**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

Кафедра міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму

**Кваліфікаційна робота (проєкт)**

магістр

(рівень вищої освіти)

на тему «Міжнародна конкурентоздатність гірничорудної галузі в умовах сталого розвитку»

Виконав: студент 2 курсу, групи 8-0510(ме-з)

спеціальності 051 «Економіка»

(код і назва спеціальності)

освітньої-професійної програми «Міжнародна економіка»

(назва освітньої програми)

Рябчук К. О.

(ініціали та прізвище)

Керівник доцент кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму, к. е. н., Венгерська Н. С.

(посада, вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали)

Рецензент\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(посада, вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали)

Запоріжжя

2021

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет Економічний

Кафедра міжнародної економіки,природних ресурсів та економіки міжнародного туризму

Рівень вищої освіти другий (магістерський) рівень\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Спеціальність \_\_\_\_051 Економіка\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(код та назва)

Освітньо-професійна програма \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Міжнародна економіка\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри\_Д. І. Бабміндра\_

«\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2021 року

**З А В Д А Н Н Я**

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ (ПРОЄКТ) СТУДЕНТОВІ (СТУДЕНТЦІ)

Рябчук Катерина Олегівна

(прізвище, ім’я, по батькові)

1. Тема роботи \_\_\_«Міжнародна конкурентоздатність гірничорудної галузі в умовах сталого розвитку»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

керівник роботи \_\_Венгерська Н. С., кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(прізвище, ім’я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ЗНУ від «\_30\_»\_червня\_\_2021\_року № 967-с

1. Строк подання студентом роботи 01.12.2021 р.
2. Вихідні дані до роботи навчальні посібники, монографії, періодичні та аналітичні вітчизняні та зарубіжні матеріали, фінансова звітність підприємств, інтернет ресурси
3. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)
   * + 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ГІРНИЧОРУДНОЇ ГАЛУЗІ
       2. ОЦІНКА МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПРАТ «ЗАПОРІЗЬКОГО ЗАЛІЗОРУДНОГО КОМБІНАТУ»
       3. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПРАТ «ЗАПОРІЗЬКОГО ЗАЛІЗОРУДНОГО КОМБІНАТУ»
4. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов’язкових креслень)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 4 діаграми, 15 таблиць, 1 формула\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.
5. Консультанти розділів роботи (проекту)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Розділ | Прізвище, ініціали та посада  консультанта | Підпис, дата | |
| завдання  видав | завдання  прийняв |
| Вступ |  | 01.09.2020 | 01.09.2020 |
| І розділ |  | 20.09.2021 | 20.09.2021 |
| ІІ розділ |  | 18.10.2021 | 18.10.2021 |
| ІІІ розділ |  | 15.11.2021 | 15.11.2021 |
| Висновки |  | 30.11.2021 | 30.11.2021 |

1. Дата видачі завдання\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_18.06.2021\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  з/п | Назва етапів кваліфікаційної роботи | Строк виконання етапів роботи | Примітка |
| 1 | Вибір теми | 18.06.2021 | 18.06.2021 |
| 2 | Складання робочого плану | 25.06.2021 | 25.06.2021 |
| 3 | Підбір літератури та вивчення літературних джерел | 09.08.2021 | 09.08.2021 |
| 4 | Складання плану | 13.09.2021 | 13.09.2021 |
| 5 | Виконання вступу | 18.09.2021 | 18.09.2021 |
| 6 | Виконання розділу 1 | 20.09.2021 | 20.09.2021 |
| 7 | Виконання розділу 2 | 18.10.2021 | 18.10.2021 |
| 8 | Виконання розділу 3 | 15.11.2021 | 15.11.2021 |
| 9 | Формулювання загальних висновків | 22.11.2021 | 22.11.2021 |
| 10 | Подання роботи на кафедру на перед захист | 26.11.2021 | 26.11.2021 |
| 11 | Попередній захист роботи на кафедрі | 26.11.2021 | 26.11.2021 |
| 12 | Оформлення роботи та проходження нормо контролю | 29.11.2021 | 29.11.2021 |
| 13 | Одержання відгуку та рецензії | 30.11.2021 | 30.11.2021 |
| 14 | Подання остаточного варіанту роботи на кафедру | 01.12.2021 | 01.12.2021 |

Студент – дипломник \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_К.О. Рябчук\_\_

(підпис) (ініціали та прізвище)

Керівник роботи (проєкту) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_Н.С. Венгерська\_\_

(підпис) (ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_О.В. Гамова\_\_\_\_\_

(підпис) (ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Дипломна робота: 76 с., 4 діаграми, 18 табл., 5 додатки, 50 джерел.

Об’єкт дослідження: процес формування та підвищення міжнародної конкурентоспроможності гірничорудної галузі.

Предмет дослідження: сукупність теоретично-методичних і практичних основ міжнародної конкурентоспроможності підприємств гірничорудної галузі в умовах сталого розвитку.

Мета роботи полягає в розкритті проблем міжнародної конкурентоспроможності гірничорудної галузі в умовах сталого розвитку та обґрунтуванні напрямів її підвищення на прикладі ПрАТ «Запорізький залізорудний комбінат».

Методи дослідження: методи, засновані на оцінці конкурентоздатності продукції підприємства, методи, засновані на теорії ефективної конкуренції.

В роботі досліджуються теоретичні основи конкуренції в гірничорудній промисловості. Проаналізовано конкурентоспроможну діяльність та її стан в гірничорудній галузі України. Розкрито проблеми міжнародної конкурентоспроможності гірничорудної галузі в умовах сталого розвитку. Обґрунтовано напрями підвищення конкурентоспроможності гірничорудної галузі на прикладі ПрАТ «Запорізький залізорудний комбінат». Запропоновано стратегічні вектори покращення міжнародної конкурентоздатності. Сформовано програму збуту на зовнішні ринки з урахуванням конкурентних переваг.

МІЖНАРОДНА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ, ГІРНИЧОДОБУВНА ГАЛУЗЬ, СТАЛИЙ РОЗВИТОК, ЕКСПОРТ, КОНКУРЕНЦІЯ, КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ, КОНКУРЕНТНОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА, ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНІ ОПЕРАЦІЇ

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ГІРНИЧОРУДНОЇ ГАЛУЗІ

1.1 Аналіз основних категорій теорії конкуренції

1.2 Особливості формування конкурентної стратегії підприємства на зовнішньому ринку в контексті сталого розвитку

1.3 Методичні підходи до визначення міжнародної конкурентоспроможності

Висновки до розділу 1

РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРАТ «ЗАПОРІЗЬКОГО ЗАЛІЗОРУДНОГО КОМБІНАТУ»

2.1 Фінансово-економічна та зовнішньоекономічна характеристика ПрАТ «Запорізького залізорудного комбінату»

2.2 Стратегічний аналіз діяльності ПрАТ «Запорізького залізорудного комбінату» в умовах сталого розвитку

2.3 Аналіз конкурентоздатності продукції ПрАТ «Запорізького залізорудного комбінату» на зовнішніх ринках

Висновки до розділу 2

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРАТ «ЗАПОРІЗЬКОГО ЗАЛІЗОРУДНОГО КОМБІНАТУ» В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

3.1 Стратегічні вектори покращення міжнародної конкурентоспроможності ПрАТ «Запорізького залізорудного комбінату»

3.2 Формування програми збуту на зовнішні ринки з урахуванням конкурентних переваг

Висновки до розділу 3

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

ВСТУП

Актуальність теми. Гірничорудна промисловість – комплекс галузей, основні завдання якої – видобуток мінеральних ресурсів.

Гірничодобувна промисловість належить до найстаріших галузей у світі. Протягом усієї своєї історії вона залишається провідною соціальною та економічною силою, вносячи відчутний внесок у зростання ВВП багатьох країн та стимулюючи зміни у суспільстві.

Реальна конкурентна перевага гірничодобувних компаній — це готовність швидкого впровадження технологій, здатних вирішити бізнес-проблеми.

В умовах сталого розвитку та нестабільності ринку сировинних товарів та тривалих періодів спаду економіки гірничодобувні компанії змушені змінювати спосіб ведення діяльності.

Гірничодобувні компанії підвищення показників фінансової складової діяльності прагнуть до досягнення таких цілей: скорочення витрат за виробництво, зменшення кількості відходів, збільшення видобутку, збільшення реалізації продукції.

Актуальність питання міжнародної конкурентоспроможності гірничорудної промисловості в умовах сталого розвитку обумовлюється тим, що залізна руда, яку видобувають на території Запорізької області має всі якості та можливості для розширення конкуренції на зовнішньому ринку.

Метою магістерської роботи є розкриття проблем міжнародної конкурентоспроможності гірничорудної галузі в умовах сталого розвитку та обґрунтування напрямів її підвищення на прикладі ПрАТ «Запорізький залізорудний комбінат».

Досягнення мети, можливе за умови виконання наступних завдань:

* визначити теоретико-методичні основи конкурентоздатності гірничорудної галузі;
* проаналізувати основні категорії теорій конкуренції;
* дослідити особливості формування конкурентної стратегії підприємства на зовнішньому ринку в контексті сталого розвитку;
* проаналізувати методичні підходи до визначення міжнародної конкурентоспроможності;
* здійснити оцінку міжнародної конкурентоспроможності ПрАТ «Запорізького залізорудного комбінату»
* проаналізувати фінансово-економічні та зовнішньоекономічні характеристики ПрАТ «Запорізького залізорудного комбінату»;
* провести аналіз конкурентоздатності продукції ПрАТ «Запорізького залізорудного комбінату» на зовнішніх ринках;
* визначити напрями підвищення міжнародної конкурентоспроможності ПрАТ «Запорізького залізорудного комбінату» в умовах сталого розвитку;
* розробити стратегічні вектори покращення міжнародної конкурентоспроможності ПрАТ «Запорізького залізорудного комбінату»;
* сформувати програми збуту на зовнішні ринки з урахуванням конкретних переваг.

Об’єкт дослідження − процес формування та підвищення міжнародної конкурентоспроможності гірничорудної галузі.

Предмет дослідження − сукупність теоретично-методичних і практичних основ міжнародної конкурентоспроможності підприємств гірничорудної галузі в умовах сталого розвитку.

Методи дослідження. Методи, засновані на оцінці конкурентоздатності продукції підприємства, методи, засновані на теорії ефективної конкуренції.

Інформаційною базою для написання кваліфікаційної роботи послужили законодавчі та нормативні акти України з питань гірничодобувної промисловості та особисті дослідження автора.

Наукова новизна одержаних результатівполягає в обґрунтуванні напрямів підвищення міжнародної конкурентоспроможності гірничорудної галузі в умовах сталого розвитку на прикладі ПрАТ «Запорізький залізорудний комбінат». Наукову новизну засвідчують такі конкретні наукові результати:

удосконалено:

* заходи щодо підвищення конкурентоздатності продукції ПрАТ «Запорізького залізорудного комбінату» на зовнішніх ринках;

отримало подальший розвиток:

* напрями міжнародної конкурентоспроможності підприємств гірничорудної галузі в умовах сталого розвитку.

Практичне значення одержаних результатів. Отримані результати дають можливість удосконалити стратегічні вектори покращення міжнародної конкурентоспроможності ПрАТ «Запорізького залізорудного комбінату» та процес формування програми збуту на зовнішні ринки з урахуванням конкурентних переваг.

Апробація результатів кваліфікаційної роботи. Стаття на тему «Міжнародна торгівля залізорудною продукцією: сучасні тренди та проблеми українських підприємств» подана на публікацію до журналу «Фінансові стратегії інноваційного економічного розвитку»; опубліковані тези на тему «Вплив євроінтеграції на діяльність гірничодобувної промисловості» на конференції «Угода про асоціацію з ЄС як інструмент забезпечення стійкості економіки України».

Структура роботи складається зі вступу, в якому обґрунтовано актуальність теми дослідження, визначено його мету та завдання; чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ГІРНИЧОРУДНОЇ ГАЛУЗІ

* 1. Аналіз основних категорій теорії конкуренції

Поняття «конкуренція» складає категоріальний апарат маркетингової науки [25].

Законодавство України визначає цю категорію таким чином: конкуренція, або економічна конкуренція – змагання (змагання) між суб’єктами господарювання з метою отримання завдяки власним досягненням переваг перед іншими суб’єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб’єкти господарювання мають можливість обирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб’єкт господарювання не може визначати умови обігу товарів на ринку [1].

Конкурентоздатність – це одна з найскладніших економічних категорій, яку необхідно розглядати на декількох рівнях:

* конкурентоздатність товару (послуги);
* конкурентоздатність товаровиробника (компанії чи фірми);
* галузева конкурентоздатність;
* конкурентоздатність країн.

Між цими всіма рівнями конкурентоздатності існує певна залежність, яка полягає в тому, що конкурентоздатність країни та галузі в підсумку визначаються здатністю конкретного товаровиробника виробляти конкретний товар чи послугу. Під конкурентоздатністю товару (послуги) піднімається комплекс споживчих, цінових та якісних характеристик товару, визначаючих його успіх як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку.

Конкурентоздатність товару можна визначити лише в порівнянні з товарами-аналогами. Товарна конкурентоздатність знаходиться в прямій залежності від таких факторів, як витрати які йдуть на виробництво конкретного товару, продуктивність та інтенсивність праці і т. д., які безпосередньо впливають на вартість та якість товару (послуги).

Розвиток міжнародного поділу праці призвело до певних спеціалізацій країн на світовій арені в залежності від ступеню конкурентоздатності тієї чи іншої галузі. Стрімкі зміни, які охопили економіку України в останні десятиріччя, вимагають від нашого уряду проведення таких реформ, які дозволили б країні зайняти гідне місце серед найкрупніших країн світу. Признання України країною з ринковою економікою на даному етапі висуває ряд умов, дотримання яких дозволить не тільки покращити стан економіки на національному рівні, але і надати їй статус авторитету на світовій арені. Одною з таких умов є підняття рівня конкурентоздатності країни в цілому. Актуальність сталого розвитку та закріплення конкурентоздатності обумовлена ускладнюючими світовими господарськими зв’язками. Тепер для України про глобальну економічну конкуренцію за право зайняти гідне місце в системі світового господарства. Адже саме світова конкуренція служить найбільш важливим фактором, стимулюючим підвищення ефективності внутрішньої економіки [2].

Категорія «конкурентоздатність» є похідною від поняття «конкуренція» та має сенс тільки в умовах чесної та вільної конкуренції, розвиток якої створює передумови становлення та закріплення конкурентоздатності різних об’єктів. Суть конкуренції проявляється в тому, що вона є змаганням, здебільшого заради прибутку [49].

Це визначили ще класики політекономіки. Так, А. Сміт розумів сутність конкуренції як сукупність взаємозалежних спроб різних продавців встановити контроль на ринку. Він вважав, що незалежна поведінка може виникнути навіть на ринці з двома продавцями, але більш вірогідно – на ринці з двадцятьма продавцями, оскільки в цьому випадку менш імовірна змова між ними [10].

Отже, при розгляданні конкуренції, класики робили акцент на такій поведінці продавців та покупців, яка характеризувалась чесним, без змови суперництвом за найбільш вигідні умови продажу чи покупки товару. При цьому основним об’єктом конкурентної боротьби вони вважають ціни.

Цікавість до змагань проглядається у Т. Мора. За його думкою, старанність в ідеальному суспільстві викликається «…не тільки самим задоволенням, але і взаємним суперництвом вулиць про турботу кожної за своїм садом». Неокласики зв’язували конкуренцію з боротьбою за рідкісні економічні блага, а також за гроші споживачів, за які їх можна придбати [22, с.14].

Умови ідеального суспільства визначаються такими причинами:

* Велика кількість продавців та покупців, жоден з яких не має впливу на ринкову ціну та кількість товару. У разі чистої конкуренції кожна з фірм випускає настільки невелику частину продукції, що збільшення чи зменшення її випуску не суттєво вплине на ціну продукту. Тобто виробник погоджується з ціною, а конкурентна фірма не може встановлювати свою ринкову ціну, але може тільки пристосуватися до вже встановленої.

Запитувати вищу ціну, ніж вже існуюча ринкова ціна, було б марно. Покупці не куплять нічого у фірми за ціною 4,15 $, якщо багато її конкурентів продають ідентичний продукт за 4 $. Навпаки, внаслідок того, що фірма може продати стільки, скільки вона вважає за необхідне, вона не продаватиме цей товар по 3,85 $, оскільки це призведе до зменшення прибутку.

