. При цьому відбувається аналіз та інтерпретація ефективної множини P^* на основі даних, які являють собою ключові сторони ринкової поведінки суб'єкта - торговця або виробника (ціна, якість, собівартість, рівень цін конкурентів, виробничі можливості тощо).

При цьому відбувається побудова системи показників на основі даних, які представлені в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Одиничні показники потенціалу виробника на регіональних ринках

№ оп	Загальний зміст показників	Визначення показників
I. Показники відповідності ринкам можливостей конкретного виробника		
1.	Показники відповідності номенклатури та структури виробництва ринку, що аналізується	H, H^*
2.	Показники обсягів реалізації на ринку	F, F_M
3.	Показники економічної ефективності реалізації	r_1, r_2, r_{01}, r_0
4.	Показники технічного рівня продукції на ринку	K_{01}, K_0
II. Показники стану ринку, як такого		
Показник ємкості ринку		E_0, E_1
5.	Показник насиченості ринку	E_{01}, E_{11}
6.	Показники інтенсивності конкуренції на ринку	U_{0K}, U_{1K}
7.	Показники величини бар'єрів проникнення на ринок	B_0, B_1
8.	Показники рівня стабільності ринку	V_0, V_1
9.	Показники динаміки ринку	$I_{e,b}, I_{E,b}, I_{e1}, I_{0e}, I_{0b}, I_{0ef}$

У такому випадку необхідна згортка інформації для визначення інтегрального показника потенціалу виробника (сукупності видів продукції), схема якої представлена на рис. 3.1.

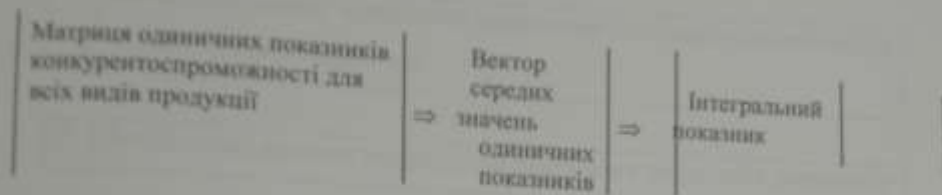


Рис. 3.1 Схема згортки інформації при визначенні інтегрального показника експортного потенціалу

Інтегральний показник експортного потенціалу підприємства на ринках відповідає ступеню його спроможності до зайняття відповідної частки ринку, охоплення певного сегменту споживачів, спроможності до виконання замовлень у повному обсязі.

Інтегральний показник охоплює всі причино-наслідкові фактори, які виникають у зв'язку із необхідністю домінування на ринку.

На основі розрахованих інтегральних показників потенціалу для кожного з аналізованих товарних ринків і повинно здійснюватися їх ранжування, яке відповідатиме упорядкування ринків за ступенем їх привабливості (можливості ефективного використання) для розглянутого виробника. Відповідна процедура може бути представлена блок-схемою рис. 3.2.

Дії, що визначаються блоками 1 - 5, залежать від змісту цілей і завдань виробника, які він має намір реалізувати на аналізованих ринках. Дані питання досить докладно розглядалися в розділі 2 цієї роботи.

В результаті ранжирування (наприклад, в порядку убавання узагальненого показника потенціалу, убавання ступеня привабливості ринків для конкретного виробника) отримуємо відповідним чином впорядковану

систему m аналізованих ринків збуту $P_1(1), P_k(2), \dots, P_l(m)$ (нижні індекси відповідає вихідному номеру ринку і утворюють впорядкований список l^* , верхній - його порядковому номеру в отриманій впорядкованій системі).

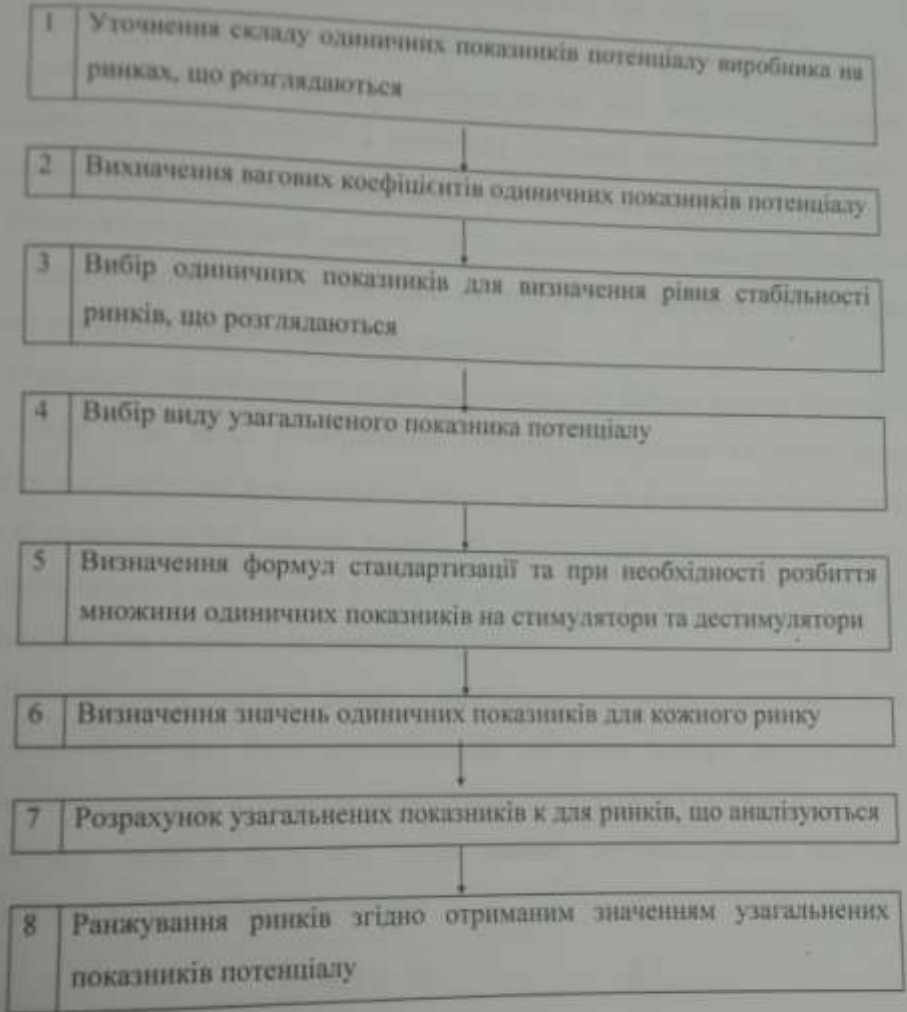


Рис. 3.2. Блок-схема процедури інтегральної оцінки та їх ранжування.

Побудована впорядкована система ринків $P_1(1), P_k(2), \dots, P_l(m)$ дозволяє обґрунтовано вирішувати завдання вибору цільових ринків збуту продукції даного підприємства. При цьому вибір конкретних ринків і обсягів

додається неформальним шляхом з урахуванням додаткових факторів, які не використовувалися при визначенні інтегральних показників потенціалу виробника на розглянутих ринках, на основі досвіду та інтуїції особи, що приймає рішення (експерта або групи експертів).

У цьому випадку впорядкована система ринків $P_1(1), P_k(2), \dots, P_l(m)$, інтегральні оцінки конкурентоспроможності на них виробника повинні розглядатися в якості одного з найбільш істотних аргументів в процесі рішення задачі про використання кожного з аналізованих ринків.

Разом з тим можливий і інший підхід, що передбачає використання при аналізі даної задачі деяких строгих алгоритмів її рішення. Розглянемо можливі схеми побудови зазначених алгоритмів.

Очевидно, що постановка задачі оптимального вибору ринків збуту має сенс тільки тоді, коли у виробника існують обмеження на деякі види ресурсів, які необхідні для освоєння ринків (в іншому випадку підприємство могло б освоювати всі існуючі ринки). В якості таких обмежень природно розглядати наявні у виробника фінансові кошти (для визначеності в обсяг Φ), які необхідні для освоєння потенційних ринків.

Для освоєння деякого ринку і необхідно використовувати фінансові ресурси в обсязі ϕ_i . Тоді найпростіший алгоритм вибору ринків збуту полягає в наступному: з упорядкованого списку ринків $P_1(1), P_k(2), \dots, P_l(m)$ вибираються перші k ($k \leq m$), таким чином, що виконується наступне обмеження на наявні фінансові кошти

$$\sum_{i=1}^k (\phi_i) \leq \Phi. \quad (3.1)$$

При цьому освоєння $(k + 1)$ -го ринку здійснюється в обсязі залишилися фінансових ресурсів.

Даний підхід можна розглядати як свосвідний конкурс m сформованих інвестиційних проектів (що вимагають для своєї реалізації фінансових ресурсів в обсязі ϕ_i) освоєння можливих ринків збуту (кожен проект

73
інтегральна оцінка конкурентоспроможності на ньому виробника $W(P_i)$.

Для опису іншого алгоритму будемо вважати, що прийнято рішення освоювати l з m аналізованих ринків збуту промислової продукції, що випускається певним виробником. В якості зазначених ринків природно розглядати перші l з упорядкованого списку $P_1(1), P_k(2), \dots, P_l(m)$, якому відповідає система інтегральних оцінок $W_1 \geq W_k \geq \dots \geq W_l$.

Тоді обсяги освоєння кожного з l аналізованих ринків збуту можуть задаватися відповідною величиною виділених для цього фінансових ресурсів ϕ_i , які, в свою чергу, можуть бути визначені наступним чином:

$$\phi_i = \Phi W_i / \sum (W_i), \quad (3.2)$$

де індекси i відповідають першим l з упорядкованого списку l^* .

Відповідно до формули (3.2) всі наявні фінансові ресурси Φ розподіляються між першими l ринками з упорядкованого списку $P_1(1), P_k(2), \dots, P_l(m)$ пропорційно їх інтегральним оцінкам W_i . При цьому $W_i / \sum W_i$ являє собою частку наявних фінансових коштів, яка буде використана для освоєння ринку i .

При оптимальному виборі ринків збуту можуть використовуватися не тільки їх інтегральні оцінки типу тих, що були розглянуті вище, але і найбільш важливі одиничні показники рівня конкурентоспроможності (критерії), що характеризують ступінь привабливості ринку для конкретного виробника. Таким критерієм може бути показник прибутку, яку отримує підприємство при реалізації своєї продукції на деякому ринку. У цьому випадку для найкращого вибору ринків збуту та обсягів їх використання може бути корисним застосування методів математичного програмування.