* Кожен продавець виробляє однаковий продукт, який ніяк не відрізнятиметься від товару інших продавців. Наприклад, введення бренду переводить продавця у монопольне становище, а це вже не вільний ринок.
* Умови для входу в ринок відсутні: немає ніяких перешкод, які могли б ускладнити виникнення нових фірм та збуту їхньої продукції на конкурентних ринках.
* Жодних штучних обмежень попиту, пропозиції, чи ціни немає і ресурси – змінні чинники виробництва – мобільні.
* І продавець і покупець володіє повною і правильною інформацією про ціну, кількість товару, витрати та попит на ринку. Без цього вони не в змозі зробити правильний для себе вибір [18].

Жоден реальний ринок не задовольняє всі перераховані умови. Тому схема досконалої конкуренції має тільки теоретичне значення. Проте вона є ключем до розуміння реальних ринкових структур. І це її цінність.

На сучасному етапі Йозеф Шумпертер стверджував, що з точки зору економічного росту, конкуренція є суперництво старого з новим, конкуренція впливає на життєздатність фірми та її основу. Саме розвиток конкуренції створює умови зміцнення конкурентоспроможності різних об’єктів [50, с. 72].

Український вчений Губський Б.В. дає таке визначення: «Конкурентоспроможність як зумовлений економічними, соціальними та політичними факторами стійкий стан країни чи виробника на внутрішньому та зовнішньому ринках, здатність суб’єкта конкурентної боротьби протистояти міжнародній конкуренції на внутрішньому ринку та ринках інших країн» [6, с. 41].

У зарубіжній літературі поняття «конкурентоспроможність» має різні інтерпретації. Так, найбільш відома і авторитетна праця з проблем міжнародної конкурентоспроможності «The Competitive Advantage of Nations» М. Портера, видана в США в 1990 р., через 3 роки з’явилася в нас під назвою «Міжнародна конкуренція». Однак, враховуючи, що competitive advantage перекладається з англійської як «конкурентна перевага», і як «конкурентоспроможність», назву вказаної праці можна було б перекласти і як «Конкурентні переваги країн», і як «Національні конкурентні проблеми матеріальної культури – ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ переваги» , і як «Конкурентоспроможність націй». Ще однією причиною відмінності в інтерпретаціях категорії конкурентоспроможність є те, що поняття конкурентоспроможності аналізується в залежності від економічного суб’єкта, щодо якого воно застосовується [32].

Ще однією причиною відмінності в інтерпретаціях категорії конкурентоспроможність є те, що це поняття аналізується в залежності від економічного суб’єкта, щодо якого воно застосовується. Конкурентоспроможність – це багатопланова економічна категорія, яку можна розглядати на різних рівнях. Це конкурентоспроможність товарів, товаровиробників, галузей, країн. Між усіма цими рівнями існує тісний взаємозв’язок: конкурентоспроможність держави й галузі зрештою залежить від можливості конкретних виробників випускати конкурентоспроможні товари.

Відмінність у трактуваннях пов’язана і з тим, що основні течії сучасної західної економічної думки суттєво відрізняються у підходах до причин та джерел посилення (зниження) конкурентоспроможності. Так, монетаристський підхід виходить із ланцюжка причинно-наслідкових зв’язків: дефіцит державного бюджету – підвищення процентних ставок, поява іноземного капіталу – підвищення курсу національної валюти – зниження конкурентоспроможності.

Інша думка характерна так званим структуралістам, які значною мірою спираються на кейнсіанську теорію. Не заперечуючи вплив бюджетного дефіциту, структуралісти натомість вважають, що погіршення зовнішньоекономічних позицій країни відображають найглибші, довгострокові зрушення у сталому розвитку національної економіки. При цьому вони звертаються до мікроекономічних процесів і доводять, що низька та спадаюча конкурентоспроможність національних товаровиробників на світових ринках обумовлена ​​низькими темпами зростання ефективності виробництва, підвищення технічного рівня та якості товарів [45].

Окрім монетаристів та структуралістів прихильники економіки пропозиції вважають основними причинами погіршення конкурентоспроможності не в самій національній економіці, а у зовнішніх факторах – у змінах, що відбуваються у світовому господарстві. Головною причиною вони вважають торгові бар’єри, переважно нетарифні, тобто головною проблемою при аналізі конкурентоспроможності вони вважають проблему доступу національних товарів на зовнішні ринки. Категорії «конкурентоспроможність» і «ефективність» нерідко розглядають як однопорядкові, проте конкурентоспроможність, ґрунтуючись на ефективності, містить у собі складніші взаємозв’язки суб’єктів господарювання – окремих фірм і корпорацій, галузевих об’єднань та національних комплексів [10].

Отже, бачимо, що є низка підходів до тлумачення категорії «конкурентоспроможність». При цьому автори, наводячи докладні визначення, не дають достатньо чіткої відповіді на запитання, що таке «конкурентоспроможність».

* 1. Особливості формування конкурентної стратегії підприємства на зовнішньому ринку в контексті сталого розвитку

Оскільки конкуренція формує пріоритети діяльності підприємства на довгострокову перспективу, визначення правильного формування конкурентної стратегії є найбільш відповідальною справою для нього. Тому компанії дуже важливо підійти обдумано до процесу розробки та реалізації цієї стратегії, врахувавши багато внутрішніх і зовнішніх чинників. Повне розуміння важливості цього моменту надасть можливість своєчасно реагувати на зміни підприємств конкурентів, забезпечити формування та підтримання конкурентних переваг у ринкових умовах. У зв’язку з цим, питання оптимізації процесу розробки та реалізації конкурентної стратегії підприємства є актуальним [38].

Міжнародна торгівля товарами – є важливим фактором, який впливає на рівень світового прогресу та сталий розвиток національно економіки. Кожна держава провадить власну політику щодо зовнішньоекономічної діяльності, вступаючи в міжнародні відносини торгівельного характеру, що вимагає узгодженості дій певної країни із діями інших країн шляхом здійснення регулювання та впорядкування зовнішньоторговельних відносин та адаптації національного законодавства до міжнародних вимог.

Сталий розвиток — комплекс заходів, націлених задоволення поточних потреб людини за збереження довкілля та ресурсів, тобто без шкоди можливості майбутніх поколінь задовольняти свої потреби [39, с. 13-30].

Після ратифікації України та Європейського Союзу міжнародної угоди, був встановлений митний тариф, котрий дозволяє групувати ставки митних зборів, які застосовуються до товарів, що перетинають кордони країни. Використання митно-тарифних інструментів щодо регулювання світової торгівлі забезпечує передбачуваність експортно-імпортних можливостей суб’єктів господарювання, їх рівні можливості доступу до світового ринку, стимулює зростання перспективних галузей економіки та забезпечує збільшення дохідної частини бюджету країни.

Держава повинна сприяти сталому розвитку міжнародних торговельних відносин, проте на сьогодні для нашої країни існує багато чинників, що перешкоджають сталому розвитку міжнародної торгівлі залізорудною продукцією, серед них:

- відсутність за кордоном збутової інфраструктури;

- неефективне управління підприємствами;

- нерозвиненість основних засад ринкової економіки;

- недосконалість методів державного регулювання економіки загалом і зовнішньоекономічної діяльності зокрема;

- слабка інфраструктура підтримки експорту;

- загострення міжнародної економічної конкуренції;

- слабка інфраструктура підтримки експорту та протекціонізм з боку іноземних держав [42].

Портер у своїй роботі «Міжнародна конкуренція» дав оцінку та пояснення конкурентоспроможності деяких фірм на світовому ринку. За його твердженням, успіх фірми у змаганні з конкурентами на світовому ринку залежить від стану справ у країні. «З дивовижною регулятивністю фірми однієї – двох країн досягають непропорційно великого успіху у певних галузях на світовому ринку. В ​​основі конкурентних переваг кожної країни лежить постійна та послідовна турбота про національну економіку та її справді ефективні галузі» [32].

В залежності від співвідношення між кількістю виробників та кількістю споживачів розрізняють такі види конкурентних структур:

Таблиця 1.1 – характеристика типів ринку

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Параметри | Досконала конкуренція | Монополістична конкуренція | Олігополия | Монополія |
| Кількість фірм, що виробляють продукт | Багато незалежних фірм; немає контролю за ринками | Багато фірм, що виробляють подібні товари/послуги | Декілька фірм, що виробляють товари/послуги | Один продукт та одна фірма |
| Контроль над цінами | Ціни визначаються ринком | Вплив обмежений можливістю заміни | Існує вплив цінового лідера | Практично повний контроль |
| Товарна диференціація | Продукти не помітні за якістю та якістю | Товари/послуги диференційовані за сегментами ринку | Істотні для окремих продуктів, мала для стандартних | - |
| Легкість входу | Відносний легкий вхід та вихід | Відносний легкий вхід та вихід | Важкий. Часто потребує великих інвестицій | Дуже важкий |
| Приклад | Ринок цінних паперів | Найбільш поширений вид конкурентного середовища | Автомобілі, бензин | Електроенергія, газ |

Джерело: розроблено автором

Можна сміливо сказати, що міжнародний менеджмент відкриває широкі можливості перед підприємством; він висуває перед менеджерами великі вимоги на розумінні навколишніх чинників, які зазвичай не враховуються межах країни. Тобто, виникає потреба брати до уваги різні елементи міжнародного середовища та концепцію досягнення переваг у конкурентній боротьбі [14].

Під стратегією прийнято розуміти комплексну програму дій, яка забезпечує здійснення генеральної мети фірми та досягнення її множинних цілей.

Стратегія ринкової ніші є одним із провідних маркетингових стратегій. Ця стратегія розглядається у стратегічному маркетингу з різних позицій, що є наслідком застосування різних класифікаційних чинників маркетингових стратегій.

Відповідно до класифікації М. Портера, стратегія ринкової ніші, яка ще називається стратегією фокусування, або концентрації, з різновидом конкурентних стратегій фірми поруч із стратегіями цінового лідерства та диференціації. [32]

Класифікаційною ознакою вибору цільового ринку фірми є стратегія ринкової ніші, яка ще має назву стратегії односегментної концентрації, протистоїть стратегіям сегментної, товарної, селективної спеціалізації та стратегії повного охоплення ринку.

Як різновид конкурентних стратегій фірми, за класифікацією Ф. Котлера, стратегія ринкової ніші є альтернативою стратегії ринкового лідера та послідовника.

Така особлива увага стратегічного маркетингу до стратегії ринкової ніші пояснюється тим, що вона відтворює найголовніший принцип маркетингу – орієнтацію виявлення й задоволення специфічних потреб споживача. Незважаючи на те, що стратегія ринкової ніші розглядається під кутом зору різних класифікаційних ознак, вона має однакову сутність: пошук і спрямованість діяльності фірми на специфічні потреби споживачів, які є об’єктом діяльності інших фірм [8].

Обираючи стратегію ринкової ніші, необхідно враховувати такі основні фактори:

* конкуренцію;
* цільовий ринок;
* особисті можливості фірми відносно формування конкурентної переваги;
* особливості позиціонування (подання товару споживачам).

Вибрана ринкова ніша має забезпечувати фірмі:

* прибутковість;
* потенціал росту (ринкова перспективність);
* відповідність ресурсним можливостям фірми;
* низький ризик конкуренції;
* здатність фірми відстоювати свої ринкові позиції в ніші.

Для продажу обирають товари (чи послуги), виробництво яких потребує мінімальної кооперації та поставок зі сторони, або де можлива широка замінність вихідної сировини та матеріалів. Але ця господарська стратегія неспроможна розглядатися як універсальна і особливо вона мало придатна тих підприємств, які готують бізнес-план у зв’язку з освоєнням продукції, призначеної для конкуренції на світових ринках.

Більш глибокий підхід – забезпечення сталої конкурентоспроможності. Існує два типи конкурентних переваг: нижчі витрати та спеціалізація. Під нижчими витратами розуміється непросто менша сума витрат за виробництво, ніж в конкурентів, а здатність фірми розробляти, виробляти і збувати товар ефективніше, ніж конкуренти. Тобто необхідно організувати з меншими витратами й у стислі терміни весь цикл операцій із товаром: з його розробки до продажу кінцевому покупцю. Нездатність побудувати весь цей ланцюжок зведе нанівець успіх у будь-якій з її ланок.

Спеціалізація – це здатність задовольняти особливі потреби покупців і отримувати за це преміальну ціну, тобто ціну в середньому вищі, ніж у конкурентів. Іншими словами, для забезпечення такого типу конкурентних переваг необхідно навчиться мистецтву виділятися в натовпі конкурентів, пропонуючи покупцям товар, що помітно відрізняється або високим рівнем якості при стандартному наборі параметрів, що визначають цю якість, або нестандартним набором властивостей, що реально цікавлять покупця.

При цьому в будь-який момент часу будується стратегія забезпечення конкурентоспроможності, спираючись лише на один з видів конкурентних переваг – або на нижчі витрати, залучаючи покупців відносною дешевизною товарів у порівнянні з аналогічними виробами інших виробників, або на спеціалізацію, викликаючи інтерес у найбільш вимогливих і що вимагають, перш за все, високої якості клієнтів.

Окремі фірми розвивають свої операції зі стратегії унікальності та лідерства. Це означає, що вони виробляють продукцію найвищого світового рівня якості, причому за широкою номенклатурою.

Є фірми, стратегія конкурентної боротьби яких заснована не на спеціалізації, а на нижчих витратах виробництва. Вони виготовляють великий асортимент продукції стандартного світового рівня якості та зі стандартною ціною.

Третій тип фірм будує конкурентну стратегію на менш ризикованих і більш дешевих принципах – спеціалізація при вузькому напрямі продукції. Це продукція найвищого світового рівня у своїх класах спеціалізації і коштує недешево.

Четвертий тип фірм займається випуском вузького кола якісної продукції за дешевшими цінами. Така продукція не відрізняється вишуканими та різноманітними властивостями. Вона проста, надійна та дешева.

Звичайно, не обов’язково дотримуватися лише однієї, колись обраної стратегії забезпечення конкурентоспроможності. Освоївши випуск одного-двох виробів, доступних широкому колу небагатих покупців, можна розпочати підготовку до освоєння іншої стратегії. Шлях розширення свого асортименту, зберігаючи все настільки ж низькі ціни, що виправдовують не особливо високий рівень якості, призведе до стратегії орієнтації на витрати, яка дозволить різко збільшити і обсяги реалізації, і суми прибутку.

Якщо не розширювати асортимент, а всі доходи направити на підвищення якості своїх товарів, цей шлях призведе до стратегії вибіркової спеціалізації. Цей шлях може забезпечити досить високий рівень рентабельності вкладеного капіталу.

1.3 Методичні підходи до визначення міжнародної конкурентоспроможності

Світовий ринковий досвід, перехід національної економіки до ринку, низька конкурентоздатність продукції та підприємств визначили необхідність створення служб маркетингу, з метою оцінки існуючого становища організації на ринку, виявлення слабких та сильних сторін конкретної організації. Однак маркетинговим дослідженням на підприємствах приділяється недостатня кількість уваги. Зараз можна говорити лише про практичне застосування ідеї вдосконалення збуту на підприємствах. Ця теорія фокусує свої зусилля на потреби продавця і, тим самим, повністю встає замість ідеї маркетингу загалом, спотворюючи її сенс.

Нерозривно пов’язано з рішенням проблеми методологічне підвищення конкурентоспроможності підприємства й його оцінка конкурентоздатності, так як тільки на основі такої оцінки можуть бути зроблені висновки про рівень конкурентоспроможності господарюючого суб’єкта. В результатах вирішення цієї проблеми також мають бути прийняті правильні управлінські рішення. Правильна оцінка є важливим моментом в початку розробки заходів щодо підвищення конкурентоздатності господарюючого суб’єкта, а одночасно з цим і критерієм результативності цих заходів. Крім того, оцінка конкурентоспроможності є методологічною основою для аналізу і, як висновок, виявлення шляхів підвищення конкурентоздатності господарюючого суб’єкта, що є стратегічно важливим напрямом розвитку та функціонуванням будь-якого підприємства в умовах сталого розвитку [3].

До методів, які здатні вирішити проблеми зав’язані на конкуренції, відносять:

* Методи, засновані на оцінці конкурентоспроможності продукції підприємства.

Ця група методів базується на твердженні про те, що конкурентоспроможність підприємства тим вище, чим вище конкурентоспроможність його продукції. Для визначення цього використовуються різноманітні маркетингові методи, більшість яких складається співвідношення ціна-якість.

* Комплексні методи.

Оцінка конкурентоздатності підприємства в рамках подібних методів ведеться на підставі виділення поточної та потенційної конкурентоздатності підприємства. Найчастіше поточна конкурентоздатність визначається виходячи з оцінки конкурентоздатності продукції підприємства, потенційна – за аналогією з методами, заснованими на теорії ефективної конкуренції.

Найбільша кількість методів засновується на виявленні факторів, визначаючих конкурентоспроможність господарчих суб’єктів. Однак система факторів конкурентоздатності підприємства є відкритою, а безліч елементів – нечітким. Таким чином, кількість факторів конкурентоздатності практично нескінченна, тобто, хоч би як був розширений їх перелік, він все одно не буде вичерпним, саме тому, і на такому неповному переліку оцінка конкурентоспроможності підприємства буде неадекватною. Виходячи з цього ми розуміємо, що такий перелік неможливий у принципі.

Для оцінки виявлених дослідниками факторів конкурентоспроможності, а також визначення низки інших показників використовуються приблизні оцінки, що звісно ж суб’єктивні та умовні. Звичайно, у ряді випадків уникнути такого підходу неможливо, проте наслідком застосування подібних оцінок як базовий метод буде дуже слабкий математичний зв’язок вихідних факторів з показником конкурентоздатності, що оцінюється.

Сучасна науково-методологічна основа управління конкурентоздатністю має бути спрямована на визначення механізму, що дозволяє виявити індивідуальні особливості підприємництва, з урахуванням яких можуть формуватися особисті конкурентні переваги. Конкурентоздатність має визначати перспективи сталого розвитку, а не підкреслювати досягнення підприємства; управління конкурентоздатністю має проходити невідривно від процесів стратегічного та тактичного управління, що, в свою чергу, визначить інтеграційні цілі внутрішньо організаційних процесів, дозволить якісно оцінювати витрати, пов’язані з формуванням конкурентних переваг, та скоротити витрати, які пов’язані з реалізацією конкурентних стратегій.

Одним з найбільш ефективних підходів, що охоплюють максимально великий спектр факторів, які безпосередньо впливають на функціонування того чи іншого суб’єкта господарювання, є системний, згідно з яким система складається з двох складових: зовнішнього оточення та внутрішньої структури.

Системний аналіз – аналіз на основі всебічного вивчення її властивостей із застосуванням наукових підходів для виявлення слабких та сильних сторін системи, її можливостей та загроз, формування стратегії функціонування сталого розвитку.

Структура системи – сукупність компонентів системи, що у певної впорядкованості і які поєднують локальні мети найкращого досягнення глобальної мети системи. Кількість компонентів системи та їх зв’язків має бути мінімальною, але достатньою для виконання головної мети системи.

Комплексний підхід до оцінювання конкурентоздатності підприємства реалізується за допомогою методу інтегральної оцінки, що містить два елементи: критерій, що характеризує ступінь задоволення потреб споживача, та критерій ефективності виробництва. Перевагою цього є простота розрахунку і можливість однозначного тлумачення результатів, а основний недолік полягає у неповній характеристиці діяльності підприємства [35].

* Концептуальний метод.

В основі концептуального підходу знаходиться твердження про те, що управління конкурентоспроможністю підприємницьких структур має базуватися на системному підході, який передбачає виявлення керованої та керуючої підсистем, цільової функції керування та її підсистеми. Концепція управління конкурентоздатністю з урахуванням структурно-композиційного підходу дозволяє проводити оцінку ефективності прийнятих інвестиційних управлінських рішень з урахуванням їхнього впливу на вартість матеріальних і нематеріальних активів підприємства, створюючи конкурентні переваги підприємницьким структурам [35].

* Функціональний метод.

Функціональний підхід полягає у визначенні співвідношення витрати/ціни, завантаження виробничих потужностей, обсягів випуску продукції, норми прибутку тощо. Відповідно до цього підходу конкурентоздатними є ті підприємства, де краще організовано виробництво та збут товару, та ефективніше управляють фінансами. Прикладом використання функціонального підходу є методика консультаційної американської фірми «Dun & Bradstreet» в основі якої лежать три групи показників ринкової діяльності: показники ефективності виробничо-збутової діяльності підприємства; показники інтенсивності використання основного та оборотного капіталу; показники фінансової діяльності. Діяльність крім названих груп показників пропонуються показники, що характеризують конкурентоспроможність продукції. Методи виміру конкурентоздатності компанії, засновані на функціональному підході теорії ефективної конкуренції, набули широкого поширення у США, країнах Західної Європи та можуть бути рекомендовані для використання вітчизняними підприємствами, які експортують свій товар [48].

Перевага функціонального методу полягає у використанні показників, які дають змогу зробити висновки зв’язаними з деякими напрямами господарської діяльності підприємства. Однак необхідно зауважити, що цей метод має і деякі недоліки, оскільки не бере до уваги такі важливі критерії визначення конкурентоздатності підприємства як наявність конкурентоздатного потенціалу, показників екологічного виробництва, соціальної ефективності та репутацію підприємства.

Таблиця 1.2 – Розширена класифікація підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємства

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Признак | Види підходів до оцінки | | | | | | | |
| Тип використовуваного показника | Чистий (поодинокий, диференціальний) | Комплексний | | | | | | |
| Груповий | | Узагальнений | | | Інтегральний | |
| Характер використовуваного показника | Абсолютний | Відносний | | | | | Нормативний | |
| Використовуваний підхід до оцінки | З точки зору ефективності використовуваних ресурсів | З погляду фінансових результатів | | | З погляду ефективності діяльності | | З погляду досягнення генеральної мети бізнесу | Змішаний |
| Тип використовуваної моделі оцінки | Винятково фінансова | Винятково економічна | | | | | Винятково ринкова | Змішаний |
| Характер використовуваної моделі оцінки | Статистична | | | | | | Динамічна | |
| Форма подання результату оцінки | Графічна | | Матрична | | | | Формалізована | |
| Ступінь об’єктивності оцінки | Об’єктивна | | | | | Суб’єктивна | | |

Джерело: створено автором на основі [36]

Незважаючи на те, що питанням аналізу та оцінки конкурентоздатності підприємства присвячено багато наукових робот, на сучасному етапі не повністю уточнено термін конкурентоспроможності підприємств, не розроблено чіткої системи критеріїв, показників та методів оцінки конкурентоспроможності підприємств. Крім того, в умовах великої кількості різних підходів до оцінки конкурентоздатності підприємства, багато науковців не обґрунтовано приймають той чи інший метод оцінки конкурентоздатності підприємства, що призводить до понівеченого результату та невірно обраної стратегії подальшого розвитку компанії. Це ставить під сумнів життєздатність фірми за умов сталого розвитку [5].

Отже, можна дійти невтішного висновку, що термін «конкурентоспроможність» одні вчені ідентифікують із властивістю об’єкта, інші – із засобом досягнення мети, треті – із засобом аналізу. При чому в ряді визначень конкурентоспроможність виступає абсолютною величиною, незалежною від конкурентного середовища.

Висновки до розділу 1

Проаналізувавши та узагальнивши думки про категорію «конкурентоспроможність», на наш погляд, можна виділити основні елементи. Конкурентоспроможність – це властивість об’єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення їм конкретної потреби, конкурентоспроможність товару можна визначити лише за порівнянні товарів конкурентів між собою. Зазначені елементи, у тому взаємозв’язку і взаємозалежності відбивають зміст поняття конкурентоспроможність.

По-перше, існує величезний інтерес до такого явища, без якого не може існувати ринок на сучасному етапі як конкурентоспроможність.

По-друге, немає чіткого обґрунтованого визначення поняття «конкурентоспроможність», що позначається на розвитку теорії конкурентоспроможності. Спостерігається тенденція пошуку універсального поняття, що міг би змінюватися залежно від природи використовуваного явища. Конкурентоспроможність дуже тісно пов’язана з певним суб’єктом господарської діяльності.

Причиною і наслідком конкурентоспроможності підприємства – є конкурентоспроможність товарів (послуг). Наявність конкурентоспроможності товару – неодмінна умова та результат конкурентоспроможності вищого рівня – підприємств, галузі, регіону, всієї країни.

Розробка ефективної конкурентної стратегії для всіх підприємств є важливою необхідністю і має безперечну практичну цінність. Проте, не можна не відмітити складність вибору оптимальної конкурентної стратегії з усього різноманіття стратегій за умов необхідного врахування всіх важливих аспектів. Тому подальшим кроком дослідження має стати розробка моделі ефективного вибору конкурентної стратегії, що враховує цілу низку факторів, дає можливість здійснювати критичний кількісний та якісний аналіз стратегічних альтернатив та передбачає використання оптимального набору інструментів. Це дозволить сформувати дійсно конкурентну стратегію підприємства та забезпечити її успішну практичну реалізацію.

Дослідження показують, що існують різні погляди щодо самої категорії «конкурентоспроможність підприємства». У сучасних умовах дуже важливо проаналізувати причини недостатньої конкурентоспроможності конкретних підприємств та галузей; виявити чинники, які впливають на конкурентоспроможність залежно від ринкової ситуації; розробити систему показників оцінки конкурентоспроможності підприємств різних типів та спеціалізацій; визначити ефективні методи на конкурентоспроможність лише на рівні підприємства; розробити механізм підвищення конкурентоспроможності підприємств на основі підходу, який є більш відповідним та ефективним з точки зору дослідників. У дивовижній країні відсутні типові стандарти, дозволяють визначати конкурентоспроможність підприємства на маркетингової основі [19].

З одного боку, конкурентоспроможність сприймається як наслідок, результат конкурентних процесів підприємницької структури. З іншого боку, конкурентоспроможність розуміється (і саме в цьому сенсі вона і проявляється як здатність) як потенціал, ресурсне забезпечення та основа конкурентних дій. Тобто як рівень забезпеченості ресурсами для майбутнього конкурентного розвитку.

Все ще відсутня єдність у розумінні категорії «конкурентоспроможність», у тому числі «конкурентоспроможності підприємства»; багато методів оцінки конкурентоспроможності не відображають таких основних вимог як системність, динамічний характер, обов’язкова наявність інноваційної складової. Водночас, на рівні промислових підприємств у системах управління питання конкурентоспроможності часто навіть і не ставляться, оскільки у великій кількості випадків ці системи націлені на досягнення фінансових та виробничих результатів.

Все це свідчить про доцільність як з наукової, так і з практичної точок зору, розвитку теорії та методології оцінки конкурентоспроможності підприємства, розробки теоретико-методологічних основ побудови систем забезпечення її підвищення на основі відповідних методів та механізмів.

РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРАТ «ЗАПОРІЗЬКОГО ЗАЛІЗОРУДНОГО КОМБІНАТУ»

2.1. Фінансово-економічна та зовнішньоекономічна характеристика ПрАТ «Запорізького залізорудного комбінату»

На сьогодні «ЗЗРК» – одне з найкрупніших підприємств гірничорудного комплексу України.

На території України є тільки два родовища, які теж видобувають залізну руду. Але за вмістом заліза в ній, вони не можуть складати конкуренцію руді видобутій на території Білозерського родовища «Запорізьким залізорудним комбінатом» [34].

Підприємство кожен рік долучає до співробітництва спеціалістів з багатьох кутків не тільки свого регіону, а й України. Комбінат забезпечує робочими місцями більше ніж 5000 осіб.

Підприємство видобуває близько 5 млн. тонн залізної руди на рік, що виводить його в лідери по всій Україні. Досі розвиваються гірничі роботи з видобутку руди, розвивається будівництво вентиляційного ствола, що в недалекому майбутньому може вивести обсяги видобутку руди до 6 млн. тонн на рік.

«Запорізький залізорудний комбінат» спеціалізується на видобутку залізної руди та поставки її до покупців: на території України – «Запоріжсталь» та за кордоном – «Мінерфін».

Але до відвантаження руди до вантажних потягів, комбінат виконує такі роботи як:

* Ведення гірничопрохідницьких робіт на глибині більше ніж 800 м.;
* Розтин і відпрацювання родовища системами розробки з відбійкой руди;
* Закладка виробленого простору сумішшю що твердіє;
* Відбійка руди;
* Видобута руда перепускається на відкаточні горизонти;
* Руда проходить три стадії дроблення: в підземних умовах (крупне дроблення) і на поверхні (середнє і дрібне);
* Руда надходить в корпус сортування, де її поділяють за сортами;
* Проводиться четверта стадія дроблення кускових руд [7].

Компанiя здiйснює свої фінансово-економічні операцiї в Українi. Полiтична й економiчна ситуацiя в країнi останнi роки нестабiльна. Внаслiдок цього, здiйснення дiяльностi в Українi пов’язане з ризиками, що є нетиповими для iнших країн.

Фiнансовi доходи включають процентний дохiд та прибутки вiд курсових рiзниць по отриманих кредитах. Процентний дохiд визнається по мiрi нарахування у прибутку або збитку з використанням методу ефективного вiдсотка. Фiнансовi витрати включають збитки вiд курсових рiзниць по отриманних кредитах, витрати, пов’язанi з нарахуванням вiдсоткiв по кредитам i позикам, витрати з нарахування вiдсоткiв щодо виплат по пенсiйним зобов’язанням та вивiльнення дисконту на забезпечення пiд вiдновлення шахти.

Таблиця 2.1 – інформація про обсяги виробництва та реалізації основних видів продукції

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Основний вид продукції | Обсяг виробництва | | | Обсяг реалізованої продукції | | |
| у натуральній формі (фізична одиниця виміру) | у грошові формі (тис.грн.) | у відсотках до всієї виробленої продукції | у натуральній формі (фізична одиниця виміру) | у грошові формі (тис.грн.) | у відсотках до всієї реалізованої продукції |
| 1 | Руда залізна | 4564700 тон | 6404886.98 | 99.7 | 4557917 тон | 6513144.00 | 100 |

Звіт про фінансовий стан ЗЗРК за 2020 рік наведено у додатках А-Г [37].

Таблиця 2.2 – основні показники господарської діяльності

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Показники | Один. Вим. | Станом на 2019 | Станом на 2020 |
| 1 | Вартість майна (валюта балансу) | тис. грн. | 4 310 208 | 4 524 987 |
| 2 | Обсяг товарної продукції: | тис. грн. | 2 691 043 | 4 001 663 |
| 3 | Собівартість товарної продукції | тис. грн. | 2 550 849 | 3 654 409 |
| 4 | Рентабельність | % | 8,42% | 19% |
| 5 | Обсяг реалізації | тис. грн. | 3 949 977.80 | 6 017 859 |
| 6 | Затрати на виробництво реалізованої продукції | тис. грн. | 1 889 621 | 2 174 815 |
| 7 | Прибуток (збиток) від реалізації | тис. грн. | 3 518 206 | 6 017 859 |
| 8 | Балансовий прибуток (збиток) | тис. грн. | 1 286 073 | 1 352 919 |
| 9 | Фактична наявність власних обігових коштів (робочий капітал) | тис. грн. | 434 449 | 1 286 073 |
| 10 | Собівартість реалізованої продукції, | тис. грн. | 2 550 849 | 3 654 409 |
| 11 | Виробничі запаси і затрати: | тис. грн. | 775 998 | 559 503 |
| -- | виробничі запаси | тис. грн. | 524 757 | 506 331 |
| -- | незавершене виробництво | тис. грн. | 79 | -- |
| -- | готова продукція | тис. грн. | 250 030 | 52 115 |
| 12 | Дебіторська заборгованість | тис. грн. | 1 224 484 | 2 479 702 |
| -- | по товарах відвантажених, послугах наданих, роботах виконаних | тис. грн. | 862 004 | 1 587 837 |
| -- | не сплачена в строк | тис. грн. | 362 480 | 891 865 |
| 13 | Кредиторська заборгованість | тис. грн. | 1 704 018 | 1 343 375 |
| -- | за товари, роботи, послуги | тис. грн. | 474 586 | 407 498 |
| -- | по бюджету | тис. грн. | 178 076 | 118 107 |
| 14 | Знос основних засобів | % | 69,22% | 67,12% |

Джерело: створено автором на основі [37]

Фiнансовi доходи включають процентний дохiд та прибутки вiд курсових рiзниць по отриманих кредитах. Процентний дохiд визнається по мiрi нарахування у прибутку або збитку з використанням методу ефективного вiдсотка.