Тому сформулюємо далі задачу оптимального вибору і ступеня використання потенційних ринків збуту в термінах математичного апарату лінійного програмування. В якості цільової функції (L1) завдання, як уже

виробника на різних ринках збуту, а її обмеження повинні відобразити виробничі можливості підприємства і особливості використання відповідних ринків.

$$L_i = \sum_j (p_{ij} x_{ij}) - \sum_j (y_i \Delta_i) - \sum_j (Z_j) - \sum_j \sum_j (Z_{ij}) \rightarrow \max \quad (3.3)$$

$$\sum_j (x_{ij}) \leq M_i + y_i, \quad i = 1, 2, \dots, m, \quad (3.4)$$

$$\sum_j (y_i \Delta_i) + \sum_j (Z_j) + \sum_j \sum_j (Z_{ij}) \leq \Phi, \quad (3.5)$$

$$x_{ij} \leq R_{ij}, \quad i = 1, 2, \dots, m, j = 1, 2, \dots, n, \quad (3.6)$$

$$x_{ij} \geq 0, \quad y_i \geq 0, \quad i = 1, 2, \dots, m, j = 1, 2, \dots, n, \quad (3.7)$$

де P_{ij} - очікуваний прибуток від реалізації одиниці продукції виду i на ринку j ;

M_i - виробничі потужності продукції виду i ;

Δ_i - витрати, пов'язані зі збільшенням на одиницю виробничих потужностей продукції виду i ;

Z_j - одноразові витрати пов'язані з виходом на ринок j (організація представництва виробника тощо);

Z_{ij} - витрати, якщо вони є, викликані виходом на ринок j товару i (придбання ліцензій, сертифікація товару тощо);

R_{ij} - максимально можливі обсяги реалізації товару виду i на ринку j ;

Φ - фінансові ресурси, якими володіє підприємство;

x_{ij} - плановані обсяги реалізації продукції виду i на ринку j ;

y_i - збільшення виробничих потужностей для продукції виду i ;

Таким чином, цільова функція (3.3) сформульованої задачі являє собою прибуток від реалізації продукції на використовуваних ринках з урахуванням витрат на їх освоєння і розширення виробничих потужностей підприємства.

Економічний сенс обмежень (3.4) - (3.7) полягає в наступному:

- нерівність (3.4) являє собою обмеження на загальні обсяги реалізації продукції і, обумовлені готівкою виробничими потужностями з урахуванням можливості їх розширення;

- співвідношення (3.5) є обмеженням за наявними у підприємства фінансових ресурсів у загальному обсязі Φ ; сумарні витрати, пов'язані з виходом на відповідні ринки і розширенням виробничих потужностей, не повинні перевищувати зазначеної величини Φ ;

- нерівність (3.6) визначає обмеження на максимально можливі обсяги реалізації продукції і на ринку j (вони можуть бути викликані експортними або імпорнтними квотами на реалізацію даного виду продукції на відповідних ринках);

- співвідношення (3.7) задають природні обмеження на неотрицательность змінних x_{ij} і u_i .

Рішення даної задачі лінійного програмування визначає не тільки найкращий з точки зору критерію прибутку L вибір ринків збуту для розглянутого виробника (зауважимо, що не всі з розглянутих ринків можуть бути задіяні, т. Е. В оптимальному рішенні не обов'язково для всіх j існують $x_{ij} > 0$), але і ступінь їх використання, що задається величинами x_{ij} , а також покращує структуру виробничих потужностей даного підприємства за рахунок збільшення окремих виробничих потужностей на величину u_i (якщо в оптимальному рішенні існують $u_i > 0$).

В залежності від конкретної постановки задачі вибору та використання цільових ринків оптимізаційна економіко-математична модель (3.3) - (3.7) може відповідним чином модифікуватися.

обсягів виробництва і реалізації власної продукції, то в якості критерію оптимізації (L2) повинна виступати сумарна величина (у грошовому вираженні) збуту продукції на всіх ринках

$$L_2 = \sum_i \sum_j (c_{ij} x_{ij}) \rightarrow \max, \quad (3.8)$$

де c_{ij} - ціна реалізації продукції виду i на ринку j .

При цьому система обмежень (3.4) - (3.7) побудованої моделі повинна бути розширена за рахунок умови на загальну безбитковість виробництва і реалізації продукції на всіх використовуваних ринках збуту. Очевидно, що в якості математичної записи такої умови може використовуватися нерівність

$$L_1 \geq 0. \quad (3.9)$$

Як економічного критерію може виступати також середня рентабельність збуту всієї сукупності виробленої продукції (L3) на обраних ринках

$$L_3 = [\sum_{ij} p_{ij} x_{ij}] / [\sum_i (y_i \Delta_i) + \sum_j (z_j) + \sum_{ij} z_{ij}] \rightarrow \max \quad (3.10)$$

У цьому випадку отримуємо задачу дробово-лінійного програмування [18], в якій поряд з обмеженнями (3.4) - (3.7) може використовуватися обмеження на мінімально допустимі обсяги збуту своєї продукції (P_{\min})

$$c_{ij} x_{ij} \geq P_{\min}. \quad (3.11)$$

Об'єктивна (3.11) може бути проаналізована безпосередньо з використанням лінійної виробничої потужності, зокрема, з метою збереження виробничого потенціалу підприємства.

Можливі й інші економіко-математичні постановки задачі оптимального вибору та використання цільових ринків. Однію з них є задача, яку при необхідності називають мінімальних змін і доповнень, т. К. Вказують основні економічні критерії, умови виробництва і реалізації продукції на різних ринках.

В цілому, узагальнюючи матеріал цього розділу, пропонуємо вирішення задачі вибору цільових ринків можна представити блок-схемою на рис 2.3.

Згідно блоку 1 залежно від конкретного виробника (специфіки випускаються ним видів продукції) і розглянутих ринків збуту бачимо систему одиничних показників потенціалу виробника на них може сформулюватися.

Блоки 2 і 3 демонструють можливість альтернативних підходів до вирішення задачі оптимального вибору і ступеня використання цільових ринків: або на основі застосування найбільш важливих одиничних показників конкурентоспроможності (і при необхідності оптимізаційних економіко-математичних моделей типу (3.3) - (3.11).

Розрахунок інтегральних показників потенціалу підприємства на заданих ринках і їх ранжування у відповідність із значеннями даних показників може також використовуватися для скорочення розмірності оптимізаційних постановок типу (3.3) - (3.11). Дана ситуація представлена блоком 9 представленої схеми.

Зміст інших блоків ясно з їх назв та контексту в якому вони вистосовуються.

Вибір ринку є важливим питанням у контексті організації діяльності цього підприємства, оскільки стратегія ПАТ "Запоріжсталь" пов'язана, передусім з розвитком та розширенням присутності на найбільш "дорогих" ринках Північної Америки, Західної Європи.

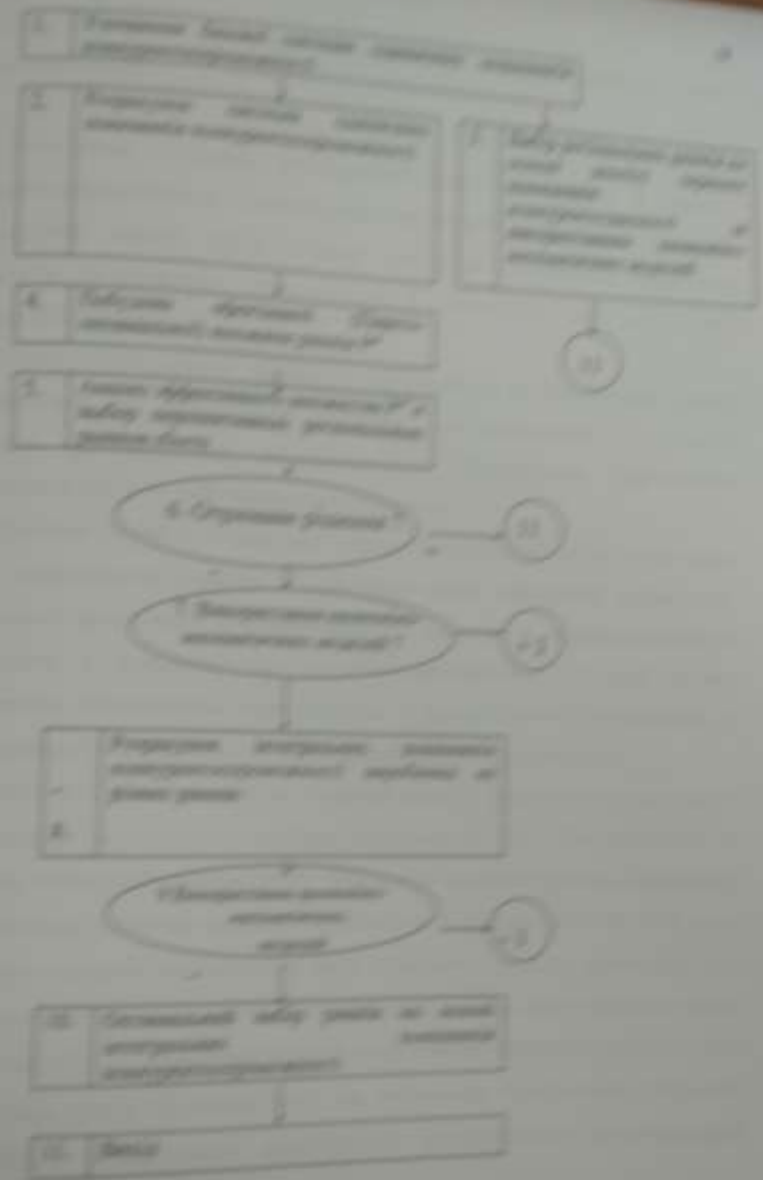


Рис. 3.2. Динамика выполнения процедуры исследования сбора и анализа информации

3.2. Оцінка експортної конкурентоспроможності окремих видів металопродукції

7

Розглянемо методику інтегральної кількісної оцінки в аналізі конкурентоспроможності окремих видів металургійної продукції на різних регіональних ринках збуту. Основу методика становить теоретичні результати дослідження, представлені в параграфі 2.3, 2.4 цієї кваліфікаційної роботи.

Оцінка ефективності діяльності підприємства на зовнішньому ринку розглядається як інтегральний показник, що складається з декількох основних критеріїв, які встановлюються споживачами, партнерами, робітниками збуту та робітниками виробництва.

Головне питання складається з аспектів організації збуту, тобто яким чином підприємство швидко та ефективно може виконувати замовлення, здійснювати пропозицію. В умовах дефіциту ресурсів та сировини, різниці в їх вартості в залежності від ступеню вертикальної інтеграції фірми, конкуренція підприємства переміщується у сферу боротьби за ресурси та забезпечення безперервного постачання сировини на підприємство.

Методика викладається на прикладі аналізу конкурентоспроможності пророчкатої та холоднокатаної сталі виробництва ПАТ «Запоріжсталь» на основних експортних ринках збуту. Для цього використовуються інформація про параметри поставок продукції комбінатом за період з 2013 по 2018 роки. У зв'язку з цим слід зазначити, що вибір зазначеного періоду визначається тим, що інформація про поставки заводом продукції з більш пізні терміни в даний час є комерційною таємницею. Однак це не повинно вплинути на результати дослідження, тому головним тут є не отримання конкретного чисельного матеріалу, а демонстрація можливостей використання запропонованої методики.