Фiнансовi витрати включають збитки вiд курсових рiзниць по отриманих кредитах, витрати, пов’язанi з нарахуванням вiдсоткiв по кредитам i позикам, витрати з нарахування вiдсоткiв по пенсiйним зобов’язанням та забезпечення пiд вiдновлення шахти.

Витрати на позики, якi не вiдносяться безпосередньо до придбання, будiвництва або виробництва активу, що вiдповiдає квалiфiкацiйним критерiям, визнаються у прибутку або збитку з використанням методу ефективного вiдсотка.

Прибутки та збитки вiд курсових рiзниць, що вiдносяться до залишкiв поточної кредиторської заборгованостi за товари, роботи, послуги та дебiторської заборгованостi за продукцiю, товари, роботи, послуги, вiдображаються як iншi операцiйнi доходи або iншi операцiйнi витрати, залежно вiд динамiки курсiв обмiну, що призводить до отримання чистого прибутку або понесення чистого збитку.

Рух основних засобiв за рiк, що закiнчився 31 грудня 2020 р., представлений таким чином: Земля, будинки, споруди та передавальнi пристрої, машини та обладнання, транспортнi засоби, інструменти, прилади, iнвентар (меблi), іншi основнi засоби, незавершенi капiтальнi iнвестицiї. Усього чиста балансова вартiсть:

* На 31 грудня 2020 р. – 6 351 946 гривні;
* На 31 грудня 2019 р. – 5 588 530 гривні.

Станом на 31 грудня 2020 р. та 31 грудня 2019 р., компанiя провела аналiз рiчних змiн основних макроекономiчних iндексiв, цiн на новi основнi засоби, змiн в структурi використання основних засобiв компанiї. Крiм того, проаналiзовано змiни основних вхiдних даних, використаних в попереднiх моделях оцiнки. На пiдставi проведеного аналiзу компанiя дiйшла висновку про те, що станом на 31 грудня 2020 року балансова вартiсть основних засобiв компанiї суттєво не вiдрiзняється вiд їх справедливої вартостi, i переоцiнка як така не потрiбна [37].

На 31 грудня 2020 р. компанiя не передавала в заставу свої основнi засоби для забезпечення банкiвських кредитiв.

Також компанiя має двi лiцензiї (спецiальнi дозволи) на використання надр, виданi Державним комiтетом України з геологiї. Перша лiцензiя була видана 7 вересня 1998 р. i є дiйсною до 8 квiтня 2036 р. Ця лiцензiя дає ПрАТ «ЗЗРК» право видобувати залiзну руду в Пiвденно-Бiлозерському залiзорудному басейнi. Друга лiцензiя була видана 18 грудня 2007 р. i є дiйсною до 18 грудня 2027 р. Ця лiцензiя дає компанiї право видобувати залiзну руду у Переверзiвському залiзорудному басейнi.

Таблиця 2.3 – структура капіталу

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Тип та/або клас акцій | Кількість акцій (шт.) | Номінальна вартість (грн) | Права та обов’язки | Наявність публічної пропозиції та/або допуску до торгів на фондовій біржі в частині включення до біржового реєстру |
| Акції прості іменні | 112236123 | 1 | Акціонери мають переважне право на придбання розміщуваних Товариством Акцій пропорційно частці, належних їм Акцій у загальній кількості Акцій. Акціонери мають переважне право на придбання Акцій, що пропонуються іншими Акціонерами до продажу третій особі, за виключенням випадків відчуження Акцій афілійованим особам Акціонерів. | Публічна пропозиція відсутня, здійснювалося приватне розміщення акцій. Акції товариства не допущені до торгів на жодній фондовій біржі в частині включення до біржового реєстру |
| Примітки | На кінець звітного року власний капітал складався з повністю сплаченого статутного капіталу, капіталу в дооцінках, додаткового капіталу, резервного капіталу та нерозподіленого прибутку. Викупу акцій не було. | | | |

Джерело: створено автором на основі [37]

Зовнішньоекономічна діяльність – діяльність суб’єктів господарскодарської діяльності України та іноземних суб’єктів господарської діяльності, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами.

Згідно Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» одним з видів зовнішньоекономічної діяльності є експорт та імпорт.

Зовнішньоекономічна діяльність є однією з найважливіших сфер діяльності підприємства ПрАТ «Запорізький залізорудний комбінат». Якщо до 1990 року руда «ЗЗРК» надходила на заводи України, Росії, Грузії та Азербайджану, то, починаючи з 1991 року, комбінат став освоювати зарубіжний ринок. Це дало можливість вижити відприємству в складний перехідний період до ринкової економіки. Комбінат почав поставку руди металургам Словаччини, Чехії, Угорщини, Югославії.

Відмінності зовнішньоекономічної діяльності підприємства від внутрішньогосподарської полягають в тому, що зовнішньоекономічна діяльність здійснюється на валютній основі. За рахунок експорту руди підприємство змогло проводити закупівлю високопродуктивної самохідної техніки, гірських машин, обладнання та механізмів зі Швеції, США, Фінляндії, Чехії, Словаччини.

Протягом майже трьох десятків років комбінат продовжує надавати важливого значення взаємовигідній зовнішньоторговельній діяльності.

Підприємство використовує два види зовнішньоторговельних операцій:

* Експортна операція – продаж залізної руди іноземним контрагентам з вивезенням за межі країни.
* Імпортна операція – придбання товару в іноземного контрагента з ввезенням його в країну.

ПрАТ «Запорізький залізорудний комбінат» прагне до зовнішньоторговельної діяльності з різних причин. Так, зокрема, продаж руди за кордоном може виявитися більш вигідною, ніж в своїй країні. Можлива і зворотна ситуація, коли може знадобитися закупівля будь-яких товарів за кордоном з тієї причини, що немає можливості придбати дану продукцію у вітчизняного виробника. Так проявляється потреба в імпорті.

Необхідною передумовою і обов’язковою умовою зовнішньоторговельної діяльності комбінату є виконання цілого ряду операцій, пов’язаних з просуванням товару від продавця до покупця. В ряду цих операцій виділяють такі, як транспортні, транспортно-експедиторські, митні, страхові, а також операції, пов’язані з веденням міжнародних розрахунків. Таким чином, зовнішньоторговельні операції охоплюють широкий комплекс економічного, валютно-фінансового і правового характеру.

Зовнішньоекономічна діяльність ПрАТ «Запорізький залізорудний комбінат» здійснюється на основі контрактів.

Під міжнародною торговою угодою розуміють договір між двома або кількома фірмами, що знаходяться в різних країнах по поставці товару. Договір купівлі-продажу не вважається міжнародним, якщо він укладений між сторонами різної державної приналежності, фірми яких знаходяться на території однієї держави. І в той же час договір визнається міжнародним, якщо він укладений між сторонами однієї державної приналежності, комерційні фірми яких знаходяться на території різних держав.

Таким чином, основною ознакою міжнародної торгівлі є перетин кордону країни-продавця товаром, якщо це матеріальний об’єкт. Також міжнародну угоду характеризує і те, що вона супроводжується платежем в іноземній валюті.

У 2020 році комбінат здійснював реалізацію своєї продукції (залізної руди) на трьох ринках збуту: ринок експортних поставок до країн далекого зарубіжжя, ринок експортних поставок до країн ближнього зарубіжжя, внутрішній український ринок.

Таблиця 2.4. – відгрузка залізної руди за сортами та ринками збуту за 2020 рік

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Напрямок | Відвантаження руди, т | | | |
| БП-2020 | Факт 2020 | Відхилення | |
| +,- | % |
| Внутрішній ринок, всього | 2 295 000 | 2 202 820 | -92 180 | -4,0 |
| Агломераційна А-1 | 2 154 000 | 2 039 659 | -114 341 | -5,3 |
| МК-1 | 141 000 | 163 161 | 22 161 | 15,7 |
| Експорт | 2 405 000 | 2 261 809 | -143 191 | -6,0 |
| Агломераційна А-1, всього | 2 273 000 | 2 146 723 | -126 277 | -5,6 |
| МК-1, всього | 132 000 | 115 086 | -16 914 | -12,8 |
| ВСЬОГО: | 4 700 000 | 4 464 629 | -235 371 | -5,0 |
| Агломераційна А-1 | 4 427 000 | 4 186 382 | -240 618 | -5,4 |
| МК-1 | 273 000 | 278 247 | 5 247 | 1,9 |

Джерело: створено автором на основі [37]

Частка поставок на експорт в далеке зарубіжжя в загальному обсязі реалізованої продукції в 2020 році склала 52,26%, постави руди всередині України склали 47,74%.

ПрАТ «Запорізький залізорудний комбінат» в 2020 році зменшив експорт залізної руди у порівнянні з 2019 роком на 5 261 тонну, реалізацію всередині України – збільшило на 89 711 тонн.

Відвантаження руди на експорт у 2020 році проводилася в Чехію, Словаччину, Австрію, Польщу, Сербію.

Діаграма 2.1. – відгрузка залізної руди сорту Агломераційна А-1, т

Діаграма 2.2 – відгрузка залізної руди сорту МК-1, т

Таблиця 2.5 – основні споживачі продукції підприємства

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Назва | Вид  продукції чи послуг | Частка  в загальному обсязі |
| ВАТ МК «Запоріжсталь» | Залізна руда | 47,66786 |
| ТОВ «Колбі Україна» | Залізна руда | 0,068191 |
| «MINERFIN a.s.» | Залізна руда | 52,26395 |

Таблиця 2.6 – зведені показники відвантаження готової продукції за класами руди і напрямами (тис. грн.)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Споживачі | Агломераційна | МК1 | Всього |
| Внутрішній ринок, в т.ч. | 1 949,0 | 151,1 | 2 100,1 |
| ВАТ МК «Запоріжсталь» | 1 949,0 | 148,1 | 2 097,1 |
| ТОВ «Колбі Україна» | - | 3,0 | 3,0 |
| Експорт, в т.ч. | 2 176,1 | 123,2 | 2 299,3 |
| «MINERFIN a.s.» | 2 176,1 | 1232 | 2 299,3 |
| Всього | 4 125,1 | 274,3 | 4 399,4 |

Джерело: створено автором на основі [37]

Також, окрім експорту продукції, до підприємства протягом року надходили інвестиції від іноземних компаній у вигляді запчастин та обладнання. Загалом було поставлено обладнання на суму більше ніж 150 мільйонів гривень.

Таблиця 2.7 – поставлені та оформлені імпортні товари у 2020 році

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Поставленні та оформлені імпортні товари у 2020 році | | | | | Мито | ПДВ |
| № | Наименування товару | Імпортер | Сума раст. У валюті. | Сумма раст. Грн. |
|
| 1 | Multimec SF60 | «Minerfin a.s» | 115 180,00 | 3 723 085,12 | 234 554,36 | 791 697,66 |
| 3 | Бульдозер LIEBHER | «Minerfin a.s» | 198 975,00 | 6 191 760,36 | 0,00 | 1 238 352,07 |
| 4 | Бур.уст. Sandvik DD311 | «Minerfin a.s» | 234 544,04 | 7 553 099,59 | 0,00 | 1 510 619,92 |
| 5 | Бурова установка Simba | «Minerfin a.s» | 277 483,81 | 8 675 449,19 | 612,35 | 1 735 212,31 |
| 6 | Буровой инструмент | «Minerfin a.s» | 404 311,09 | 13 319 070,86 | 82 716,72 | 2 680 357,52 |
| 7 | Воздуховоды | «Minerfin a.s» | 51 899,95 | 1 593 146,59 | 79 657,33 | 334 560,79 |
| 8 | Главный вал дробилки | «Minerfin a.s» | 82 550,09 | 2 568 219,66 | 128 410,99 | 539 326,13 |
| 10 | Дизельный двигатель | «Minerfin a.s» | 19 240,00 | 615 150,00 | 0,00 | 123 030,00 |
| 11 | Запчасти дробилок | «Minerfin a.s» | 41 298,04 | 1 305 409,70 | 730,15 | 261 099,93 |

Продовження таблиці 2.7

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 12 | Запчасти к бур. Машинам | «Minerfin a.s» | 1 835 867,14 | 59 224 884,29 | 1 563 123,10 | 12 157 571,44 |
| 13 | Запчасти к грохоту | «Minerfin a.s» | 25 713,25 | 829 502,84 | 27 077,24 | 171 316,02 |
| 14 | Запчасти к дробилкам | «Minerfin a.s» | 127 908,59 | 4 071 262,29 | 101 707,65 | 834 594,01 |
| 19 | Компрессора | «Minerfin a.s» | 22 480,64 | 738 443,50 | 14 768,87 | 150 642,48 |
| 20 | Лист ХАРДОКС | «Minerfin a.s» | 17 856,00 | 616 239,22 | 0,00 | 123 247,85 |
| 21 | Машина «Spraymec MF050» | «Minerfin a.s» | 241 020,00 | 7 627 284,22 | 236 445,81 | 1 572 746,01 |
| 22 | ПДМ EST 3,5 | «Minerfin a.s» | 206 249,16 | 6 656 163,23 | 0,00 | 1 331 232,65 |
| 23 | ПДМ Sandvik | «Minerfin a.s» | 492 923,06 | 17 176 965,95 | 831,81 | 3 435 559,55 |
| 24 | Рельсы | «Minerfin a.s» | 374 622,76 | 11 988 501,07 | 612,47 | 2 397 701,22 |
| 27 | Станок | «Sir Meccanica» | 20 625,90 | 629 860,85 | 6 763,05 | 127 324,79 |
| 28 | Тр. Лента | «Lentimex s.r.o.» | 26 626,95 | 844 101,08 | 0,00 | 168 820,22 |
|  | Итого |  | 4902901,46 | 158764282,60 | 2509816,73 | 32254710,10 |

Джерело: створено автором на основі [37]

Також підприємства, які є споживачами продукції «ЗЗРК», є основними постачальниками обладнання та запчастин. До цих компаній додаються ще «Lenttimex» та «НИЛОС». Частка поставок на імпорт за 2020 році з компанії «Minerfin a.s.», яка постачала техніку для виконання різноманітних гірничих робіт та запчастини, скаладала 96,3%. З компанії «Lenttimex» - скалада 2,7%. Та частка поставки з компанії «НИЛОС» складала 1%.

Компанія «Minerfin a.s.» - головний імпортер на ПрАТ «Запорізький залізорудний комбінат». Він поставляє товару більше ніж 100 мільонів гривень кожного року

Таблиця 2.8 – відомості про основних постачальників та споживачів продукції

|  |  |
| --- | --- |
| Назва постачальника | Вид продукції чи послуг |
| ПАТ «Запорізький металургійний комбінат «Запоріжсталь» (Україна) | металопрокат, сипучі |
| «Minerfin a.s.», «Lenttimex» та «НИЛОС» | обладнання, запчастини |

Джерело: створено автором на основі [37]

Підприємство ПрАТ «Запорізький залізорудний комбінат» використовує для експорту продукції лише залізничний транспорт, а для імпорту тільки автомобільний. Тобто підприємство використовує пряме транспортне забезпечення.

При використанні транспортного забезпечення ЗЕД ПрАТ «ЗЗРК» застосовує дві базові умови поставки Інкотермс. А саме FCA та DAP.

FCA означає, що продавець здійснює передачу товару перевізнику або іншій особі, номінованій покупцем, у своїх  приміщеннях або в іншому обумовленому місці. Продавець сплачує перевезення до зазначеного місця [12].

DAP – продавець сплачує перевезення до зазначеного місця, за винятком витрат, пов’язаних з оформленням імпорту, і приймає на себе всі ризики до того моменту, коли товар буде готовий до вивантаження покупцем [12].

2.2 Обґрунтування цілей та стратегії діяльності «ПрАТ Запорізького залізорудного комбінату» в умовах сталого розвитку

Як і будь-яке інше підприємство, ПрАТ «ЗЗРК» має короткострокові цілі (місяць, квартал, рік) та довгострокові (кілька років).

До короткострокових цілей підприємство «ЗЗРК» відносить виконання контракту та бізнес-плану.

До довгострокових цілей відносять розробки нових родовищ та зниження собівартості продукції. Для зниження собівартості підприємство шукає більш дешеві матеріали, але не менш високої якості виробничу техніку.

На сьогоднішній день ПрАТ «ЗЗРК», для виконання своєї довгострокової цілі, веде розробку родовищ згідно з проектом «Реконструкція «ЗЗРК». Розкриття та відпрацювання Південно-Білозерського родовища до гор.1540м та Переверзівського родовища до гор.840м». в поточному році планується розпочати проектування схеми подальшого розкриття родовищ.

За результатами спільної роботи фахівців комбінату з іноземною компанією визначені дві найбільш перспективні технології розкриття нижчезалягаючих горизонтів ПрАТ «ЗЗРК», на підставі яких були сформовані плани сталого розвитку комбінату. Ці сценарії передбачають впровадження нових технологій розробки родовищ, збільшення продуктивності праці і, як наслідок, нарощування обсягів видобутку, в тому числі за рахунок розробки Переверзівського родовища.

Найбільш оптимальний план сталого розвитку «Запорізького залізорудного комбінату» полягає в будівництві центрального ствола. На данний момент виконується опрацювання обраного плану сталого розвитку щодо визначення найбільш раціональних обсягів видобутку, з огляду на об’єм інвестицій, максимальну продуктивність, собівартість готової продукції.

До рівнів виконання основних завдань та функцій підрозділом експортного контролю підприємства належать:

* + - Порядок підготовки та передачі до підрозділів підприємства керівництв, вказівок та інструкцій щодо виконання конкретними підрозділами вимог експортного контролю.
    - Порядок визначення характеру операцій, пов’язаних з міжнародними передачами товарів, які здійснюють підрозділи підприємства, та отримання в Держекспортконтролі України потрібних для їх виконання дозвільних документів.
    - Підготовка, подання (отримання) документів про гарантії відносно товарів, що підлягають державному експортному контролю, а також товарів, щодо яких можуть бути застосовані процедури державного експортного контролю.
    - Порядок забезпечення правил експортного контролю по товарах та країнах:
    - Ідентифікація товарів, міжнародні передачі яких планує здійснити підприємство.
    - Контроль за використанням отриманих дозвільних документів.
    - Система перевірки кінцевого використання товарів, замовників та споживачів товару.
    - Внутрішні програми підприємства щодо перевірок (ревізій) дотримання встановленого порядку здійснення міжнародних передач товарів.

Для того, щоб підприємство ПрАТ «ЗЗРК» мало змогу підготуватися як до позитивних, так і до негативних тенденцій, максимізувати та мінімізувати збитки, використовуються методи довгострокового планування і прогнозування.

На Запорізькому залізорудному комбінаті використовують такі методи як: метод прогнозування та метод «Делфі».

Метод прогнозування – це сукупність способів і прийомів мислення, що дозволяють на основі аналізу ретроспективних, зовнішніх і внутрішніх щодо підприємства даних, а також можливих їх змін у досліджуваному періоді часу вивести судження певної вірогідності стосовно майбутнього сталого розвитку підприємства.

Суть методу «Делфі» полягає у виявлені переважного судження компетентних фахівців з приводу певного питання, яке включає прями дебати між собою, але дає змогу переглядати власні рішення із врахуванням запитань і відповідей колег. Особливість цього методу полягає в тому, що він передбачає анонімність експертів. Процес прогнозування за цим методом виконують у такий спосіб, що фахівець, який проводить прогнозування, використовуючи анкети попереднього туру, вилучає з них лише ту інформацію, яка стосується певної проблеми [11].

Стратегія підприємства – це процес формування генерального перспективного напрямку сталого розвитку підприємства на основі визначення якісно нових цілей, узгодження внутрішніх можливостей підприємства з умовами зовнішнього середовища та розробка комплексу заходів, які забезпечують їх досягнення.

На ПрАТ «ЗЗРК» стратегія розраховується на період 30 років, та включає в себе такі напрями:

* Загальна – розробка родовищ, видобуток залізної руди, підготовка (подрібнення та сортування) руди для відправки готової продукції;
* Товарна – підтримка необхідного відсотку заліза та вологи в руді, а також необхідної фракції;
* Технологічна – направлена на заміну існуючого малоефективного та застарілого обладнання на більш ефективне із застосуванням останніх досягнень в наукових розробок в гірничій справі;
* Збутова – відсутня, так як немає необхідності шукати місця збуту;
* Кадрова – комбінатом проводяться різнопланові дії (як організаційні так і інвестиційні) для розвитку прилеглих територій (комбінат) з метою зберегти трудові кадри на підприємстві, так як більшість підлітків від’їжджають до інших міст/країн та не залишаються в маленькому містечку Дніпрорудне, безпосередньо біля якого знаходиться підприємство «Запорізький залізорудний комбінат».

2.3 Аналіз конкурентоздатності продукції ПрАТ «Запорізького залізорудного комбінату»

Як вже згадувалось раніше, «Запорізький залізорудний комбінат» один із найкрупніших підприємств гірничорудного комплексу України. Там видобувається найякісніша залізна руда в Україні.

Ніхто не може скласти конкуренцію ПрАТ «ЗЗРК», так як за фізичними та хімічними властивостями не має рівних як на територіях нашої країни і країн СНД, так і на родовищах усього нашого материку.

Таблиця 2.9 – вміст заліза по найкрупнішим родовищам України, %

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Білозерзьке залізорудне родовище | Криворізький залізорудний басейн | Кременчуцький залізорудний басейн |
| % заліза | 61,1 | 38 | 28 |

Діаграма 2.3 – вміст заліза по найкрупнішим родовищам України, %

Якщо дивитися по зовнішньому ринку, то підприємству ПрАТ «ЗЗРК» конкуренцію можуть скласти тільки два підприємства: компанія «Vale», яка знаходиться на території Бразилії, та австралийско-британский концерн Rio Tinto, місце видобутку руди цього концерну знаходиться в Австралії.

Таблиця 2.10 – вміст заліза по найкрупнішим родовищам світу, %

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | ПрАТ «ЗЗРК» | Компанія «Vale» | Rio Tinto Group |
| % заліза | 61,1 | 70,7 | 62 |

Діаграма 2.4 – вміст заліза по найкрупнішим родовищам світу, %

На підприємстві ПрАТ «ЗЗРК» використовується метод «сертифікат відповідності». Мета цього методу – надання споживачеві інформації про стандарти, охоплені сертифікатом. Метод використовується для вказівки відповідності стандартам на продукцію або стандартам на конкретні властивості. Сертифікати відповідності можуть ставитися до всіх вимог стандарту, а також до його конкретних розділів або характеристик.

* Відбирання і готування проб для хімічного та фізичного аналізування проводять згідно з ДСТУ 3195, ДСТУ 3196.
* Показники якості визначають:
  1. Масову частку заліза загального;
  2. Гранулометричний склад;
  3. Масову частку вологи [40].

Аналіз якості залізної руди на експорт визначає хімічна лабораторія. Вони вимірюють рівень заліза, вологи та нерозчинного залишку в складі залізної руди.

Ці показники значно впливають на рівень ціни при продажі.

Таблиця 2.11 – фактори та відсотки аналізу якості залізної руди

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Масова частка заліза,% | Масова частка нерозчинного залишку, % | Масова частка вологи, % | Масова частка контрольного класу, % |
| 60,75 | 9,07 | 4,43 | 90,11 |

Джерело: створено автором на основі [23]

Після проведення сертифікації та аналізу якості продукції ПрАТ «ЗЗРК» залізної руди, розраховується ціна для продажу закордонним металургійним підприємствам.

«Запорізький залізорудний комбінат» розраховує ціну на залізну руду за формулою:

Формула 2.1 – розрахунок ціни залізної руди на ЗЗРК

Де Fe – це вміст заліза в руді прописаний в контракті.

Р – ціна тони руди, яка прописана в контракті [23].

Таблиця 2.12. Інформація про собівартість реалізованої продукції

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № з/п | Склад витрат | Відсоток від загальної собівартості реалізованої продукції (у відсотках) |
| 1 | 2 | 3 |
| 1 | Матеріальні затрати | 32.80 |
| 2 | Витрати на оплату праці | 29.50 |
| 3 | Відрахування на соціальні заходи | 4.90 |
| 4 | амортизація | 12.70 |
| 5 | Інші витрати | 20.10 |

Джерело: створено автором на основі [37]

Поставка товару до покупця здійснюється на умовах Інкотермс, які прописані в договорі купівлі-продажу. Прикладом таких умов для продавця і покупця є:

* Проданий товар поставляється на умовах FCA до станції Дніпрорудне щомісячно майже рівними партіями.
* Постачальник проводить всі необхідні митні процедури для поставки товару до прикордонних переходів.
* Покупець повинен сповістити постачальника відгрузні інструкції за 25 календарних днів до початку поставки товару.
* Постачальник протягом 3-х суток сповіщає покупця по телефону або факсу о кількості відвантаженого товару [23].

Також договір купівлі-продажу передбачає способи забезпечення виконання зовнішньоторговельного контракту. В такому договорі прописані деякі умови відповідальності сторін.

Наприклад:

* У випадку прострочення платежів за відвантажений товар та відшкодування витрат у зв’язку з відправкою товару по залізничним шляхам, покупець сплачує постачальнику пеню у розмірі 0,1% простроченого платежу за кожен день прострочки.
* У випадку заяви покупцем місячних об’ємів поставки руди планованого місяця менше, ніж передбачено, відмова від поставок руди протягом місяця поставки, покупець сплачує штраф у розмірі 8,0% від вартості недозаявленого об’єму.
* У випадку невиконання за виною постачальника місячних об’ємів поставки руди, постачальник виплачує штраф у розмірі 8,0% від вартості невиконаного об’єму.

У випадку порушення постачальником умов зберігання грузу, він виплачує покупцю збитки, пов’язані з простоєм рухомого складу вагонів (плату за зберігання грузу за ставками тарифного керівництва, плату за використання вагонів за ставками власників вагонів (Укрзалізниця)), а також штраф за кожен вагон [23].

Після виконання поставки товару до клієнта підприємства ПрАТ «ЗЗРК» очікує на надходження грошей від покупця (дохід).

Дохiд оцiнюється на основi винагороди, що очiкується за контрактом з клiєнтом. Компанiя визнає дохiд, коли передає контроль над продукцiєю або послугою клiєнту.

Компанiя реалiзує товари за контрактами з рiзними умовами їх доставки та умовами передачi ризикiв та винагороди.

Момент передачi ризикiв та винагород залежить вiд конкретних умов договорiв купiвлi-продажу. Як правило, передача вiдбувається при вiдвантаженнi продукцiї перевiзниковi на умовах постачання FCA. [12]

Компанiя визнає продаж товарiв, коли клiєнт отримує над ними контроль. Ознаки того, чи був переданий контроль, оцiнюються керiвним персоналом для кожного контракту, та включають такi ознаки щодо клiєнта:

* має поточне зобов'язання здiйснити оплату;
* фiзично володiє;
* має юридичне право;
* прийняв ризики та вигоди вiд володiння; а також
* прийняв актив.

Для контрактiв, якi дозволяють клiєнту повернути товар, виручка визнається якщо iснує дуже велика ймовiрнiсть того, що не вiдбудеться суттєвого сторнування суми сукупного доходу. Тому, визнана виручка коригується на суми очiкуваних повернень, що оцiнюються на основi iсторичних даних для конкретного типу товарiв.

У ходi бiльшостi своїх операцiй з продажiв товарiв Компанiя передає контроль та визнає реалiзацiю у момент, коли товари було передано у розпорядження покупцевi у визначеному мiсцi, пiсля чого покупець несе всi витрати та ризики, пов’язанi з цими товарами. Вiдповiдна доставка та завантаження здiйснюються до того, як контроль над товаром був переданий покупцю, i не визнається окремого обов’язку щодо виконання зобов’язань, пов’язаних iз транспортуванням та завантаженням.

Наразі Україна входить до Топ-10 найбільших видобувних країн, за обсягами видобутку гірничорудних копалин. Та посідає 7 місце в світі за видобутком залізної руди: 39 мільйонів тон (2,6% світового виробництва).

Таблиця 2.13 – тенденції сталого розвитку гірничодобувної галузі в Україні

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Україна | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | Відношення 16/20 | Відношення 19/20 |
| Залізна руда | 42,8 млн.т | 40,2 млн.т | 38,7 млн.т | 38,7 млн.т | 40,4 млн.т | -5,53 % | 4,39 % |

Джерело: створено автором на основі [33]

Висновки до розділу 2

ПрАТ «Запорізький залізорудний комбінат» - велике підприємство, яке має вихід на міжнародний ринок, самостійний баланс, розрахункові та інші рахунки в банках, печатки із своїм повним найменуванням, фірмові бланки, штампи та інші реквізити, затверджені в установленому порядку. Предметом діяльності підприємства є видобуток та реалізація залізної руди на території України та за кордон.

Показники рентабельності та фінансового стану аналізованого підприємства свідчать про фінансову стійкість підприємства та покращення його стану. Підприємство є прибутковим та не залежить від зовнішніх позикових джерел.

ПрАТ «Запорізький залізорудний комбінат» має всі можливості ще більшого сталого розвитку свого підприємства на зовнішньому ринку. Якість видобувної продукції не має конкурентів на материку, та навіть у всій північній півкулі. Конкурентами вважаються лише два підприємства з Бразилії та Австралії. Саме тому, можна розвивати напрямки збуту не лише до перевірених покупців, а ще й домовлятися з іншими шляхом переговорів та підписання контракту.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРАТ «ЗАПОРІЗЬКОГО ЗАЛІЗОРУДНОГО КОМБІНАТУ» В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

3.1 Стратегічні вектори покращення міжнародної конкурентоспроможності ПрАТ «Запорізького залізорудного комбінату»

Міжнародна конкурентоспроможність – це здатність підприємств ефективно функціонувати на зовнішньому ринку.

Стратегічний аналіз – це виявлення позитивних і негативних факторів, які можуть вплинути на формування та розвиток елементів потенціалу підприємства у конкурентному середовищі.

Стратегічний підхід до оцінки конкурентоспроможності гірничовидобувних підприємств, передбачає можливість створення дієвої стратегії з орієнтацією його на розширення ринків збуту за кордоном, оцінки та підвищення ефективності конкурентного потенціалу компанії [4].

Для підприємств важливим є визначення механізмів її підтримки на різних стадіях економічного розвитку, так як це нерозривно пов’язане з рядом проблем стосовно їхнього формування в умовах стратегічного зближення на етапі прискорення інтеграційних процесів. Тобто, обираючи стратегію підприємства, необхідно пов’язувати економічний розвиток із стратегічним типом підприємства. Отже, стратегія формує принципи та правила за якими буде діяти підприємство, а це визначає напрям сталого розвитку [9].

Результати економіки на підприємстві після використання стратегій повинні досягти високих рівнів ефективності виробництва та бізнеса в цілому, кращих рівнів екологічної політики підприємства та ресурсозбереження. Саме тому правильно обрана стратегія є запорукою тривалого успіху будь-якого підприємства, також вона буде виступати засобом забезпечення його конкурентоспроможності та конкурентостійкості. Для цього стратегія повинна бути наповнена різними та детальними складовими, яка демонструє її місце в структурі стратегічного набору підприємства та системі забезпечення його конкурентоспроможності, доступна і зрозуміла методика формування та і, нарешті, відбір серед них найбільш придатних альтернатив для реалізації у складі збалансованої стратегії [46].

Аналізуючи експорт залізорудної продукції за початок 2021 року, можна звернути увагу, що він знизився на 3% в порівнянні з 2020 роком. Натомість виручка навпаки зросла в 2,1 разів00 до 3,9 млрд. дол., причиною цьому явищу стала світова кон’юнктура. Так, до прикладу, на Qingdao CFR із вмістом 62% заліза у Китаї у першому кварталі 2021 року зросла на 36% і становила 215 дол. За тону, а у 2020 році на 74% і мала вартість 159 дол. За тону.

Так через зниження попиту у Китаї експорт української сировини знизився у першому кварталі 2021 року на 31% і становив 9,7 млн. тон, але через високі ціни виручка українських експортерів зросла на 55%.

Падіння вантажопотоку призвело до зниження портової перевалки ЗРС у порту «Південний» на 16% – до 13,3 млн тон. Відзначимо, на цю гавань припадає понад 90% експорту української залізорудної продукції.

Водночас відновлення попиту на сировину з боку європейських металургів сприяло стабілізації перевалки залізорудної сировини в порту Ізмаїла. За підсумками першого півріччя цей показник скоротився на 1,6% – до 1,2 млн тон порівнюючи із минулим роком відвантаження залізорудної продукції на експорт через Ізмаїл обвалилося на 27%. Ізмаїл є ключовою точкою перевалки залізорудної продукції споживачам в Австрію, які наростили імпорт української сировини у першому півріччі на 33% – до 1,7 млн тон.