Найважливіші характеристики поставок інструментальної та пророчкатої сталі для аналізованих ринків (вибір ринків визначається тим,

це жодні з найбільших великими споживачами металопродукції) представлені в таблицях 3.1 та 3.2.

Таблиця 3.1

Характеристики поставок сталі
на основні ринки збуту в 2018 р

	Середня ціна продукції, \$/т	Обсяг поставок, т	Загальна вартість поставок, тис. \$
Китай	1249,6	47541	118661
США	1365,4	62270	227545
ОАЕ	1229,0	32043	73344
Туреччина	1242,1	12688	30714
Тайвань	1245,8	162568	399640

Таблиця 3.2

Характеристики поставок сталі
на основні ринки збуту в 2018 році

	Середня ціна продукції, \$/т	Обсяг поставок, т	Загальна вартість поставок, тис. \$
Китай	1183,3	366212	671091
Туреччина	1201,1	171631	345076
Тайвань	1181,4	31591	57295
Італія	1237,8	14333	34078
Македонія	1217,0	19426	42154

Навіть по цих таблицях, які мають невеликий набір одиничних показників, видно, що однозначно оцінити конкурентоспроможність розглянутих видів металопродукції на зазначених ринках важко. Наприклад, для ринків збуту гарячекатаної сталі ринок США має найвищу ціну для цього виду продукції. Проте загальні обсяги та вартість поставок мають максимальну величину для ринку Тайваню.

Аналітична ситуація має місце і для металургійної галузі. Найбільш активний ринок одні з найкращих. З іншого боку, ринок має значний обсяг поставок (як у натуральному, так і вартісному вираженні) в цю країну найкращий з числа всіх досліджуваних ринків.

Для більш детального опису ринків збуту розглянуті інші показники конкурентоспроможності. Всього використано дев'ять одиничних показників та їх значення представлені в таблицях 3.3 та 3.4.

Таблиця 3.3
Одиничні показники конкурентоспроможності сталі ПАТ "Запоріжсталь" на різних ринках збуту (2013 р.)

Показники	Китай	США	GAZ	Туреччина	Тайвань
Економічна ефективність поставок, %	3,4	51,4	-5,1	0,3	1,2
Середня ціна, \$/т	1249,6	1365,4	1229,0	1242,1	1345,8
Загальний обсяг поставок, т	47542	62270	32043	12688	162568
Інтенсивність конкуренції	0,97	0,49	1,0	0,99	0,98
Рівень стабільності	0,48	0,36	0,18	0,39	0,23
Динаміка ринку (2013 р. відносно 2011 р.), %	123,0	82,0	208,1	201,7	567,0

Одиничні показники можуть відзначити на конкурентоспроможність підприємства різноманітним, тобто забезпечувати постійну частку ринку в межах географічно визначеного простору.

Складом висхідне значення для холдингової компанії, яка здійснюватиме належну частку ринку на ринку розвинутих країн для підприємств-постачальників.

Таблиця 3.4
Одиничні показники конкурентоспроможності
сталі на різних ринках збуту (2018 р.)

Показник	Китай	Турція	Тайвань	Італія	Македонія
Відносина ефективність витрат, %	-7,8	1,1	-8,8	19,6	9,2
Середня ціна, \$/т	183,3	291,1	181,4	237,8	217,0
Великий обсяг продажів, т	366212	171631	31591	14333	19426
Відносина конкурентів	1,0	0,99	1,0	0,80	0,91
Рівень стабільності	0,30	0,40	0,19	0,19	0,25
Динаміка ринку 2017-р. відносно 2015 р. і, %	97,9	1563,8	219,4	51,5	124,0

В основі комплексу показників, наведених у таблицях 3.3 і 3.4, лежить система одиничних показників оцінки конкурентоспроможності, яка досить детально описана в параграфі 2.3. Конкретний набір використовуваних показників визначається кваліфікованою інформацією для їх визначення і специфічними особливостями виробництва і реалізації металургійної продукції.

Останнє, в першу чергу, стосується такого показника, як технічний рівень продукції. Справа в тому, що параметри технологічних процесів виробництва і споживчі (механічні та фізико-хімічні) властивості металургійної продукції у визначальній мірі регламентовані відповідними НКСТами, технічними умовами (існують понад 1000 державних стандартів і УМВ технічних умов [1]). Для успішної роботи на ринках далекого зарубіжжя металургійна компанія повинна сертифікуватися міжнародними класифікаційними організаціями (такими як ТЮФ Берлін-Брандсбург - Німеччина, Регістр

Зонда - Великобританія, Бюро Судноплавства - Японія та ін.) Таким чином, параметри якості металургійної продукції виражаються жорстко заданими. Тому показник технічного рівня продукції, який є одним з найважливіших, наприклад, для машинотехнічної продукції, в даному випадку може не використовуватися.

Показник економічної ефективності поставок металопродукції визначається як відношення різниці ціни реалізації (на умовах FOB за системою ІНКОТЕРМС - 90) і собівартості продукції до останньої, виражене у відсотках.

Значення одиничного показника інтенсивності конкурентних відносин на конкретному ринку обчислювалося за формулою 2.8 параграфа 2.3, призначеної для визначення приватного показника конкуренції U_p (чим він ближче до 1, тим інтенсивність конкуренції вище). При цьому в якості коефіцієнта P_p у вказаному співвідношенні в даному випадку використовувалася величина $(u - c) / u$, де u - ціна розглянутої продукції на аналізованому ринку, c - її собівартість.

Згідно з положеннями пункту 2.3 як кількісного показника стабільності ринку використовувалося середнє зважене значення коефіцієнта варіації, яке розраховувалося для часових рядів (за вказані роки) середньої ціни та обсягів поставок для розглянутих видів металопродукції. Результати розрахунків наведено у таблицях 3.5 і 3.6 (природно, великим значенням коефіцієнта варіації відповідає більш низький рівень стабільності ринку).

В якості одиничних показників, які відображають динаміку кон'юнктури ринку на основних ринках збуту холоднокатаної та гарячекатаної сталі (як показники динаміки розглянутих ринків збуту інструментальної сталі та гарячекатаної сталі) використовувалися індекси загальних обсягів поставок (у грошовому вираженні) в 2017 році щодо 2015 року, які отримані в результаті аналізу даних форм консолідованої звітності ІАБ, які є у публічному доступі (табл.3.5; 3.6).

Таблиця 3.5
Показники варіації значень обсягів поставок та цін на сталі

	Коефіцієнт варіації поставок	Коефіцієнт варіації середньої ціни поставок	Средньозважене значення коефіцієнта варіації
Китай	1,12	0,04	0,48
США	0,77	0,11	0,39
ОАЕ	0,35	0,06	0,18
Туреччина	0,89	0,05	0,39
Тайвань	0,51	0,03	0,23

Показники варіації встановлюють коливання значень обсягів поставок та цін на сталі встановлюються шляхом визначення кількості партій сталі, сумми контрактів та їх наповненості.

Показники варіації визначають динаміку коливань значень обсягів поставок та встановлюються відповідно до митної вартості товару та на основі співвідношення показників, які встановлюються відповідними специфікаціями.

Підприємство визначає обсяг поставок відповідно до обсягу замовлень, які формуються на певному експортному ринку та річних контрактами, які характерні для того чи іншого ринку. Підприємство встановлює обсяг поставок, який є специфічним для того чи іншого ринку збуту. Підприємство визначає кількість металопродукції, яка є характерною для ринку та визначає обсяг, що забезпечується відповідним обсягом виробництва металопродукції на комбінаті.

Таблиця 10
Показники впливу на економіку США різних країн

	Коефіцієнт впливу обсягу поставок	Коефіцієнт впливу цінової дії поставок	Гармонізований показник впливу поставок
Китай	6,66	6,66	6,66
Туреччина	6,83	6,16	6,46
Тайвань	6,34	6,28	6,31
Італія	6,35	6,28	6,31
Мексика	6,59	6,27	6,28

Середній середній показник коефіцієнта впливу в таблиці 10 - 6,46 вказується як середній. Коефіцієнт впливу в цілому збалансований вказується як середній (2,10), а цей же показник таблиці 10 вказується 6,18 - для показника негативного обсягу поставок та умову 6,23 - для показника середньої ціни. Відхилення середнього впливу від формули (2.10) має наступні результати $\Delta 1 = 6,46 - 6,23 = 0,23$.

Відхилення коефіцієнта позитивного впливу від конструктивності укладення умов метаморфозувальні на збалансовані умови в таблиці 10 та 2,3 це більше узагальнено вказується як позитивний - відомо та розкриттям як ступеня привабливості для виробника (конструктивності) метаморфозувальні процесу.

Наприклад, для ринку США конструктивна стать як вибірний показник по ціні та економічній ефективності поставок, інтенсивності конкурентних відносин, які при цьому мають місце з вибіркою значних показників рівня стабільності ринку і відповідним показником динаміки. Ринки Тайваню характеризуються інтенсивними обсягами поставок продукції і кращим показником динаміки, притягують економічної ефективності поступаються їм показники для ринку США і Китаю. На ринку

100 конкурентів стає ще краще через розширення ринків зменшення стабільності і найбільшій покращенні ефективності продажів.

Застосовано цю сузі ситуація і для ринків алюмінієвої сталі. Як видно з таблиці 3.4 зміни ринків, які мали б тілесні найгірші або тілесні найкращі показники всіх показників, що характеризують на них конкурентоспроможність алюмінієвої сталі одні ринки краще за одніми іншими показниками, інші - за рештою показників.

Таким чином, розширені ринки збуту металопродукції, як для алюмінієвої, так і сталеваної в економіко-математичному плані є більш ефективною множиною, тобто кількість аналізованих ринків не можна скоротити за рахунок відсікання найгірших з них (з погляду конкурентоспроможності аналізованої продукції).

Для інтегральної оцінки потенціалу розширених видів металургійної продукції на аналізованих ринках в першу чергу необхідно кількісно визначити важливість (вагомість) окремих одиничних показників конкурентоспроможності. У цій роботі ця задача вирішувалася експертним шляхом. Як вже зазначалося, даний підхід є основним при проведенні подібних досліджень. Для його реалізації застачалася фахівці, що мають великий досвід роботи на внутрішньому і зовнішніх ринках металопродукції. Результати експертної оцінки важливості одиничних показників конкурентоспроможності розширеної продукції на різних ринках збуту наведено в таблиці 3.7. Тут необхідно підкреслити, що система оцінок важливості окремих показників конкурентоспроможності наведена в таблиці 3.7 безпосередньо відносно сучасним умовам функціонування вітчизняних металургійних підприємств, при яких вони головним чином зацікавлені в підвищенні економічної ефективності реалізації своєї продукції.

Підприємство, яке виклає активність на цільовому ринку може конкурувати переважно за рахунок ціни, як ключового фактору потенціалу підприємства.