Для інших європейських споживачів пріоритетним шляхом доставки сировини є залізничним транспорт. Зокрема, Ferrexpo в січні-червні 2021 року наростила залізничні відправки продукції в бік Євросоюзу на 69,1% – до 1,9 млн тон. Найбільшим європейським споживачем вітчизняної залізорудної продукції у першій половині року стала Чехія. Вона наростила імпорт руди з України на 36% – до 2,6 млн тон.

Серед основних проблем, що впливають на міжнародну торгівлю залізорудною продукцією ПрАТ «Запорізького Залізорудного комбінату» є також внутрішні та зовнішні фактори. Зовнішніми стосовно підприємства є ті фактори, на які воно не може впливати або цей вплив може бути незначним. Зовнішні фактори поділяються на міжнародні, національні та ринкові.

До внутрішніх факторів належать: масштаби зовнішньоекономічної діяльності – кількість одиниць, що беруть участь у міжнародному бізнесі; витрати на виробництво та реалізацію продукції за кордоном; рівень технологічної складності продукції та її відповідність міжнародним стандартам – чим складніше використовувана технологія, й чим більше вона відповідає міжнародним стандартам, тим більша ймовірність, що продукція буде реалізована за кордоном; наявність досвіду зовнішньоекономічної діяльності, тобто виробничих, управлінських, організаційних передумов ведення міжнародного бізнесу; контроль над прийняттям та імплементацією рішень щодо здійснення процедур у сфері зовнішньоекономічної діяльності; робота митної служби в напрямі підвищення ефективності роботи митних органів та рівня оптимізації процедур проходження товарів через митний контроль; кваліфікований склад керівництва і персоналу, частка ринку, інноваційна діяльність, тривалість виробничого циклу, рівень виробничих запасів, структура балансу, платоспроможність, ліквідність, співвідношення власних і залучених засобів, вартість капіталу, структура майна, інвестиційна привабливість, дохід на акцію, рівень прибутковості, рентабельності [42].

До зовнішніх ризиків можна віднести: економічну свободу; конкуренцію – внаслідок її існування компанії вимушені розробляти та реалізовувати стратегію прискореного розширення закордонних операцій, вдосконалення процедур укладення угод з іншими фірмами тощо; присутність у державі – потребує перегляду форм і методів комунікацій з іноземним партнером, якщо компанія має представництво в тій чи іншій країні; ризики – пов’язані з можливістю політичних або економічних змін, що можуть зменшити рівень захищеності компанії та можливості одержання нею прибутків [42].

Таблиця 3.1 – Основні стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства

|  |  |
| --- | --- |
| Стратегія | Основні положення |
| Стратегія лідерства на основі малих витрат | Прагнення створити стійкі цінові переваги перед конкурентами і стати постачальником дешевих товарів. Широке коло клієнтів. Використанню цієї стратегії перешкоджають наступні фактори, такі як інфляція, недосконалий закон та проблеми з постачанням сировини. |
| Стратегія розподілу | Прагнення зробити свою продукцію унікальною, щоб вона вигідно відрізнялася від продукції конкурентів і при цьому ставала привабливішою. |
| Стратегія концентрації на ринковій ніші | Стратегія відрізняється тим, що фокусується на вузькому сегменті ринку. Цільова ніша ринку може визначатися конкретними потребами чи регіональними характеристиками, що випливають із конкретних характеристик привабливих товарів. |
| Стратегія найвигіднішої вартості | Орієнтована на те, щоби надати споживачам більше реальної ціни товару. Щоб стати виробником найвигіднішої вартості, компанія має забезпечувати високу якість. |
| Стратегія фокусування | Як правило, його використовують невеликі фірми, що знаходять свою нішу. Причина обрати таку стратегію нестача ресурсів, або посилення бар’єрів для входу в цей ринок. Рекомендується використовувати в компаніях в невеликих містах. |
| Стратегія інновації | Це може дати компанії конкурентну перевагу в отриманні монополії, досягнення надвисокого прибутку та швидкого економічного зростання. Ця стратегія є типовою для великих компаній. |
| Стратегія швидкого реагування | Компанії, що реалізують стратегію, яка негайно реагує на потреби ринку, стають цільовими. Основний принцип поведінки – відбір та виконання проектів. Вигідно у поточних ринкових умовах. |

Джерело: створено автором на основі [44]

Підприємству ПрАТ «Запорізький залізорудний комбінат» потрібно сфокусуватися на такій стратегії покращення міжнародної конкурентоспроможності як стратегія концентрації на ринковій ніші.

Комбінат з самого початку своєї роботи виробляв лише залізну руду. Завдяки цьому підприємству почало будівництво маленьке містечко для працівників цього підприємства.

ПрАТ «Запорізький залізорудний комбінат» сконцентрувався на гірничодобувній промисловості завдяки розташованим поруч таким підприємствам як «Запоріжсталь», а також безліч заводів, які знаходились на території Донбасу. В свою чергу ПрАТ «ЗЗРК» активно розвивав шляхи експорту своєї продукції за кордон (в країни такі як Словаччина).

Сьогодні підприємство вирішує дуже складні питання щодо свого виробництва та розширення ринку збуту задля охоплення нових споживачів та витіснення конкурентів зі своєї ніші гірничорудної промисловості.

Масштабні структурні зміни як у зовнішньому середовищі, так і у внутрішній операційній системі ставлять під сумнів успішний розвиток галузі в майбутньому.

Зокрема, екстремальні погодні явища, що погіршали, – одне з таких масштабних структурних змін. Підприємства гірничодобувної промисловості займаються розвідкою родовищ, видобутком та продажем вуглецевмісної сировини (вугілля), отже на їхню частку припадає значний обсяг викидів CO2 при переробці руди та металообробці.

З цієї причини гірничодобувна промисловість загалом активно залучена до полеміки на тему змін клімату. Проте дії компаній «першого ешелону» різняться: деякі прийняли стратегії у сфері протидії зміні клімату, інші досить байдужі до цієї тематики [47].

Щодо підприємства ПрАТ «ЗЗРК», вони піклуються про екологічне становище, та спостерігають за раціональним використанням води, управлінням відходами, викидами парникових газів та споживанням енергії.

Водопостачання проммайданчику здійснюється Комунальним підприємством «Облводоканал» Запорізької обласної ради (КП «Облводоканал» ЗОР) і артезіанської свердловини № 400 ПрАТ «ЗЗРК». У 2020р. з підземних виробок ПрАТ «ЗЗРК» шахтним водовідливом відкачано 17 млн. 072,5 тис. м3 зворотних шахтних вод. Частина відкачаної зворотної шахтної води (478,7 тис. м3, близько 2,8%) використана для приготування закладної суміші цехом закладки виробленого простору в шахті. В ізольований ставок-випаровувач ПрАТ «ЗЗРК» в Утлюцькому лимані за 2020р. було відведено 16 млн. 593,8 тис. м3 зворотних шахтних вод.

На ПрАТ «ЗЗРК» в 2020 році діяли нормативи гранично-допустимого скиду (ГДС):

- слабо мінералізованих зворотних шахтних вод в р. Велика Білозерка;

- зворотних вод від опріснювальної установки водозабірної свердловини № 1031-В бази відпочинку «Гірник» ПрАТ «ЗЗРК» в Утлюцький лиман Азовського моря.

Зі свердловини № 1031-У було видобуто і надійшло на опріснення 13,6 тис. м3 води. Після опріснювальної установки на господарсько-питні потреби використано 5,3 тис. м3, а 8,3 тис. м3 нормативно чистих зворотних вод відведено в Утлюцький лиман Азовського моря.

Стічні води проммайданчику відводяться на поля фільтрації власних очисних споруд ПрАТ «ЗЗРК». Після очищення стічні води у відкриту водойму не скидаються, а дренують і випаровуються в дренажному відвідному каналі довжиною 13,5 км. За 2020р. на поля фільтрації було відведено 276,2 тис. м3 стічних вод.

У 2020 р. ПрАТ «ЗЗРК» здійснив викиди парникових газів в такій кількості:

* + метан – 0,090 т
  + азотна кислота – 0,001 т
  + аміак – 0,362 т
  + оксид і діоксид азоту в перерахунку на діоксид азоту (NO2) – 11,057 т

Сумарно, викиди сполуки азоту склали 11,420 т, а всього по Товариству викиди парникових газів (без урахування діоксиду вуглецю) становлять11,873 т.

Таким чином, загальна кількість викидів парникових газів склала по Товариству 3 801,115 т.

Основним джерелом виділення парникових газів є котельня проммайданчику.

Основні обсяги капіталовкладень направляються в сегменти видобутку міді та металів, що використовуються при виробництві акумуляторів, які тільки виграють від зміни структури енергетичного балансу при переході від використання машин із двигуном внутрішнього згоряння до електромобілів, у тому числі працюючим на електроенергії, виробленій із відновлюваних джерел енергії. Однак, оскільки частка вугілля у світовому виробництві електроенергії становить 38%, він залишається важливою складовою інвестиційного кошика, продовжуючи отримувати значні капіталовкладення та підтримувати інтерес до угод у цьому сегменті.

Крім того, гірничодобувні компанії приводять свій операційний портфель у відповідність до довгострокових стратегій за рахунок продажу непрофільних активів та оптимізації портфелів проектів.

Таким чином, для компаній-покупців, як і раніше, ключовим фактором при прийнятті рішень про купівлю залишається відповідність довгостроковій стратегії. При цьому в майбутньому ми також зможемо побачити угоди з метою покращення ефективності та продуктивності поточної операційної діяльності.

Робимо висновок, що підприємство ПрАТ «ЗЗРК» повноцінно може використовувати стратегію концентрації на ринковій ніші і, як бачимо за їх працьовитістю та наполегливістю, вони дуже добре справляться з поставленим завданням. Продукція яка виробляється за якісними показниками в рази перевершує своїх конкурентів. Тобто регіональні умови сприяли обрати саме цю стратегію для сталого розвитку гірничодобувного підприємства на території нашого комбінату.

3.2 Формування програми збуту на зовнішні ринки з урахуванням конкурентних переваг

Формування збуту – це короткострокові заходи спонукального характеру, спрямовані на покупців і учасників напрямку збуту, з метою формування зацікавленості в покупці або продажу товарів і послуг.

Основне завдання плану збуту – розробка та обґрунтування реальної програми збуту, яка охоплює найбільш суттєві аспекти ринку: ціноутворення, заходи щодо сприяння збуту, систему розподілу та постачання продукції, просування товарів на ринку та ін. Постійне дослідження ринку необхідно проводити за допомогою маркетингу.

Маркетинг – це діяльність, що ставить за мету отримання прибутку з допомогою задоволення потреб покупців. Словом, професійний маркетолог повинен розуміти, як перетворити потреби людей чи організацій у послугах та товарах на споживчий попит.

«Запорізький залізорудний комбінат» побудований за проектним завданням, виконаним інститутом «УкрНІІпроект» та затвердженим постановою Ради Міністерства УРСР №580 від 21 квітня 1961 року на базі запасів багатих залізних руд Південно-Білозерського родовища. Товароиство здано в експлуатацію в 1970 році.

Сьогодні, ПрАТ «ЗЗРК» працює за проектом «Реконструкція Запорізького залізорудного комбінату (спільне відпрацювання Південно-Білозерського та Переверзівського родовищ)», виконаним інститутом «УкрНІІпроект» і затвердженим наказом Міністерства чорної металургії СРСР №1153 від 18.12.87 року. Проект рекомендований до затвердження Черметекспертизою СРСР, висновок №156/24 від 17.12.87 року.

Ведення гірничопрохідницьких робіт нижче гор.840м Південно-Білозерського родовища і Переверзівського родовища в поверсі 301-640м здійснюється за проектом інституту «УкрНІІпроект» «Реконструкція Запорізького залізорудного комбінату. Розкриття і відпрацювання Південно-Білозерського родовища до гор.1540м і Переверзівського родовища до гор.840м» [34].

Родовища відпрацьовуються підповерхово-камерною та поверхово-камерною системами розробки з відбійкою руди глибокими свердловинами і наступною закладкою виробленого простору твердіючою сумішшю.

Системи розробки прийняті за рекомендаціями ГНІГРІ («Типові паспорта систем розробки з твердіючою закладкою для ПрАТ «ЗЗРК»», розроблені та затверджені 25.06.2008 р.) та («Тимчасові типові паспорти систем розробки з твердіючою закладкою для відпрацювання камер Переверзівського родовища ПрАТ «ЗЗРК», затверджені 23.06. 2010р.).

Середні розрахункові параметри для камер Південно-Білозерського родовища: висота – 100м; середня ширина – 30м; середня довжина – 40м.

Середні розрахункові параметри для камер Переверзівського родовища: висота – 65м; середня ширина – 15м; середня довжина – 50м.

Підготовка рудних тіл Південно-Білозерського і Переверзівського родовищ до відпрацювання здійснюється поверховими і підповерховими горизонтами. Перші виконують функції відкаточних горизонтів; другі служать, в основному, для оббурювання рудного масиву.

Відбійка руди в камері підповерхова, вертикальними шарами в одній площині або з випередженням верхніми підповерхами, проводиться на попередньо оброблену вертикальну відрізну щілину, розташовану поперек або уздовж камери.

Руда, видобута на верхніх горизонтах, за системою рудоспусків перепускається на концентраційні та відкаточні горизонти 640м, 740м, 840м, 940м, а потім електровозною відкаткою транспортується до вантажних стовбурів №1 та №2 та видається на поверхню. Вся руда проходить три стадії дроблення: в підземних умовах за допомогою щокових дробарок (крупне дроблення) і на поверхні у надшахтній будівлі конусними дробарками (середнє і дрібне дроблення). Обидва рудопідіймальні стовбури мають незалежні технологічні лінії з видачі, дроблення і грохочення руди.

Руда з надшахтної будівлі надходить в корпус сортування, де відбувається її розподіл за сортами в залежності від гранулометричного і якісного складу.

У корпусі дрібного дроблення проводиться ІV стадія дроблення кускових руд в двох конусних дробарках.

Обсяг видобутку залізної руди за 2020 рік ПрАТ «ЗЗРК» становить 4 564,7 тис. тон [37].

Запорізький залізорудний комбінат не зупиняється на досягнутому.

Щоб ще на довгі десятиріччя зберегти підприємство могутнім та збільшити обсяг видобутої руди до 6 млн тонн на рік з високою якістю, прийнято у виробництво проєкт реконструкції комбінату з приводу розкриття та відпрацювання Південно-Білозерського родовища до 1 540 м і Переверзевського родовища до 840 м.

Сьогодні в складних умовах ведуться гірничі роботи. Активно розвиваються гірничі роботи з видобутку руди в поверсі 840–940 м Південно-Білозерського родовища і підготовки поверху 940–1 040 м, триває будівництво Дробильно-дозаторного комплексу Вантажного ствола. Розпочато будівництво Південного вентиляційного ствола, що дозволить в майбутньому довести обсяги видобутку руди на Переверзівському родовищі до відмітки 1,5 млн тонн на рік, а в цілому по комбінату видобувати не менше 4,5 млн тонн протягом багатьох років [34].

Втілення в життя задуманих рішень дозволить підприємству не тільки підняти рівень видобутку, збільшити кількість робочих місць, міцно утримувати місце на ринках збуту, а й забезпечувати зростання добробуту своїх працівників.

Розширення ринку збуту до інших країн світу теж відіграє не менш важливу роль в становленні підприємства як могутньої вежі гірничорудної галузі.

Наразі йдуть перемовини з компаніями Європейського Союзу про постачання нашої залізної руди на їхні виробництва.

Перед українськими гірничодобувними підприємствами євроінтеграційні процеси дозволять розширити зовнішньоекономічну діяльність. На сьогодні в Україні відбувається адаптація економіки у європейський простір. Зміцнення економічної безпеки, впровадження інновацій для конкурентоспроможності українських підприємств є одним із пріоритетних рішень у євроінтеграційних процесах [43].

Також, не варто відкидати той факт, що залізна руда з підприємства ПрАТ «Запорізький залізорудний комбінат», яка видобувається на Білозерському та Переверзівскому родовищах, може конкурувати з будь-якими іншими аналогами на території всієї Європи. Тому, сталеві підприємства мають дуже замислитися над співпрацею з ПрАТ «ЗЗРК».