Класифікація рівня конкуренції за типом конкуренції (таблиця 1.1)

Тип конкуренції	Кількість підприємств, що беруть участь у конкуренції (n)	Кількість рівнів конкуренції (m)
Високий рівень конкуренції	5	5
Середній рівень конкуренції	3	3
Низький рівень конкуренції	2	2
Монополія	1	1
Домінування	2	2

Для визначення рівня конкуренції за типом конкуренції на певному рівні будуть використовуватися інтегральні показники W_1^* . Якщо цей показник перевищує певну межу, то в цьому сегменті дослідження не вважатимуться сегментами високого рівня конкуренції. Якщо ж показник перевищує певну межу, то в цьому сегменті дослідження не вважатимуться сегментами середнього рівня конкуренції. Якщо ж показник перевищує певну межу, то в цьому сегменті дослідження не вважатимуться сегментами низького рівня конкуренції. Якщо ж показник перевищує певну межу, то в цьому сегменті дослідження не вважатимуться сегментами монополії. Якщо ж показник перевищує певну межу, то в цьому сегменті дослідження не вважатимуться сегментами домінування.

В практиці, для інтегрального показника W_1^* (що характеризує рівень конкуренції) застосовують наступні стандартизовані значення показника (таблиця 1.2):

вплив на безробіття в Україні фактор, викликає у насрідку 1,8.
 вплив на зростаючий економічний розвиток в Україні 2,8 та 1,8.

Таблиця 2.8
 Структурні показники економіки України за період 2010-2017 рр.

Показник	Україна	США	ЄС	Бразилія	Китай
Відсоток вВП, %	8,15	1,8	8,8	8,1	8,11
Середній рік, %	8,15	1,8	8,8	8,9	8,12
Відсоток вВП, %	8,25	8,25	8,25	8,3	1,8
Відсоток вВП, %	8,34	8,3	1,8	8,98	8,98
Відсоток вВП, %	1,8	8,78	8,8	8,78	8,17
Відсоток вВП, %	8,18	8,8	8,28	8,25	1,8

Для обчислення показу інтегрованого показника W* для кожного
 показника безпосередньо використовуються показники стану ринку за дві групи:
 показники економіки-структури і показники економіки-
 інтеграції. До першої групи належать такі показники як економічна
 ефективність системи, середній рік інтеграції, середній рік
 системи, показники динаміки ринку (безпосередньо системи у зростаючому
 напрямку).

Ефективність системи визначається розміром обсягу, на
 певний період часу, система має обсяг, кількість ринкових, які
 викликає для чого реалізації інтеграції, системи динаміка, що формується
 у певні встановлені встановлені групи.

Середній рік на ринку інтеграції визначається в результаті
 певної кількості факторів, з чого випливає аналіз - аналіз.

надійсність, ціну на сировинні ресурси, загальному економічному становищу, середньостроковий прогноз споживання продукції у суміжних галузях.

Таблиця 3.9
Стандартизовані значення одиничних показників потенціалу гарячекатаної сталі на різних ринках збуту (2018 р.)

Показники	Китай	Туреччи на	Тайвань	Італія	Македонія
Економічна ефективність поставок, %	0,04	0,35	0,0	1,0	0,63
Середня ціна, \$/т	0,03	0,35	0,0	1,0	0,63
Заказний обсяг поставок, т	1,0	0,45	0,05	0,0	0,01
Інтенсивність конкуренції	1,0	0,95	1,0	0,0	0,55
Рівень стабільності	0,52	1,0	0,0	0,0	0,29
Динаміка ринку (2018 р. відносно 2017 р.), %	0,03	1,0	0,11	0,0	0,05

Показниками-дестимулятори в даному випадку є інтенсивність конкурентних відносин та рівень стабільності ринку збуту (їх збільшення в ринках здійснюваного аналізу призводить до погіршення загального стану ринку).

В якості еталонної точки інтегрального показника $W3$ • будемо розглядати деяку «найгіршу» точку простору розглянутих одиничних показників. Координати цієї еталонної точки для стандартизованих значень одиничних показників ринку можуть бути визначені за формулами. Враховуючи проведені поділ показників на стимулятори і дестимулятори координатами еталонної точки в цьому випадку як для ринків м'якокатаної сталі, так і гарячекатаної сталі є наступні величини: для показників інтенсивності конкурентних відносин і стабільності ринку - 1, для інших - 0. У змістовному сенсі координати даної еталонної точки можуть інтерпретуватися як одиничні показники конкурентоспроможності, які мають

одержані значення по всіх аналізованих ринках розглянутих видів металопродукції. Після визначення координат еталонної точки використовуючи дані таблиць 3.8 та 3.9 можна обчислити значення інтегральних показників конкурентоспроможності для всіх аналізованих ринків збуту гарячекатаної та холоднокатаної сталі.

Результати обчислень наведені у таблицях 3.10 і 3.11.

Таблиця 3.10

Інтегральна оцінка конкурентоспроможності холоднокатаної сталі на різних ринках збуту та їх ранжування з урахуванням динаміки

Ринок (країна)	Інтегральна оцінка конкурентоспроможності	Порядковий номер в ранжованому списку
Китай	0,150	4
США	0,808	1
ОАЕ	0,395	3
Туреччина	0,146	5
Тайвань	0,583	2

Враховуючи діапазон стандартизованих значень одиничних показників конкурентоспроможності (вони змінюються від 0 до 1) зауважимо, що ідентичні значення інтегральних показників дасть і застосування формули (2.8). Сформована ситуація пояснюється обраною формою стандартизації показників, при якій величина «відстані» між «найгіршою» і «найкращою» еталонними точками простору одиничних показників $S_{кл} = 1$.

Це дозволяє дещо спростити обчислення обраного інтегрального показника. Інтегральний показник є об'єднуючим, оскільки визначається в результаті визначення сукупності факторів в тому числі таких, що не залежать від поведінки підприємства та знаходяться у стані невизначеності.

Інтегральна оцінка конкурентоспроможності гирчокатаної сталі на різних ринках збуту та їх ранжування з урахуванням динаміки

Ринок (країна)	Інтегральна кількісна оцінка конкурентоспроможності	Порядковий номер у ранжированому списку
Китай	0,464	3
Туреччина	0,388	5
Тайвань	0,389	4
Італія	0,878	1
Македонія	0,554	2

Коротко проаналізуємо розрахункові дані, що містяться в таблицях 3.10 і 3.11.

Якщо говорити про ринки збуту холоднокатаної сталі, то безсереднім лідром тут є США, інтегральна оцінка конкурентоспроможності на цьому сегменті продукції має величину досить близьку до її максимального значення (рівному 1), а саме 0,808. Таке значення інтегрального показника (навіть при самому низькому величинною одиночного показника динаміка ринку) забезпечується в першу чергу за рахунок високої ціни попиту і економічної ефективності реалізації розглянутого виду металопродукції на ринку США (значені показники мають не тільки максимальні абсолютні значення, а й найбільші експертні оцінки коефіцієнтів вагомості).

Друге місце в ранжированом списку ринків займає Тайвань; його положення забезпечили найвищі обсяги продажів холоднокатаної сталі (кількісна оцінка важливості даного фактора має друге за величиною значення), а також максимальна величина показника динаміки (хоча його вагомість мінімальна).

На третє місце, незважаючи на найнижчу ефективність продажів холоднокатаної сталі, вийшли ОАЕ, відтіснивши на четверте в загальному

...справданій ринку Китаю. Це пояснюється тим, що СМІ має найбільше серед усіх розглянутих ринків збуту значення показника стабільності. Китай же до цих показників займає останні місця. Крім того, він має показники, що мають найгірші значення. Подання цих обставин і величезно високою інтегральною оцінкою конкурентоспроможності прокатної сталі на ринку Китаю і в підсумку - четверте місце в списку.

За сукупністю одиничних показників останнє місце за ринком стабільності займає ринок Туреччини, інтегральною оцінкою якого кілкісніше ніж близько до оцінки ринку Китаю.

Максимальної інтегральної показник для гарячекатаної сталі тут має ринок Італії. Його положення (як і для ринку холодекатаної сталі США) визначається найкращими значеннями таких найважливіших одиничних показників, як ціна і ефективність продажів, а також найвищим рівнем інноваций і найвищою стабільністю даного ринку. Мало позначилися на величині інтегральної оцінки абсолютно гірші значення показників обсягів продажів і дивідендів.

Другий за величиною інтегральний показник конкурентоспроможності прокатної сталі у ринку Македонії. Це також пов'язано з високими значеннями одиничних показників ціни і економічної ефективності реалізації експортної продукції (вони поступаються тільки аналогічним показникам ринку Італії). Крім того, ринок Македонії не має найгірших значень у інших важливих показників. В цілому це і забезпечило високе значення інтегрального показника конкурентоспроможності на ньому.

Третє місце в ранжированном за ступенем конкурентоспроможності виробника (продавця) списку ринків займає Китай. Його позиція визначається двома протилежними факторами. З одного боку Китай має одні з найгірших (гірше, хоча і дуже близькі за величиною, тільки у ринку Італії) значення найбільш вагомих одиничних показників ціни та ефективності продажів розглянутого виду продукції. З іншого боку ринок

Крім того, найбільш суттєво, даною інтеграцією не був охоплено всі сегменти національних ринків сировинної сталі.

Останні місяці в упередженому стані ринку відбуваються динамічні зміни в Тайвані і Туреччині. Тут помітний підйом, що зумовлено як різною рибальністю значень динамічних показників конкурентоспроможності сировинної сталі на національних ринках, так і динамікою показників є практично рівною, тобто з певною нерівністю ступеня її приваблює в цілому - однакові.

Звернемо далі увагу на певну суттєву особливість. При використанні інтегральних показників конкурентоспроможності динамічних аспектів діяльності на розглянутих ринках конкурентоспроможності динаміки та рівня стабільності, також чинно, у певній мірі враховуються як сучасний стан (2018 рік), так і історична динаміка за певний період (2010 - 2017 роки), особливості їх динаміки, що призводить до певного інтегрального оціню конкурентоспроможності в певний момент.

У зв'язку з цим становить інтерес визначити чи мають інтегральні показники тільки для сучасного стану ринку (статичний варіант інтегральних показників).

Для вирішення цього завдання в першому розглянутому статичному показнику повинні бути виключені показники динаміки і стабільності ринку, що в свою чергу потребує перерахунку визначення виразності значимості α_i .

Значення перерахунку може бути визначено за формулою віднощю співвідношення (2.10):

Значення статичного варіанту інтегральних показників конкурентоспроможності розглянутих сегментів продукції на національних ринках вказані в таблицях 3.12 і 3.13.

Таблиця 3.12

Інтегральна оцінка конкурентоспроможності хімічної сталі на різних ринках збуту та їх ранжування (статистичний варіант)

Ринок (країна)	Інтегральна оцінка конкурентоспроможності	Порядковий номер у ранжованому списку ринків
Китай	0,166	3
США	0,892	1
ОАЕ	0,062	5
Туреччина	0,078	4
Тайвань	0,489	2

Аналіз наведених у зазначених таблицях значень показує, що відмова від обліку передісторії ринків не впливає на лідируючу групу ринків збуту, як мазодноктананої сталі, так і гарячекатаної - вони зберегли колишній порядок. Однак деякі ринки змінили своє положення в ранжированом списку.

Еволюція ринків, яка відбувається протягом періоду дослідження носить помітний характер та відображає процеси, які відбуваються як у металургійній галузі світу, так і на ринку сировини та основних ресурсів, які використовуються для виробництва спеціальних сталей.

Окрім того, на ринках відбуваються різноманітні процеси, які впливають на їх стан: зростання або спад у певних галузях, зміни у торговельній політиці, поява нових конкурентів, інтеграція виробників та монополізація ринків.

Найбільш суттєві зміни в нижній частині апорядкованого списку відбулися для розглянутих ринків збуту гарячекатаної сталі.

Тут на третю позицію вийшов ринок Китаю, а займав раніше це місце ринок ОАЕ перемістився в самий кінець списку. На четверту позицію з самого місця перейшов ринок Туреччини. Така розстановка ринків в

ранжированном списку відображає сучасний рівень привабливості ринків збуту гарячекатаної вуглецевої сталі.

40

Таблиця 3.13
Інтегральна оцінка конкурентоспроможності сталі на різних ринках збуту та їх ранжування (статичний варіант)

Ринок (країна)	Інтегральна кількісна оцінка конкурентоспроможності	Порядковий номер у ранжированому списку ринків
Китай	0,480	3
Туреччина	0,354	4
Тайвань	0,024	5
Італія	0,877	1
Македонія	0,535	2

Для ринків гарячекатаної сталі статичний варіант інтегральної оцінки ринків практично не змінив їх позиції в колишньому упорядкованому списку. Плями Туреччина і Тайвань помінялися місцями, посівши відповідно четверту і п'яту позиції.

3.3 Комплексна оцінка потенціалу українського виробника металопродукції на різних ринках збуту

У попередньому параграфі на прикладі гарячекатаної та холоднокатаної сталі була розглянута методика інтегральної оцінки потенціалу окремих видів металопродукції на різних регіональних ринках і їх ранжирования, проведено аналіз ступеня привабливості основних ринків збуту зазначених видів металургійної продукції виробництва ПАТ «Запоріжсталь».

Отримані результати показують, що одні ринки можуть бути більш привабливими для реалізації одного виду продукції, інші - для іншого.

виробляти, Таблиця 4 розширює таблицю рівня конкурентоспроможності
власних іноземних фірм, в порівнянні з фірмами країн-партнерів (табл. 4) і
таблицю 5 про економічний вплив інтеграційної угоди - Євросоюзу
на українську економіку, в тому числі на підприємства, що створюють
робочі місця і діють в Україні і за кордоном (табл. 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 262, 263, 264, 265, 266, 267, 268, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 299, 300, 301, 302, 303, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 323, 324, 325, 326, 327, 328, 329, 330, 331, 332, 333, 334, 335, 336, 337, 338, 339, 340, 341, 342, 343, 344, 345, 346, 347, 348, 349, 350, 351, 352, 353, 354, 355, 356, 357, 358, 359, 360, 361, 362, 363, 364, 365, 366, 367, 368, 369, 370, 371, 372, 373, 374, 375, 376, 377, 378, 379, 380, 381, 382, 383, 384, 385, 386, 387, 388, 389, 390, 391, 392, 393, 394, 395, 396, 397, 398, 399, 400, 401, 402, 403, 404, 405, 406, 407, 408, 409, 410, 411, 412, 413, 414, 415, 416, 417, 418, 419, 420, 421, 422, 423, 424, 425, 426, 427, 428, 429, 430, 431, 432, 433, 434, 435, 436, 437, 438, 439, 440, 441, 442, 443, 444, 445, 446, 447, 448, 449, 450, 451, 452, 453, 454, 455, 456, 457, 458, 459, 460, 461, 462, 463, 464, 465, 466, 467, 468, 469, 470, 471, 472, 473, 474, 475, 476, 477, 478, 479, 480, 481, 482, 483, 484, 485, 486, 487, 488, 489, 490, 491, 492, 493, 494, 495, 496, 497, 498, 499, 500, 501, 502, 503, 504, 505, 506, 507, 508, 509, 510, 511, 512, 513, 514, 515, 516, 517, 518, 519, 520, 521, 522, 523, 524, 525, 526, 527, 528, 529, 530, 531, 532, 533, 534, 535, 536, 537, 538, 539, 540, 541, 542, 543, 544, 545, 546, 547, 548, 549, 550, 551, 552, 553, 554, 555, 556, 557, 558, 559, 560, 561, 562, 563, 564, 565, 566, 567, 568, 569, 570, 571, 572, 573, 574, 575, 576, 577, 578, 579, 580, 581, 582, 583, 584, 585, 586, 587, 588, 589, 590, 591, 592, 593, 594, 595, 596, 597, 598, 599, 600, 601, 602, 603, 604, 605, 606, 607, 608, 609, 610, 611, 612, 613, 614, 615, 616, 617, 618, 619, 620, 621, 622, 623, 624, 625, 626, 627, 628, 629, 630, 631, 632, 633, 634, 635, 636, 637, 638, 639, 640, 641, 642, 643, 644, 645, 646, 647, 648, 649, 650, 651, 652, 653, 654, 655, 656, 657, 658, 659, 660, 661, 662, 663, 664, 665, 666, 667, 668, 669, 670, 671, 672, 673, 674, 675, 676, 677, 678, 679, 680, 681, 682, 683, 684, 685, 686, 687, 688, 689, 690, 691, 692, 693, 694, 695, 696, 697, 698, 699, 700, 701, 702, 703, 704, 705, 706, 707, 708, 709, 710, 711, 712, 713, 714, 715, 716, 717, 718, 719, 720, 721, 722, 723, 724, 725, 726, 727, 728, 729, 730, 731, 732, 733, 734, 735, 736, 737, 738, 739, 740, 741, 742, 743, 744, 745, 746, 747, 748, 749, 750, 751, 752, 753, 754, 755, 756, 757, 758, 759, 760, 761, 762, 763, 764, 765, 766, 767, 768, 769, 770, 771, 772, 773, 774, 775, 776, 777, 778, 779, 780, 781, 782, 783, 784, 785, 786, 787, 788, 789, 790, 791, 792, 793, 794, 795, 796, 797, 798, 799, 800, 801, 802, 803, 804, 805, 806, 807, 808, 809, 810, 811, 812, 813, 814, 815, 816, 817, 818, 819, 820, 821, 822, 823, 824, 825, 826, 827, 828, 829, 830, 831, 832, 833, 834, 835, 836, 837, 838, 839, 840, 841, 842, 843, 844, 845, 846, 847, 848, 849, 850, 851, 852, 853, 854, 855, 856, 857, 858, 859, 860, 861, 862, 863, 864, 865, 866, 867, 868, 869, 870, 871, 872, 873, 874, 875, 876, 877, 878, 879, 880, 881, 882, 883, 884, 885, 886, 887, 888, 889, 890, 891, 892, 893, 894, 895, 896, 897, 898, 899, 900, 901, 902, 903, 904, 905, 906, 907, 908, 909, 910, 911, 912, 913, 914, 915, 916, 917, 918, 919, 920, 921, 922, 923, 924, 925, 926, 927, 928, 929, 930, 931, 932, 933, 934, 935, 936, 937, 938, 939, 940, 941, 942, 943, 944, 945, 946, 947, 948, 949, 950, 951, 952, 953, 954, 955, 956, 957, 958, 959, 960, 961, 962, 963, 964, 965, 966, 967, 968, 969, 970, 971, 972, 973, 974, 975, 976, 977, 978, 979, 980, 981, 982, 983, 984, 985, 986, 987, 988, 989, 990, 991, 992, 993, 994, 995, 996, 997, 998, 999, 1000.

Даний параграф детально розроблено спеціальною методикою
даного дослідження, виходячи з якої здійснюється на основі інтеграційної угоди
співпраця ПАТ "ІнтерІнвест" на ринку регіонального ринку збуту своїх
продукції. Основними видами економічної діяльності є виробництво
та, зокрема, розробка та пост. На території зони збуту в 2017
році прибуток 17% обсягу (у порівнянні з минулим) всіх підприємств
інтеграційної діяльності.

Забір інтеграційної угоди збуту основних видів економічної
діяльності ПАТ "ІнтерІнвест" визначає дані обставини. По-перше,
це ринки є єдиним і найбільш широким для розповсюдження своїх продукцій, і
тому, - вони можуть розширитися на представлення найбільш регіональних
видів продукцій через інтеграцію та спільні угоди.

Для підприємств-виробників нових економічних ринків у напрямку
Фінансової системи, зокрема, сучасна логістика дозволяє здійснювати
дальшу продукцію з мінімальними витратами часу та ресурсів. Найбільш
вигідними вважаються ринки ЄС та інші, в яких уряди про асоціацію
були суттєво знижені тарифи бач/пра.

97
Таблиця 3.14

Одиничні показники потенціалу основних видів продукції ПАТ
"Запоріжсталь"

Показники	Китай	США	ОАЕ	Туреччина	Тайвань	Італія	Мексика
Індексна ефективність поставок, %	-2,4	25,5	-1,8	0,9	0,4	4,1	21,3
Середня ціна, \$/т	1190,7	1222,3	1210,2	1214,8	1235,3	1164,9	1196,6
Загальний обсяг поставок, тис. т	561,5	229,6	104,7	302,2	194,2	264,5	119,4
Індексна конкурентність	1	0,75	1	0,99	0,99	0,96	0,79
Рівень стабільності	0,345	0,295	0,360	0,407	0,214	0,487	0,436
Доля на ринку (2013 г. відносно 2011 р.), %	105,5	184,0	624,8	315,2	301,0	658,8	415,5
Відповідність номенклатури виробництва потребам ринку, %	100,0	67,0	67,0	83,0	33,0	83,0	33,0

Для опису потенціалу на регіональних ринках виробника в цілому використовуються практично ті ж одиничні показники, що і для окремих видів металопродукції. Додатково тут розглядається лише показник Н відповідності структури потреб ринку номенклатурі продукції, що випускається даним виробником.

Зауважимо, що визначення показників Нс і Нс*, описаних у підрозділі 2.3 і характеризують відповідність структури виробництва даного підприємства аналізованого ринку, в даному випадку важко, тому, що окремі види продукції металургійного підприємства (наприклад, чавун, сляби, гарячекатаний рудон) одночасно можуть бути як кінцевим продуктом, реалізованим покупцям, так і піддаватися подальшій обробці для отримання

Таблиця 3.15
Загальний обсяг і об'ємність системи автоматизації на основі ринку збуту

	Загальний обсяг системи автоматизації, млн \$	Об'ємність системи автоматизації, млн \$
Китай	17798,2	14711,4
США	2000,0	1600,0
СНД	2200,4	1760,3
Туреччина	4000,0	3200,0
Тайвань	4000,0	3200,0
Італія	4000,0	3200,0
Мексика	2000,0	1600,0

Показник економічної ефективності системи автоматизації розраховувався аналогічно показнику для окремих видів продукції (передній підрозділ роботи). При цьому використовувалися дані про сумарні обсяги відвантаження (у грошовому вираженні) для всіх сегментів ринку продукції на відповідні ринки і їх загальній об'ємності, які наведені в таблиці 3.15.