Якщо взяти до уваги які країни видобувають залізну руду, то бачимо досить приємну для нас картину:

Таблиця 3.2 – видобуток залізної руди по країнам в рік

|  |  |
| --- | --- |
| Країна | Видобуток залізної руди (млн. т.) |
| Австралія | 930 |
| Бразилія | 480 |
| Китай | 350 |
| Індія | 210 |
| Росія | 99 |
| ЮАР | 77 |
| Україна | 62 |
| Канада | 54 |
| США | 48 |
| Казахстан | 43 |

Джерело: створено автором на основі [33]

Дивлячись на ці цифри, ми бачимо, що, крім Росії, конкурентів на території Європи ми не маємо зовсім. Розглянемо якість продукції конкурентів:

Таблиця 3.3 – якість залізної руди по підприємствам

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Країна | Підприємство | Вміст заліза |
| Україна | ПрАТ «Запорізький залізорудний комбінат» | 59-61% |
| Росія | УК «Металоінвест» | 34-39% |

Джерело: створено автором

Для розширення програми збуту, на мою думку, потрібно проводити перемовини з країнами Європи, саме ці країни розташовані ближче всіх до наших кордонів, та не буде витрачатися багато коштів на доставку товару до місця призначення. Тому потрібно домовлятися зі сталевими підприємствами про співпрацю та постачання нашого продукту перш ніж це зроблять наші конкуренти. Саме тоді наша країна розвинеться ще більше в питаннях: конкуренції гірничорудної галузі, євроінтеграційних процесів та стане на крок ближче до стабільності.

Висновки до розділу 3

Проведені дослідження підкреслюють, що найбільш значущими етапами формування стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства є визначення місії та мети підприємства. Не менш важливим під час вибору стратегії є аналіз усіх етапів формування конкурентної стратегії підприємства, який перш за все полягає у визначенні місії та цілей підприємства; аналізі стану та впливу зовнішнього середовища функціонування підприємства; оцінці сильних та слабких сторін формування конкурентної позиції; виборі альтернативності стратегічних рішень; коригуванні, виконанні та контролі стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

Наразі підприємство ПрАТ «Запорізький залізорудний комбінат» є одним з найприбутковіших виробництв України вузької направленості. Підприємство яке збудувало місто з нуля, та навіть через 70 років допомагає йому розвивати свій потенціал.

У сучасних умовах однією з провідних тенденцій є економічна глобалізація, в основі якої лежить збільшення масштабів міжнародного обміну. Даний процес пов’язаний в першу чергу з розширенням сфери діяльності підприємств, впровадженням технологічним прогресом та єдиних стандартів, що не тільки вивів на новий рівень а й повністю змінив принципи комунікації. І відповідно, формування міжнародних відносин супроводжується високим рівнем конкуренції.

Саме конкуренція як боротьба і стала першоджерелом поняття конкурентоспроможність. У загальному розумінні конкурентоспроможність експортної продукції характеризує рівень попиту на неї.

Тож, зважаючи на дію прямого впливу попиту споживачів на рівень конкурентоспроможності продукції, необхідно визначити тенденції споживчих вподобань. На сьогодні у всьому світі зріс рівень свідомості споживачів, тобто вони, купуючи товар, обирають якість. Звісно, не можна абсолютно стверджувати, що ціновий фактор відійшов на задній план, проте покупці в більшості випадків обирають продукцію, що є стандартизована відповідно до міжнародних стандартів, відповідає їх особистим переконанням.

Отже, зазначені тенденції здійснюють прямий вплив і на компанії, адже, як ми переконались, наразі на зміну ціновій прийшла нецінова конкуренція, що передбачає отримання конкурентних переваг за рахунок технічних та якісних характеристик товару. Зважаючи на те, що не варто забувати про ціну встановлену на продукцію, компанії спрямовують свої зусилля на забезпечення оптимізації, модернізації та автоматизації виробництва.

ВИСНОВКИ

При створенні даної роботи було детально розглянуте підприємство ПрАТ «Запорізький залізорудний комбінат», його діяльність, виробництво та конкурентоздатність.

Роблячи висновок з того, що конкурентоспроможність – це властивість об’єкта, яка характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення їм конкретної потреби, ми доходимо висновку, що підприємство ПрАТ «ЗЗРК» виробляє дійсно унікальний продукт, якому майже немає конкурентів на всій земній кулі, не кажучи вже про країни-сусіди.

ПрАТ «Запорізький залізорудний комбінат» - велике підприємство, яке має вихід самостійний баланс, рахунки в банках, печатки із своїм повним найменуванням та інші реквізити, затверджені в установленому порядку.

Показники рентабельності та фінансового стану аналізованого підприємства свідчать про фінансову стійкість та покращення його стану. Підприємство є прибутковим та не залежить від зовнішніх позикових джерел.

Якість видобувної продукції не має конкурентів на материку, та навіть у всій північній півкулі. Саме тому, можна розвивати напрямки збуту не лише до перевірених покупців, а ще й домовлятися з іншими шляхом переговорів та підписання контракту.

Розробка ефективної конкурентної стратегії є важливою та невід’ємною складовою, особливо в умовах сталого розвитку. Проте, дуже складно обрати оптимальну конкурентну стратегію з усього їх різноманіття за умов необхідного врахування всіх важливих аспектів. Але виходячи з нашого дослідження обрана лише одна, яка повністю враховує цілу низку факторів, дає можливість здійснювати критичний кількісний та якісний аналіз стратегічних альтернатив та передбачає використання оптимального набору інструментів. Використання саме стратегії концентрації на ринковій ніші дозволить сфокусувати увагу на дійсно важливих аспектах, сформувати конкурентну стратегію підприємства та забезпечити її успішну практичну реалізацію.

На даний момент, однією з головних цілей є економічна глобалізація, в основі якої лежить збільшення масштабів міжнародного ринку, покращення умов виробництва, тим самим підвищуючи якість продукту. Саме це напряму пов’язано з підвищенням відриву якості продукції від конкурентів. Даний процес пов’язаний в першу чергу з розширенням сфери діяльності підприємств, впровадженням технологічним прогресом та єдиних стандартів, що не тільки виведе на новий рівень а й повністю змінить принципи комунікації. І, відповідно, при формуванні міжнародних відносин створиться новий, ще більше високий рівень конкуренції з основними конкурентами ПрАТ «Запорізького залізорудного комбінату», такими як Бразильська компанія «Vale» та Австралійська «Rio Tinto Group».

Зазначені процеси здійснюють прямий вплив на компанію, адже, на даний проміжок часу на зміну ціновій прийшла нецінова конкуренція, що віддає перевагу отриманню конкурентних переваг за рахунок технічних та якісних характеристик товару. Але, також, потрібно постійно стежити за встановленою ціною на вироблений продукт, адже, яким би якісним товар не був, якщо на нього буде висока ціна, то кількість споживачів суттєво зменшиться.

Наразі, комбінат має всі можливості для того, щоб вийти на більш широкий ринок, але зараз має складнощі з акціонерами, які не хочуть активно просувати своє підприємство до інших споживачів.

Хоча акціонери і забезпечують повноцінну роботу ПрАТ «Запорізький залізорудний комбінат» та функціонування міста, вони мають дати можливість підприємству вийти на новий рівень конкурентоспроможності та спробувати зробити все можливе для того, щоб увійти в історію як найкрупніше та найприбутковіше підприємство з видобутку залізної руди в світі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11 січня 2001 р. № 2210-III. URL: <http://zakon>5.rada.gov.ua/laws/show/2210-14
2. Близнюк С. В. Конкурентний потенціал підприємництва як категорія сучасних економічних досліджень: наук.-практ. Журн. Київ, 2011. № 7. С. 41–42.
3. Білай Ю. О.. Конкурентоздатність підприємства: поняття, підходи та методи її оцінки. *Ефективна економіка*. 2014. №5.
4. Виханський О. С. Стратегічне управління: підручник. Київ, Гардарики, 2015. 296 с.
5. Гладишева І. В. Прогнозування конкурентоспроможності промислового підприємства: автореф. дис. да здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.05. СПб, 2006. 20 с.
6. Губский Б.В. Інвестиційні процеси в глобальному середовищі. Київ, Наук.думка, 1997. – 109 с.
7. Звіт «Про управління». Запоріжжя. ПрАТ «Запорізький залізорудний комбінат», 2019 р. 10 с.
8. Дзеніс О.О. Вдосконалення стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. № 21. С. 266–272.
9. Дуброва О. С.. Процес розробки та реалізації конкурентної стратегії підприємства. *Ефективна економіка*. 2010. №8.
10. Економіка підприємства / П.В. Круш та ін. ; за заг. Ред. П.В. Круша, В.І. Подвігіної, Б.М. Сердюка. Київ: Ельга, 2009. 780 с.
11. Зайцева Л. О.. Аналіз сучасних методів оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Економічний аналіз*. 2013. № 14. С. 12- 17.
12. Інкотермс 2010: Закон України від 01.01.2011 р. № 2210-III // Верховна Рада України URL: <https://zakon>.rada.gov.ua/laws/show/988\_014
13. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. Посіб. Київ: КНЕУ, 2006. 527 с.
14. Коваленко Н.В., Мізюк С. Г. Міжнародна конкурентоспроможність підприємства: сутність, основні складники та джерела формування конкурентних переваг. *Приазовський економічний вісник*. 2019. № 2. С. 26-30.
15. Колесник Ю.В. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств. *Інформаційно-аналітичний бюлетень*. 2010. С. 3–7.
16. Конкурентоспроможність національної економіки: Матеріали ХVІІ Міжнародної науково-практичної конференції Київ: 2017. 569 с.
17. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія / за заг. Ред. О.Г. Янкового. Одеса: Атлант, 2013. 470 с.
18. Кононенко Г.І. Особливості формування конкурентних переваг на ринках різних типів. *Економіка і суспільство*. 2017 р. № 8 С. 264-270.
19. Кривешко О.В., Сідун П. В. Чинники формування конкурентоспроможності підприємств та кластерів. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. Львів: Львівська політехніка. 2011. С. 180–188.
20. Курбатков К.Є. Маркетинг і організаційно-економічні умови розвитку збутової діяльності в ринкових умовах: підручник. Харків: Основа, 2005. 412 с.
21. Майер Дж. Міжнародне середовище бізнесу: конкуренція та регулювання в глобальній економці. Київ: Либідь, 2002. 703 с.
22. Мор Т. Утопія. М.: АН СССР, 1953. 302 с.
23. Міжнародний контракт купівлі-продажу. Запоріжжя. ПрАТ «Запорізький залізорудний комбінат», 2020 р.
24. Нємцов В.Д., Довгань А. Є. Стратегічний менеджмент. Київ: ТОВ «УВПК «Ексоб», 2015. 220 с.
25. Оберемчук В.Ф. Конкуренція: поняття, стратегія. Стратегія економічного розвитку України: Наук. Зб. Київ: КНЕУ, 2011. № 5. С. 211-217.
26. Онищенко В.П., Гужва І. Ю. Стимулювання національного експорту. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2017. № 6. С. 33–47.
27. Отенко І.П. Стратегічне управління потенціалом підприємства: монографія. Харків: ХНЕУ, 2006. 256 с.
28. Пивоваров М.Г., Хижняк О. С. Розширення інтеграції промисловості з інституцією малого і середнього підприємництва України. *Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво*». 2017. № 4/5. С. 84–89.
29. Піддубна Л.І. Міжнародна конкурентоспроможність підприємства: теорія та механізм забезпечення: монографія. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2011. 400 с.
30. Піддубний І.О., Піддубна А. І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2004. 264 с.
31. Піддубний І.О., Піддубна А. І., Шестакова О. А. Експортний потенціал підприємства: формування та розвиток: монографія Харків: ФОП Чальцев О.В., 2017. 257 с.
32. Портер М. Міжнародна конкуренція М.: Міжнародні відносини, 1993. 896 с.
33. Райхль Ч., Шац М. Світові дані про видобуток 2021: «World Mining Data 2021». Відень: Federal Ministry of Agriculture, Regions and Tourism, 2021 р. 268 с.
34. ПрАТ «Запорізького залізорудного комбінату». URL: <http://www.zgrk.com.ua>
35. Радаєв В.В. Соціология споживання: основні підходи. *Соціологічні дослідження*. 2005 р. №1. С. 5–18.
36. Рубин Ю.Б. Теорія та практика підприємницької конкуренції: підр. 6-е изд. М., 2007. 584 с.
37. Річна інформація емітента цінних паперів за 2019 рік. Запоріжжя: ПрАТ «Запорізький залізорудний комбінат», 2020 р. 36 с.
38. Сіваченко І.Ю. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації) : навчальний посібник. Київ: ЦНЛ, 2003. 186 с.
39. Сталий розвиток: еколого-економічна оптимізація територіально-виробничих систем: Навчальний посібник / Н. Караева та ін. Суми: ТОВ «ВТД «Університетська книга», 2015. 384 с.
40. ТУ У 07.1-00191218-004:2015. Технічні умови. Запоріжжя. ПрАТ «Запорізький залізорудний комбінат», 2019 р. 10 с.
41. Рябчук К.О., Венгерська Н. С. Вплив євроінтеграції на діяльність гірничодобувної промисловості. *Угода про асоціацію з ЄС як інструмент забезпечення стійкості економіки України*. 2021 р.
42. Рябчук К.О., Венгерська Н.С. Міжнародна торгівля залізорудною продукцією: сучасні тренди та проблеми українських підприємств. *Фінансові стратегії інноваційного розвитку економіки*. 2021 р. № 3.
43. Турило А.М., Зінченко О. А., Турило А. А. Інновації як ключовий чинник економічної та фінансової безпеки підприємства в умовах зовнішньоекономічної діяльності. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2014. № 1. С. 224–229.
44. Управління потенціалом підприємства / І.З. Должанський та ін. Київ: Центр навчальної літератури, 2016. 362 с.
45. Харчук Т.В. Підходи до визначення конкурентних переваг підприємства. *Экономика и управление*. 2011. № 6. С. 68–71.
46. Халімон Т. М. Стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Міжнародні економічні відносини та світове господарство.* 2016 р. № 10 С. 117-120
47. Хорольський К.Д. Управління розвитком інвестиційно-інноваційної діяльності в гірничодобувній промисловості України. *Ефективна економіка*. 2014. № 3. URL: <http://www>.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2832.
48. Чурсин А.А. Управление конкурентоспособностью организации. М., 2006
49. Швець І.Ю., Мармиль Н. А. Розвиток поняття «Конкурентоздатність». Проблемы материальной культуры – ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ. С.57-60.
50. Шумпетер І. Теорія економічного розвитку. М.: Прогресс, 1992. 336 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | Коди | |
|  | Дата (рік, місяць, число) | 2021 | 01 |
| Підприємство ПІДПРИЄМСТВО З ІНОЗЕМНИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ У ФОРМІ ПРИВАТНОГО АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА «ЗАПОРІЗЬКИЙ ЗАЛІЗОРУДНИЙ КОМБІНАТ» | за ЄДРПОУ | 00191218 | |
| Територія ЗАПОРIЗЬКА ОБЛАСТЬ | за КОАТУУ | 2320983301 | |
| Організаційно-правова форма господарювання ПРИВАТНЕ ПIДПРИЄМСТВО | за КОПФГ | 120 | |
| Вид економічної діяльності ДОБУВАННЯ ЗАЛІЗНИХ РУД | за КВЕД | 07.10 | |
| Середня кількість працівників 4883 |  |  | |
| Одиниця виміру : тис. грн. |  |  | |
| Адреса 71674 Запорiзька область Василiвський район с. Мала Бiлозерка Веселiвське шосе, 7 км, т.(06175) 6-28-30 |  |  | |