Розраховані значення економічного показника за системою ІАС "Інформісталь" (основної номенклатури видів продукції) на ринку збуту за станом на 2018 рік представлені в таблиці 3.16. Наведено спрощений метод їх визначення.

Висновки щодо впливу змін курсу євро на ринок української продукції згідно з даними таблиці 3.14, які для порівняння були перераховані у ф.к. в національному курсі.

Таблиця 3.15
 Співвідношення цін на продукцію ПАТ "Дніпрохім" (ф.к.)

Вид продукції	2007 р. ф.к.	2008 р. ф.к.	2009 р. ф.к.	2010 р. ф.к.
Сировина	100	100,27	96,48	100,00
Сировина	100	140,7	141,38	137,57
Готові продукти	100	14,80	130,98	148,27
Відходи	0	80,57	84,58	58
Відходи	100	117,27	148,9	164,66
Середнє значення	100	141,66	147,48	157,22

Середній курс гривні до євро за період з 2007 року знизився на 10% порівняно з початком року. Це призвело до зростання цін на сировину та готову продукцію. Це пов'язано з тим, що євро є основною валютою закупівель сировини, а також зростає ефективність виробництва в Україні (зростає продуктивність праці) в порівнянні з іншими країнами.

Важливою тенденцією є зростання цін на сировину та готову продукцію в Україні порівняно з іншими країнами. Це пов'язано з тим, що в Україні зростає ефективність виробництва, а також зростає продуктивність праці. Це призвело до зростання цін на сировину та готову продукцію в Україні порівняно з іншими країнами. Це пов'язано з тим, що в Україні зростає ефективність виробництва, а також зростає продуктивність праці.

Основні характеристики постійної металургійної продукції (табл. 117)

Вид продукції	Середній показник, %	Середній показник, %	Середній показник, %
Валовий оборот	135,5	100,0	100,0
Валовий оборот	155,6	114,7	114,7
Валовий оборот	198,8	146,5	146,5
Валовий оборот	124,4	91,7	91,7
Валовий оборот	124,4	91,7	91,7
Валовий оборот	124,4	91,7	91,7

Сформована ситуація пов'язана з високими даними витрат на рекламу, на ринку Італії в значних обсягах реалізується чому, це не дозволяє ціну і економічну ефективність продажів. У інших країнах продукції мають високі значення даного показника (табл. 117).

З сказаного випливає, що така діяльність підприємств збільшує ціну і економічну ефективність для випадку шкідливої конкурентоспроможності окремих видів продукції на відповідних ринках не випливає.

Той факт, що показник середньої ціни при високій ціні не дозволяє між продукції, а деякою їх сукупності не завжди в повній мірі відображає ефективність її реалізації, може бути використаний як допоміжний критерій вибору значення відповідно йому аналізується можливість при збільшенні ціни їх конкурентоспроможності.

Показник загальних обсягів постійної металургійної продукції в загальному вираженні на кожен з розглянутих ринків визначається з даною кількістю металу.

Кількісна оцінка інтенсивності конкурентних відносин розраховувалася аналогічно тому, як це здійснюється для ринку Європи серед видів металургійної продукції (табл. 118 роботи). При цьому з метою визначення величини коефіцієнта R_p , до сформульованої формули (2.4) для обчислення значень показника конкурентної, використовувалася дана

... (faded text) ...

Таблиця 3.18

Середній коефіцієнт еластичності ціни попитів основних видів мінеральних

	Коефіцієнт еластичності ціни попитів	Коефіцієнт еластичності ціни попитів	Середньозважена значуща коефіцієнт еластичності
Газ	0,091	0,095	0,345
Вугілля	0,538	0,127	0,295
Нафта	0,345	0,087	0,360
Електроенергія	0,732	0,168	0,407
Теплоенергія	0,448	0,045	0,214
Вода	0,935	0,133	0,487
Каналізація	0,540	0,067	0,436

... (faded text) ...

... (faded text) ...

потенціалу виробника металургійної продукції на різних ринках

Результати показника динаміки ринків оцінювалися за допомогою показу інтегральної вартості позитивних металів всіх видів в 2017 році щодо 2015 року.

Стандартизовані показники потенціалу, наведені в таблиці 3.19, нічого не кажуть (кращим і гіршим варіантам показників відповідають одиниці і нуль), що серед розглянутих ринків немає таких, які мали б найкращі або найгірші значення за всіма одиничними показниками.

Для дослідження найбільш прийнятним є використання динамічних показників, тобто тих, що враховують хід процесів у часі, які рухаються у розширеному векторі. При цьому динамічні показники відзначаються більшою високою похибкою, ніж статичні. За наявності невизначеності, яка виникає у результаті відсутності інформації за певний період часу використовується інформація за наявний період часу.

Сучасною специфікою формування трендів на ринку спеціальних сталей є висока залежність небіржового ринку спеціальних сталей від цінової політики на біржовому ринку кольорових металів (Лондонська біржа).

Біржовий механізм ціноутворення є актуальним для тих продуктів, ціна на які утворюється через складні процеси прогнозування середньострокового та довгострокового на відповідному ринку та у суміжних галузях.

Для оцінки потенціалу комбінату (основних видів виробленої ним металопродукції) на різних ринках використовувався інтегральний показник W_3^* , для розрахунку якого одиничні показники, наведені в табл. 3.14, були стандартизовані за формулою (2.32). Результати стандартизації наведено в табл. 3.19. Вибір конкретної форми інтегрального показника і способу стандартизації визначався тими ж причинами, що і для випадку оцінки потенціалу окремих видів металопродукції.

Стандартизовані одиничні показники потенціалу основних видів
 Таблиця 3.19
 металопродукції ПАТ "Запоріжсталь"
 на різних ринках збуту (2018 р.)

Показники	Китай	США	ОАЕ	Туреччина	Тайвань	Індія	Монголія
Економічна ефективність поставок, %	0,0	1,0	0,02	0,12	0,16	0,23	0,25
Середня ціна, \$/т	0,37	0,82	0,64	0,71	1,0	0,0	0,45
Великий обсяг поставок, т	1,0	0,27	0,0	0,43	0,20	0,35	0,03
Потенційність конкуренції	1,0	0,0	1,0	0,96	0,96	0,84	0,16
Рівень стабільності	0,48	0,30	0,53	0,71	0,0	1,0	0,21
Динаміка ринку (2013 р. відносно 2011 р.), %	0,0	0,14	0,94	0,38	0,35	1,0	0,56
Відповідність номенклатури виробництва потребам ринку %	1,0	0,51	0,51	0,75	0,0	0,75	0,0

Як і в рамках аналізу ринків, виконаного раніше для окремих видів металургійної продукції, одні ринки краще інших за одними показниками і гірше - за іншими. Таким чином, очевидна необхідність проведення інтегральної оцінки потенціалу виробника на різних ринках.

Для обчислення інтегрального показника $W3^*$ в таблиці 3.20 наведені значення вагових коефіцієнтів α_i для одиничних показників потенціалу. Легко можна бачити, що введення додаткового показника H мало змінює їх величини в порівнянні з вказаними в табл. 3.7. Це пояснюється відносно великим рівнем важливості даного показника, який становить 3 бали за 10-ти бальною шкалою.

...перекладами, що наведені в ній
...пріоритетам сучасного стану
...можуть бути змінені.

Таблиця 3.20
Кількісна оцінка ступеня важливості окремих показників потенціалу

Показники	Оцінка важливості в балах (максимальне значення оцінки - 10)	Відповідні значення нормованих вагових коефіцієнтів
Ціна продукції	10	0,24
Високоякісна ефективність продажів	10	0,24
Обсяг продаж (кількість продукції)	7	0,17
Ступінь стабільності продажів	6	0,14
Високоякісна конкурентність	4	0,09
Відповідність попиту ринку	2	0,05
Відповідність попиту виробництва потребам ринку	3	0,07

Значення інтегрального показника потенціалу ПАТ "Запоріжсталь" - 0,87 для розглянутих ринків металопродукції містяться в таблиці 3.21.

Для обчислення інтегрального показника, використовувані в ньому значення сталових точки були ті ж, що і для випадку аналізу ринків металопродукції, плюс координатів 0 - для нового одиничного показника X_1 .

Найбільш привабливим для виробника по всіх аналізованих видах продукції є ринок США для якого інтегральна оцінка потенціалу має значення 0,769 (зауважимо, що вона дещо нижча, ніж для випадку збуту на

...даного ринку США є менш привабливим. Концентрація
 можливості продажу металу на ньому, яка значно перевищує інші ринки
 світу.

Таблиця 3.20
 Інтегральна оцінка потенціалу ПАТ "Запорізький"
 на різних ринках збуту і їх ранжування
 (з урахуванням даних)

Ринок (країна)	Інтегральна кількісна оцінка конкурентоспроможності	Порядковий номер у ранжированому списку ринків
Китай	0,557	3
США	0,769	1
ОАЕ	0,438	6
Туреччина	0,463	5
Тайвань	0,629	2
Італія	0,354	7
Македонія	0,354	8

Конкуренцію в плані даного показника США може скласти тільки
 ринок Македонії. Однак інші найважливіші показники, що визначають на
 даному ринку рівень потенціалу виробника (або навіть найбільш затребувані
 коефіцієнти), близькі до мінімальних. Все це в комплексі забезпечує ринку
 Македонії тільки четверте місце в ранжированому списку з оцінкою 0,354.

Трохи більш високу оцінку - 0,557 і третє місце в списку займає ринок
 чорного металу Китаю. Китайський ринок має найвищі обсяги продажів
 металургійної продукції. Цей показник у Китаю значно перевищує його
 значення для інших ринків. Наприклад, обсяг продажів металу до Туреччини,
 яка має друге місце за вказаною показником, майже в 2 рази менше, ніж в

...показники в основному
...в списку, ранжированном згідно значень інтегрального показника
...конкурентоспроможності ПАТ "Запоріжсталь" на розглянутих ринках.

Друге місце займає ринок металургійної продукції Тайваню. Позиція
...ого ринку забезпечується найвищим значенням у нього показника середньої
...ціни реалізації металу, тому інші найважливіші показники ринку Тайваню не
...можуть привабливими значеннями. Наприклад, за показниками
...економічної ефективності продажів і загального обсягу поставок ринок
Тайваню займає лише п'яте місце.

П'яту позицію в ранжированном списку ринків чорного металу займає
Туреччина. Ринок Туреччини має середні значення по всіх розглянутих
показниками. Цим і пояснюється його місце у списку.

Ринок ОАЕ володіє найгіршим значенням показника загальних обсягів
поставок металу і негативною ефективністю продажів, яка нижче тільки у
ринку Китаю. Зазначені значення найважливіших показників потенціалу
виробника на ринках металургійної продукції і забезпечили йому шосте,
передостаннє місце в упорядкованому списку аналізованих ринків.

Останнє місце згідно розрахованої інтегральною оцінкою у
розглянутому списку ринків металопродукції зайняла Італія. Головним
чином це викликано найнижчим значенням показника середньої ціни
продажів металу. Хоча, як уже зазначалося вище, за показником
ефективності реалізації металургійної продукції даний ринок займає високе
третє місце.

Далі, як і для випадку ринків окремих видів металопродукції,
проаналізуємо вплив передісторії їх розвитку на інтегральну оцінку
потенціалу в сучасних умовах. Для цього при обчисленні зазначеної оцінки
виключимо з розгляду показники динаміки і стабільності ринків. Це в свою

Таблиця 3.22
 Кількісна оцінка ступеня важливості окремих показників потенціалу
 (без урахування факторів ринку)

Показники	Оцінка важливості у балах (максимальне значення оцінки – 10 балів)	Відповідні значення нормованих вагових коефіцієнтів α_i
Ціна продукції	10	0,29
Економічна ефективність продаж	10	0,29
Обсяг продаж (смість ринку)	7	0,21
Інтенсивність конкуренції	4	0,12
Відповідність номенклатури виробництва потребам ринку	3	0,09

Значення інтегральних показників потенціалу ПАТ "Запоріжсталь" на розглянутих ринках металопродукції, отримані тільки на основі одиничних показників їх фіксованого стану, наведені в таблиці 3.23.

Відмова від обліку динаміки ринків при інтегральній оцінці потенціалу не привів до значних змін в їх упорядкованому списку. Помінялися місцями тільки ринки Тайваню і Македонії: ринок Македонії вийшов на друге місце, а Тайвань перемістився з другого на четверте.

Зазначені перестановки означають, що в сучасних умовах показники потенціалу виробника на ринку Македонії значно вище, ніж в ринку металу Тайваню, який за новими оцінками потенціалу (ступеня привабливості для даного металургійного підприємства) поступається також і ринку Китаю.

Інтегральна оцінка потенціалу ПАТ "Дюріжсталь" на
решітих ринках збуту та їх ранжування
(Статистичний варіант)

Ринок (країна)	Інтегральна кількісна оцінка конкурентоспроможності	Порядковий номер у ранжированому списку ринків
Китай	0,585	3
США	0,802	1
ОАЕ	0,377	6
Туреччина	0,496	5
Тайвань	0,549	4
Італія	0,308	7
Македонія	0,584	2

В цьому збільшили значення інтегральної оцінки потенціалу ПАТ "Дюріжсталь" на цих ринках Китай, США, Туреччина, Македонія. Зменшили значення інтегрального показника у ринках ОАЕ, Тайвань та Італія. Це означає, що передісторія розвитку ринків першої групи мала позитивний вплив на їх інтегральну оцінку сучасного стану (з урахуванням змінки), а для другої - такий вплив був негативним фактором. Для обліку необхідно враховувати при виборі варіанту (дизайнового або ліцензійного) інтегральної оцінки потенціалу виробника на регіональних ринках.

Отримані в цьому і попередньому параграфі інтегральні оцінки повинні використовуватися для реалізації стратегії підвищення рівня потенціалу, як окремих видів металопродукції, так і кожного виробника в цілому по сукупності всіх використовуваних регіональних ринків збуту.

У найпростішому випадку з метою підвищення металевих ринків потенціалу виробника на всіх регіональних ринках гідно з формулою (3.1) необхідно максимально можливо збільшити обсяги збуту (інтенсивність

- зазначення видів будівельних матеріалів, що використовуються в об'єкті;
- зазначення виду та кількості робіт, що виконуються в об'єкті;
- зазначення видів будівельних матеріалів, що використовуються в об'єкті;
- зазначення виду та кількості будівельних матеріалів, що використовуються в об'єкті;
- зазначення виду та кількості будівельних матеріалів, що використовуються в об'єкті;
- зазначення виду та кількості будівельних матеріалів, що використовуються в об'єкті;
- зазначення виду та кількості будівельних матеріалів, що використовуються в об'єкті;

Варіант бюджету вказаний у таблиці, де вказано види робіт, що виконуються в об'єкті, та види будівельних матеріалів, що використовуються в об'єкті.

Результати виконання будівельних робіт будуть вказані в таблиці, де вказано види робіт, що виконуються в об'єкті, та види будівельних матеріалів, що використовуються в об'єкті.

Важливо зазначити, що бюджет не гарантує повної відповідності фактичних витрат на виконання будівельних робіт та закупівлі будівельних матеріалів до бюджету, оскільки фактичні витрати можуть змінюватися в залежності від об'єкту будівництва та умов виконання робіт.

Актуальність теми зумовлена зростанням конкуренції між підприємствами сталі на світовому ринку, зростанням собівартості продукції у зв'язку з підвищенням ціни на основні складові елементи – металобрухт, електрику, енергоносії, появою нових підприємств галузі, які застосовують інноваційні технології у виробництві сталі.

Мета дослідження – проаналізувати потенціал та конкурентоспроможність підприємства ПАТ "Запоріжсталь" на зовнішніх та внутрішньому ринку та зробити висновки щодо доцільності організації схеми продаж продукції.

Для досягнення мети необхідно вирішити наступні наукові завдання:

1) проаналізувати стан справ в металургійній галузі та на ринку металургійної продукції;

2) удосконалити методичний апарат для аналізу управління продажами підприємства на основі одиничних показників – факторів конкурентоспроможності;

3) визначити організаційно-економічну характеристику об'єкту дослідження;

4) проаналізувати основні аспекти конкурентоспроможності та потенціалу підприємства;

5) розробити економіко-математичний апарат для обґрунтування активності підприємства на ринках збуту підприємства.

Об'єкт дослідження в дипломній роботі – Публічне акціонерне підприємство "Запоріжсталь" – виробник вуглецевої сталі.

Об'єкт дослідження – господарська діяльність підприємства за період 2010-2018 роки.

...важливість діяльності підприємств
...соціально-економічному розвитку держави. Так,
...підприємства займають 10-11 місце серед світових виробників
...та 9-10 місце серед експортерів сталі у світі. Виробництво сталі всіма
...підприємствами – виробниками сталі України складає 36 – 41 млн. тон на рік
...загальносвітовому обсязі виробництва – 1121 млн. тон на рік). Експорт
...підприємствами України складає близько 32 млн. тон на рік. Це складає
...близько 22% від загального обсягу промислового виробництва продукції в
...Україні та 31-35% від обсягів експортної діяльності. Підприємства галузі є
...найбільшими роботодавцями в Україні та забезпечують робочими місцями
...більш ніж 300 тис. осіб.

Найбільшою проблемою для підприємств галузі є висока конкуренція,
...яка відбувається на світовому ринку. Можливості сучасної логістики такі, що
...постачання в будь-який регіон світу є економічно доцільним, тобто
...транспортний тариф не перевищує різницю в собіварості та, відповідно ціні,
...яка виникає на різних підприємствах галузі. В цьому контексті найбільш
...важливим є правильний вибір цільового ринку. Ринкові потреби
...умовляються можливостями клієнтів, які ставлять конкурентні умови перед
...постачальником. Ці умови стосуються якості продукції та її ціни.

Підприємство-виробник металопродукції використовує два підходи до
...реалізації продукції. Перший полягає у виконанні функцій виключно
...виробничого цеху, який відвантажує продукцію трейдерам, які здійснюють
...поставки продукції в регіони світу та групам галузевих споживачів. За таким
...способом досягається практично безперешкодний доступ до ринку, оскільки
...використовується регіональна мережа та партнерські зв'язки трейдера.

Другий спосіб являє собою прямі продажі, які передбачають наявність
...власного підрозділу продаж, якій здійснює весь комплекс робіт, що
...стосуються реалізації продукції споживачам. Такий спосіб є витратним для
...підприємства, оскільки потребує залучення на потійній основі фахівців з
...продаж та побудову власної мережі з продаж продукції. Цінова політика та

... є прийнятними для постачальника та клієнта, оскільки між ними не існують інтересів посередника.

Конкурентоспроможність визначається, як спроможність підприємства отримати частку ринку (тобто обсяг продаж для певного кола клієнтів) протягом тривалого часу, за ціною та на умовах, які адекватують підприємству в цілому – забезпечують належний рівень прибутку.

Встановлюються критерії доцільності вибору способу продаж, які формують інтегральний показник тому числі: конкурентоспроможність, собівартість, ринкова активність, якість (технічний рівень продукції) та відносні значення – коефіцієнти.

В другому розділі описується діяльність підприємства – ПАТ "Запоріжсталь" – великого металургійного підприємства України, виробника продукції з чорних металів. ПАТ "Запоріжсталь" розташоване у м. Запоріжжя.

ПАТ "Запоріжсталь" є третім за обсягами виробництва в Україні виробником сталі та чавуну. Підприємство виробляє 3,2 – 4 млн. тон сталі на рік. Доход підприємства складає від 29 до 36 млрд. грн. На експорт спрямовується близько 70-75% продукції підприємства. Собівартість виробництва продукції складає близько 80%, прибуток підприємства забезпечується за рахунок відносно низької вартості робочої сили та деяких матеріальних ресурсів.

Основними видами продукції є прокат чорних металів, який виробляється способами гарячої та холодної прокатки, використовується у машинобудуванні, будівництві об'єктів інфраструктури та виготовленні промислових товарів масового споживання.

Основні матеріальні складові собівартості: залізна руда, металобрухт (30%); кокс (35%); електроенергія (18%), природний газ – (4%), вапняк (2%).

Підприємство складається з 6 основних цехів (де відбувається виготовка матеріалів, доменне, мартенівське та прокатне виробництво). Безпосередньо, відбувається виплавка сталі та 11 допоміжних цехів.

112
На підприємстві працюють 12612 осіб, серед яких 82% складає виробничо-промисловий персонал. Чисельність персоналу постійно зменшується, що пов'язується із політикою власників.

Основними зовнішніми ринками збуту для продукції підприємства є: Республіка Македонія, США, Туреччина, Китай, ОАЕ, Тайвань.

В третьому розділі було здійснено порівняльний аналіз реалізації продукції на різних ринках в різних регіонах. Були з'ясовано залежності які спостерігаються на ринках, а саме: найбільш привабливі ринки мають найбільш високі показники ціни, активності конкурентів та найвищі обсяги поставок. Такими ринками є: ринок США, на який постачається тільки одна продукція – холоднокатана сталь у зливках, за найвищою ціною (на 147 доларів вище, аніж на європейському ринку), але у обмежених обсягах; ринок Тайваню, де ціна на асортимент металопродукції на 112 доларів вища, аніж на ринку Китаю), проте є низький попит на продукцію та, відповідно незначний обсяг продаж; Італія – ринок на якому є велика конкуренція місцевих європейських виробників, обсяг продаж поступово зростає, але зростає і вимога до якості, ринок ОАЕ, який є найбільш перспективним щодо постачання гарячекатаної сталі.