**Баланс ( Звіт про фінансовий стан ) на «31» грудня 2020 р.**

|  |  |
| --- | --- |
| Форма № 1 Код за ДКУД | 1801001 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Актив** | **Код рядка** | **На початок звітного періоду** | **На кінець звітного періоду** |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| 1. Необоротні активи   Нематеріальні активи | 1000 | 32029 | 30305 |
| первісна вартість | 1001 | 58684 | 60235 |
| накопичена амортизація | 1002 | 26655 | 29930 |
| Незавершені капітальні інвестиції | 1005 | 1063543 | 1503846 |
| Основні засоби | 1010 | 4524987 | 4848100 |
| первісна вартість | 1011 | 5019107 | 5878411 |
| знос | 1012 | 494120 | 1030311 |
| Інвестиційна нерухомість | 1015 | -- | -- |
| Довгострокові біологічні активи | 1020 | -- | -- |
| Довгострокові фінансові інвестиції:  які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств | 1030 | -- | -- |
| інші фінансові інвестиції | 1035 | -- | -- |
| Довгострокова дебіторська заборгованість | 1040 | 186 | 129 |
| Відстрочені податкові активи | 1045 | -- | -- |
| Інші необоротні активи | 1090 | -- | -- |
| Усього за розділом I | 1095 | 5620745 | 6382380 |
| II. Оборотні активи  Запаси | 1100 | 559503 | 559256 |
| Виробничі запаси | 1101 | 506331 | 490154 |
| Незавершене виробництво | 1102 | -- | -- |
| Готова продукція | 1103 | 52115 | 68009 |
| Товари | 1104 | 1057 | 1093 |
| Поточні біологічні активи | 1110 | -- | -- |
| Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги | 1125 | 1587837 | 2370536 |
| Дебіторська заборгованість за розрахунками:  за виданими авансами | 1130 | 40020 | 30483 |
| з бюджетом | 1135 | 12 | 8 |
| у тому числі з податку на прибуток | 1136 | -- | -- |
| Інша поточна дебіторська заборгованість | 1155 | 7081 | 8613 |
| Поточні фінансові інвестиції | 1160 | -- | -- |
| Гроші та їх еквіваленти | 1165 | 420540 | 1323021 |
| Готівка | 1166 | 20 | 64 |
| Рахунки в банках | 1167 | 420520 | 1322957 |
| Витрати майбутніх періодів | 1170 | 504 | 1163 |
| Інші оборотні активи | 1190 | 19144 | 32226 |
| Усього за розділом II | 1195 | 2634641 | 4325306 |
| III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття | 1200 | -- | -- |
| Баланс | 1300 | 8255386 | 10707686 |
| **Пасив** | **Код рядка** | **На початок звітного року** | **На кінець звітного періоду** |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| І. Власний капітал  Зареєстрований (пайовий) капітал | 1400 | 112236 | 112236 |
| Капітал у дооцінках | 1405 | 1091672 | 1086829 |
| Додатковий капітал | 1410 | 3316 | 3316 |
| Резервний капітал | 1415 | 48066 | 48066 |
| Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) | 1420 | 4780639 | 6794490 |
| Неоплачений капітал | 1425 | -- | -- |
| Вилучений капітал | 1430 | -- | -- |
| Усього за розділом I | 1495 | 6035929 | 8044937 |
| II. Довгострокові зобов’язання і забезпечення  Відстрочені податкові зобов’язання | 1500 | 30425 | 18434 |
| Пенсійні зобов’язання | 1505 | 623485 | 703811 |
| Довгострокові кредити банків | 1510 | -- | -- |
| Інші довгострокові зобов’язання | 1515 | -- | -- |
| Довгострокові забезпечення | 1520 | 222172 | 192570 |
| Цільове фінансування | 1525 | -- | -- |
| Усього за розділом II | 1595 | 876082 | 914815 |
| IІІ. Поточні зобов’язання і забезпечення  Короткострокові кредити банків | 1600 | -- | -- |
| Поточна кредиторська заборгованість за:  довгостроковими зобов’язаннями | 1610 | -- | -- |
| товари, роботи, послуги | 1615 | 407498 | 481002 |
| розрахунками з бюджетом | 1620 | 118107 | 496571 |
| у тому числі з податку на прибуток | 1621 | 17911 | 183954 |
| розрахунками зі страхування | 1625 | 10971 | 13367 |
| розрахунками з оплати праці | 1630 | 39599 | 46549 |
| Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами | 1635 | 85 | 108 |
| Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками | 1640 | 104738 | 104738 |
| Поточні забезпечення | 1660 | 651057 | 597898 |
| Доходи майбутніх періодів | 1665 | 530 | 383 |
| Інші поточні зобов’язання | 1690 | 10790 | 7318 |
| Усього за розділом IІІ | 1695 | 1343375 | 1747934 |
| ІV. Зобов’язання, пов’язані з необоротними активами,  утримуваними для продажу, та групами вибуття | 1700 | -- | -- |
| Баланс | 1900 | 8255386 | 10707686 |

Додаток Б

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | Коди | |
|  | Дата (рік, місяць, число) | 2021 | 01 |
| Підприємство ПІДПРИЄМСТВО З ІНОЗЕМНИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ У ФОРМІ ПРИВАТНОГО АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА «ЗАПОРІЗЬКИЙ ЗАЛІЗОРУДНИЙ КОМБІНАТ» | за ЄДРПОУ | 00191218 | |

**Звіт про фінансові результати ( Звіт про сукупний дохід** **)**

**за 2020 рік**

|  |  |
| --- | --- |
| Форма № 2 Код за ДКУД | 1801003 |

**І. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Стаття** | **Код рядка** | **За звітний період** | **За аналогічний період попереднього року** |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 2000 | 6513144 | 6017859 |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) | 2050 | (3705958) | (3654409) |
| Валовий:       прибуток | 2090 | 2807186 | 2363450 |
| збиток | 2095 | (--) | (--) |
| Інші операційні доходи | 2120 | 299036 | 6562 |
| Адміністративні витрати | 2130 | (248894) | (237691) |
| Витрати на збут | 2150 | (76505) | (77014) |
| Інші операційні витрати | 2180 | (164829) | (314298) |
| Фінансовий результат від операційної діяльності:       прибуток | 2190 | 2615994 | 1741009 |
| збиток | 2195 | (--) | (--) |
| Дохід від участі в капіталі | 2200 | -- | -- |
| Інші фінансові доходи | 2220 | 9410 | 17393 |
| Інші доходи | 2240 | 147 | 13317 |
| Фінансові витрати | 2250 | (126368) | (134538) |
| Втрати від участі в капіталі | 2255 | (--) | (--) |
| Інші витрати | 2270 | (6) | (--) |
| Фінансовий результат до оподаткування:  прибуток | 2290 | 2499177 | 1637181 |
| збиток | 2295 | (--) | (--) |
| Витрати (дохід) з податку на прибуток | 2300 | -451039 | -284262 |
| Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування | 2305 | -- | -- |
| Чистий фінансовий результат:       прибуток | 2350 | 2048138 | 1352919 |
| збиток | 2355 | (--) | (--) |

**II. СУКУПНИЙ ДОХІД**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Стаття** | **Код рядка** | **За звітний період** | **За аналогічний період попереднього року** |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| Дооцінка (уцінка) необоротних активів | 2400 | -- | -- |
| Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів | 2405 | -- | -- |
| Накопичені курсові різниці | 2410 | -- | -- |
| Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств | 2415 | -- | -- |
| Інший сукупний дохід | 2445 | -47719 | 91178 |
| Інший сукупний дохід до оподаткування | 2450 | -47719 | 91178 |
| Податок на прибуток, пов’язаний з іншим сукупним доходом | 2455 | -8589 | 16412 |
| Інший сукупний дохід після оподаткування | 2460 | -39130 | 74766 |
| Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460) | 2465 | 2009008 | 1427685 |

**III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Назва статті** | **Код рядка** | **За звітний період** | **За аналогічний період попереднього року** |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| Матеріальні затрати | 2500 | 1378148 | 1669486 |
| Витрати на оплату праці | 2505 | 1235792 | 1256734 |
| Відрахування на соціальні заходи | 2510 | 207702 | 211508 |
| Амортизація | 2515 | 532276 | 514711 |
| Інші операційні витрати | 2520 | 842268 | 630973 |
| **Разом** | 2550 | 4196186 | 4283412 |

**ІV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Назва статті** | **Код рядка** | **За звітний період** | **За аналогічний період попереднього року** |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| Середньорічна кількість простих акцій | 2600 | 112236123 | 112236123 |
| Скоригована середньорічна кількість простих акцій | 2605 | 112236123 | 112236123 |
| Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію | 2610 | 18.24847420 | 12.05422000 |
| Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію | 2615 | 18.24847420 | 12.05422070 |
| Дивіденди на одну просту акцію | 2650 | -- | -- |

Додаток В

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Коди | | |
|  | Дата (рік, місяць, число) | 2021 | 01 | 01 |
| Підприємство ПІДПРИЄМСТВО З ІНОЗЕМНИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ У ФОРМІ ПРИВАТНОГО АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА «ЗАПОРІЗЬКИЙ ЗАЛІЗОРУДНИЙ КОМБІНАТ» | за ЄДРПОУ | 00191218 | | |

**Звіт про рух грошових коштів ( за непрямим методом )**

**за 2020 рік**

|  |  |
| --- | --- |
| Форма № 3 Код за ДКУД | 1801004 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Стаття** | **Код рядка** | **За звітний період** | | **За аналогічний період попереднього року** | |
| **надходження** | **видаток** | **надходження** | **видаток** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** |
| І. Рух коштів у результаті операційної діяльності  Прибуток (збиток) від звичайної діяльності до оподаткування | 3500 | 2499177 | -- | 1637181 | -- |
| Коригування на:  амортизацію необоротних активів | 3505 | 532276 | X | 514711 | X |
| збільшення (зменшення) забезпечень | 3510 | -- | 150493 | 111995 | -- |
| збиток (прибуток) від нереалізованих курсових різниць | 3515 | -- | 288905 | 138501 | -- |
| збиток (прибуток) від неопераційної діяльності та інших негрошових операцій | 3520 | 116817 | -- | 103828 | -- |
| Фінансові витрати | 3540 | X | 126368 | X | 3578 |
| Зменшення (збільшення) оборотних активів | 3550 | -- | 584204 | -- | 557527 |
| Збільшення (зменшення) запасів | 3551 | 4989 | -- | 189380 | -- |
| Збільшення (зменшення) дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи, послуги | 3553 | -- | 567489 | -- | 828032 |
| Зменшення (збільшення) іншої поточної дебіторської заборгованості | 3554 | -- | 17504 | 72435 | -- |
| Зменшення (збільшення) витрат майбутніх періодів | 3556 | -- | 659 | -- | 474 |
| Зменшення (збільшення) інших оборотних активів | 3557 | -- | 13082 | -- | 2635 |
| Збільшення (зменшення) поточних зобов’язань | 3560 | 111868 | -- | -- | 109212 |
| Збільшення (зменшення) поточної кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги | 3561 | -- | 106304 | -- | 65095 |
| Збільшення (зменшення) поточної кредиторської заборгованості за розрахунками з бюджетом | 3562 | 212422 | -- | -- | 51656 |
| Збільшення (зменшення) поточної кредиторської заборгованості за розрахунками зі страхування | 3563 | 2396 | -- | 1663 | -- |
| Збільшення (зменшення) поточної кредиторської заборгованості за розрахунками з оплати праці | 3564 | 6950 | -- | 6604 | -- |
| Збільшення (зменшення) доходів майбутніх періодів | 3566 | -- | 124 | -- | 241 |
| Збільшення (зменшення) інших поточних зобов’язань | 3567 | -- | 3472 | -- | 487 |
| Грошові кошти від операційної діяльності | 3570 | 2236536 | -- | 1839477 | -- |
| Сплачений податок на прибуток | 3580 | X | 288398 | X | 375176 |
| Чистий рух коштів від операційної діяльності | 3195 | 1948138 | -- | 1464301 | -- |
| II. Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності  Надходження від реалізації:  фінансових інвестицій | 3200 | -- | X | -- | X |
| необоротних активів | 3205 | -- | X | -- | X |
| Надходження від отриманих:  відсотків | 3215 | -- | X | -- | X |
| дивідендів | 3220 | -- | X | -- | X |
| Надходження від деривативів | 3225 | -- | X | -- | X |
| Надходження від погашення позик | 3230 | 57 | X | 77 | X |
| Інші надходження | 3250 | -- | X | -- | X |
| Витрачання на придбання:  фінансових інвестицій | 3255 | X | -- | X | -- |
| необоротних активів | 3260 | X | 1179057 | X | 597616 |
| Виплати за деривативами | 3270 | X | -- | X | -- |
| Витрачання на надання позик | 3275 | X | 507 | X | 504 |
| Інші платежі | 3290 | X | -- | X | -- |
| Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності | 3295 | -- | 1179507 | -- | 598043 |
| III. Рух коштів у результаті фінансової діяльності  Надходження від:  Власного капіталу | 3300 | -- | X | -- | X |
| Отримання позик | 3305 | 40000 | X | 666720 | X |
| Інші надходження | 3340 | -- | X | 856 | X |
| Витрачання на:  Викуп власних акцій | 3345 | X | -- | X | -- |
| Погашення позик | 3350 | X | 40000 | X | 847386 |
| Сплату дивідендів | 3355 | X | -- | X | 380778 |
| Витрачання на сплату відсотків | 3360 | X | -- | X | 7628 |
| Інші платежі | 3390 | X | -- | X | -- |
| Чистий рух коштів від фінансової діяльності | 3395 | -- | -- | -- | 568216 |
| Чистий рух грошових коштів за звітний період | 3400 | 768631 | -- | 298042 | -- |
| Залишок коштів на початок року | 3405 | 420540 | X | 161986 | X |
| Вплив зміни валютних курсів на залишок коштів | 3410 | 133850 | -- | -- | 39488 |
| Залишок коштів на кінець року | 3415 | 1323021 | -- | 420540 | -- |

Додаток Г

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | Коди | |
|  | Дата (рік, місяць, число) | 2021 | 01 |
| Підприємство ПІДПРИЄМСТВО З ІНОЗЕМНИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ У ФОРМІ ПРИВАТНОГО АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА «ЗАПОРІЗЬКИЙ ЗАЛІЗОРУДНИЙ КОМБІНАТ» | за ЄДРПОУ | 00191218 | |

**Звіт про власний капітал**

**за 2020 рік**

|  |  |
| --- | --- |
| Форма № 4 Код за ДКУД | 1801005 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Стаття** | **Код рядка** | **Зареєст-рований (пайовий)**  **капітал** | **Капітал у дооцін-ках** | **Додат-ковий капітал** | **Резер-вний капітал** | **Нероз-**  **поділе-**  **ний прибуток (непокритий збиток)** | **Неопла-чений капітал** | **Вилу-чений капітал** | **Всього** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** |
| Залишок на початок року | 4000 | 112236 | 1091672 | 3316 | 48066 | 4780639 | -- | -- | 6035929 |
| Коригування:  Зміна облікової політики | 4005 | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- |
| Виправлення помилок | 4010 | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- |
| Інші зміни | 4090 | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- |
| Скоригований залишок на початок року | 4095 | 112236 | 1091672 | 3316 | 48066 | 4780639 | -- | -- | 6035929 |
| Чистий прибуток (збиток) за звітний період | 4100 | -- | -- | -- | -- | 2048138 | -- | -- | 2048138 |
| Інший сукупний дохід за звітний період | 4110 | -- | -- | -- | -- | -39130 | -- | -- | -39130 |
| Інший сукупний дохід | 4116 | -- | -- | -- | -- | -39130 | -- | -- | -39130 |
| Розподіл прибутку:  Виплати власникам (дивіденди) | 4200 | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- |
| Спрямування прибутку до зареєстрованого капіталу | 4205 | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- |
| Відрахування до резервного капіталу | 4210 | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- |
| Внески учасників : Внески до капіталу | 4240 | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- |
| Погашення заборгованості з капіталу | 4245 | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- |
| Вилучення капіталу : Викуп акцій (часток) | 4260 | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- |
| Перепродаж викуплених акцій (часток) | 4265 | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- |
| Анулювання викуплених акцій (часток) | 4270 | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- |
| Вилучення частки в капіталі | 4275 | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- |
| Інші зміни в капіталі | 4290 | -- | -4843 | -- | -- | 4843 | -- | -- | -- |
| Разом змін у капіталі | 4295 | -- | -4843 | -- | -- | 2013851 | -- | -- | 2009008 |
| Залишок на кінець року | 4300 | 112236 | 1086829 | 3316 | 48066 | 6794490 | -- | -- | 8044937 |

ДЕКЛАРАЦІЯ

АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ЗНУ

Я, Рябчук Катерина Олегівна, студентка 2 курсу, форми навчання заочної, факультету економічного, спеціальності міжнародна економіка, адреса електронної пошти ryabchuk.kateryna@gmail.com,

* підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Міжнародна конкурентоздатність гірничорудної галузі в умовах сталого розвитку» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;
* заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

- згодy на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям *академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою* Інтернет-системи, а також на архівування роботи в базі даних цієї системи.

Дата\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Підпис\_\_\_\_\_\_\_\_\_ ПІБ (студент) Рябчук К. О.

Дата\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Підпис\_\_\_\_\_\_\_\_\_ ПІБ (науковий керівник) Венгерська Н. С.