З'ясовано, що жоден з розглянутих ринків не відповідає умовам, які б задовольняли підприємство, а саме: ціна, яка не стає нижчою за собівартість, кількість, яка зростає, або залишається стабільною, конкуренція, яка є помірною. Окрім того, жодної позиції серед перспективних ринків не займають країни СНД, зважаючи на торгові обмеження.

Ефективне управління потенціалом підприємства необхідно забезпечувати шляхом застосування наступних заходів:

- диверсифікація ринків за ступенем значення для підприємства та перспективами довгострокових поставок за відсутністю місцевих альтернативних постачальників (такими ринками є ринки ЄС, де існують жорсткі вимоги до екологічного характеру виробництва, ринки країн Європи, які не є членами ЄС: Швейцарія та Норвегія);

- підвищення якості продукції, за рахунок використання нових технологій плавки сталі;
- диверсифікація джерел постачання сировини, за рахунок розробки нових видів відходів та отримання брухту з висотом легуючих матеріалів;
- використання нових технологій легування сталі, які потребують меншої кількості легуючих елементів;
- зменшення кількості споживання технологічної електроенергії за рахунок енергетичних процесів.

Потенціал підприємства на зовнішніх ринках оцінюється, як 4,5 по 10-бальній шкалі, тобто такий, що є нижче середнього, проте його показник відповідає належному рівні, що дозволяє підприємству розраховувати на успішний розвиток на зовнішніх ринках за основними видами продукції.

Підприємству рекомендується здійснювати просування продукції на нові ринки – країни ЄС (в межах угоди про асоціацію), Середньоазійських країн (Туркменістан, Іран), країн Африки (Гана, Нігерія), країн Східної Європи. При цьому доцільним є застосування прямих контрактів без участі регіональних представництв.

Також рекомендується забезпечувати підвищення якості промислового виробництва, яке встановлено у головних цехах підприємства:

- використання технології піч-ковш, яка дозволяє економити близько 2% матеріалу та до 20% робочого часу;
- впровадження технології безперервного литва форм, яка дозволяє забезпечувати;
- використання вторинної сировини замість феросилікомарганцю та феронікелю.

Підприємству рекомендується вихід на ринки зарубіжних країн, де є менший рівень конкуренції з китайськими виробниками. Така ситуація існує на ринку ЄС, оскільки країни Євросоюзу знаходяться в режимі значних обмежень щодо торгівлі з Китаєм (встановлення антидемпінгового мита).

Потенціал підприємства "Інтерінвест" має тенденцію до зростання за рахунок збільшення обсягу експорту на рівні 70% відсотків товарної продукції, при цьому не менше ніж 2,75 млн. метричних тон встановлено стані. Такі обсяги експорту експортної продукції можливо забезпечити за рахунок збільшення сировини, серед якої на митні мін 17% має складати бруст сталі. Перехід на прями контрактнування дозволяє провадити за дотриманням наступних умов, які складають кон'юнктуру ринку:

1. Потенціал конкурентоспроможності продукції підприємства на ринку є високим, а інтегральний індекс конкурентоспроможності перевищує 100. Це означає, що ціна, якісний зміст продукції, її належна кількість (можливість формування корабельних норм) відповідають потребам ринку.
2. Цільові ринки мають бути насичені підприємствами - виробниками продукції, яка потребує відповідної сировини (матеріалу) та торгівлі мають здійснюватись між виробниками.
3. Поставки мають здійснюватись в межах експортних квот на ринку США та Єврозоною (якщо такі встановлюються), оскільки квоти надіються виробникам, а не посередникам.
4. В якості форми оплати для підприємства має використовуватись імпедитив або прями платіж без суттєвих відстрочень, оскільки підприємство потребу належний обсяг коштів для забезпечення сировини.
5. Переддоговірні та договірні роботи може частково здійснюватись в онлайн режимі, шляхом формування замовлень та відстеження його виконання, що доцільно оформити у формі відповідного плагіну на Інтернет-сайті підприємства.
6. В якості незалежних експертів необхідно залучати місцеві торгово-промислові палати, які забезпечуватимуть кількісний та вибірково якісний контроль вантажу, який відправляється за прямим контрактом.

1. Мабий В. Т. Некоторые вопросы обеспечения качества инновационных изделий в условиях рыночной экономики // *Статьи*. - 2014. - №15. - С. 46-48.
2. Аскальков Г. Г. Теория и практика оценки качества продукции (экономика и менеджмент). - М.: Экспоника, 1982. - 256 с.
3. Азов Г. Д. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. - М.: Центр экономики и маркетинга, 2006. - 268 с.
4. Акулиничук В.К. Экономические принципы управления в рыночных условиях // *Металл и литейное производство Украины*. - 2009. - №36-9-10. - С. 26-27.
5. Андреева О.Д. Технологический бизнес: маркетинг. - М.: ИНФРА-М - БЕЛТА, 2007. - 224 с.
6. Анучкина В.Л., Погожева И.Б. Определение коэффициентов весомости при комплексной оценке качества по номинальным и реально достигшим значениям показателей // *Стандарты и качество*. - 1971. - №12. - С. 5-8.
7. Астахова И. Повышение конкурентоспособности изделий // *Бизнес Информ*. - 2007. - №21. - С. 71 - 74.
8. Афанасьев М. Д. Маркетинг: стратегия и практика фирмы. - М.: АО ИнстаИнформ, 2005. - 112 с.
9. Балака Е. Прогнозирование цены и конкурентоспособности новых изделий // *Бизнес Информ*. - 2009. - №5-6. - С. 93 - 94.
10. Бойченко Б.М., Поляков В.Ф. Состояние и проблемы сталелитейного производства Украины // *Металл и литейное производство Украины*. - 2009. - № 1-2. - С.3-5.
11. Большаков В. Научно-техническое обеспечение программы развития металлургии Украины // *Металл Украины*. - 2007. - №4. - С. 4-5.
12. Будникова Л. С. Совершенствование основных производственных факторов как фактор повышения конкурентоспособности продукции //

- ... промышленной продукции и конкурентоспособность. - М.: МДНПЦ, 2011. - С. 117-118.
10. Юрчицкий Б.В., Стрелец А.А. Экономическая оценка конкурентоспособности. - Одесса: Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, 2008. - 45 с.
11. Вайсман А. Стратегия маркетинга: 10 шагов к успеху; Стратегия менеджмента: 5 факторов успеха. - М.: АО Интерэкспорт, Экономика, 2005. - 116 с.
12. Вальгук К. К. Целевая функция потребления: анализ и практическое применение. Новосибирск: Наука, 2000. - 384 с.
13. Василенко Ю. Структурные изменения в экспортной деятельности Украины // Экономика Украины. - 2008. - №7. - С. 70 - 76.
14. Галавановский М., Жуковская В., Трофимова И. Конкурентоспособность в микро-, мезо-, и макроуровневом измерениях // Российский экономический журнал. - 2008. - № 3. - С. 67 - 78.
15. Гилл Ф., Мюррей У., Райт М. Практическая оптимизация. - М.: Мир, 2005. - 509 с.
16. Голубков Е.П. Маркетинг: стратегии, планы, структуры. - М.: Дело, 2005. - 192 с.
17. Гончаров Ю. Влияние экономической политики на состояние черной металлургии Украины // Экономика Украины. - 2007. - №7. - С. 14 - 19.
18. Горбушко Е. А. Конкурентоспособность промышленной продукции. - Санкт-Петербург: СПбУЭФ, 2011 - 64 с.
19. Гранберг А. Г. Моделирование социалистической экономики. - М.: Наука, 2008. - 487 с.
20. Грищенко С.Г. Украина в международном сообществе металлургов // Металлургическая и горнорудная промышленность. - 2009. - № 1. - С. 1 - 3.
21. Грищенко С.Г. Эксперимент и аргумент // Металла бюллетень. Украина. - 2000. - №2. - С. 6 - 11.

1. ...
2. ...
3. ...
4. ...
5. ...
6. ...
7. ...
8. ...
9. ...
10. ...
11. ...
12. ...
13. ...
14. ...
15. ...
16. ...
17. ...
18. ...
19. ...
20. ...

1. Карченко Н. Маркетинговые проблемы украинского сектора // Экономика Украины. - 2007. - №8. - С. 89-92.

2. Карченко А. Некоторые аспекты вложения Украины в мировую информационную систему // Экономика Украины. - 2007. - №5. - С. 75-80.

3. Конститушко О. Иностранная инвестиция в экономику Украины // Бизнес Информ. - 2008. - №1. - С. 45-48.

4. Кисель А. Известиями не провозможитесь отрасли экономики // Бизнес Информ. - 1998. - №4. - С. 32-34.

5. Киселько И. Метод экспорта - анализ конкурентоспособности продукции // Экономика Украины. - 1998. - №2. - С. 89-93.

6. Кривушев В.И., Курбатова К.Е. Маркетинговые исследования рынка. - Харьков: Бизнес Информ, 1997. - 120 с.

7. Катлер Ф. Основы маркетинга. - М.: Прогресс, 2000. - 79 с.

8. Краткий словарь менеджера. - М., 2011. - 187 с.

9. Кретов И. И. Маркетинг на предприятии. - М.: АО ФинансИнформ, 2004. - 181 с.

10. Лебедева О.Т., Фоксиптова Т.Ю. Основы маркетинга. - СПб.: ИД МИИТ, 2007. - 224 с.

11. Латов А. В. Введение в экономико-математическое моделирование. - М.: Наука, 2004. - 392 с.

12. Лобатов Ю.В. О средних взвешенных оценках качества // Стандарты и качество. - 2002. - №7. - С. 48-50.

13. Мазур В. Л. Перспективы развития горно-металлургического комплекса Украины // Сталь. - 2006. - №7. - С. 2-5.

14. Мазур В., Смирнова О. Привлечение иностранных инвестиций в металлургическую и химическую промышленность Украины // Экономика Украины. - 2008. - №5. - С. 4-9.

15. Макконелл К. Р., Брю С. Р. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. В 2 т.: т. 2. - М.: Республика, 2012. - 490 с.

10. Мазурок Г. Конкурентоспособность аграрной отрасли: анализ, оценка и пути повышения // *Экономика*. - 2006. - № 3. - С. 36 - 38.

11. Маракуца А. А. Промышленные реформы на предприятиях при переходе от плановой к условиям рынка рыночной индустриальной России. - 2008. - № 4. - С. 44.

12. Маркетинг. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2006. - 560 с.

13. Маркова В. Д., Кутюкова С. А. *Стратегический менеджмент*. - М.: ИДРА-М, Новосибирск: Сибирский федеральный университет, 2009. - 288 с.

14. Мелько И. Г. *Принципы менеджмента*. - СПб: Питер, 2006. - 466 с.

15. Металл биометалла. Украина. - 2006. - № 6.

16. Металл Украины. - 2011. - № 4. - С. 5.

17. Микроэкономика. - СПб: Изд-во ТОО СВАН, 1995. - 127 с.