

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ

Кафедра бізнес - адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної
діяльності

Кваліфікаційна робота магістра

на тему: «Просування продукції ПрАТ «Дніпроспецсталь» в умовах
економічної кризи»

Виконав : студент 2 курсу, групи 8.0739-зед-з

—
спеціальності 073 Менеджмент освітньої
програми Менеджмент зовнішньоекономічної
діяльності

Усатюк А.О.

Керівник : доцент кафедри бізнес-
адміністрування і менеджменту
зовнішньоекономічної діяльності, кандидат
фізико-математичних наук, доцент

Головань О.О.

Рецензент : завідувач кафедри бізнес-
адміністрування і менеджменту
зовнішньоекономічної діяльності, доктор наук з
державного управління, професор

Бікулов Д. Т.

Запоріжжя – 2020

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет менеджменту _____

Кафедра бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності _____

Освітньо-кваліфікаційний рівень магістр _____

Спеціальність 073 Менеджмент _____

Освітня програма Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності _____

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

Д.Т. Бікулов _____

«__» _____ 2020 року

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

Усатюк Альона Олегівна _____

1. Тема роботи «Просування продукції ПрАТ «Дніпроспецсталь» в умовах економічної кризи» _____

керівник роботи: Головань О.О., доцент кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, кандидат фізико-математичних наук, доцент _____

затверджені наказом ЗНУ від 02.06.2020 року № 664-с _____

2. Строк подання студентом роботи 23.11.2020 р. _____

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

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

1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

2. ОСОБЛИВОСТІ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ КРИЗИ

3. ВПРОВАДЖЕННЯ НОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ КРИЗИ

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) _____ 10 таблиць _____

_____ 11 рисунків _____

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Головань О.О.		
2	Головань О.О.		
3	Головань О.О.		

7. Дата видачі завдання _____ 20.04.2020 р. _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Затвердження теми кваліфікаційної роботи у наукового керівника.	20.04.2020	
2.	Затвердження змісту роботи.	30.04.2020	
3.	Огляд літератури за темою кваліфікаційної роботи.	30.04.20-16.05.20	
4.	Розробка чернетки I розділу кваліфікаційної роботи.	17.05.20-23.05.20	
5.	Написання I розділу кваліфікаційної роботи.	24.05.20-27.05.20	
6.	Збір розрахунково-аналітичного матеріалу за темою.	28.05.20-25.06.20	
7.	Розробка чернетки II розділу кваліфікаційної роботи.	26.06.20-29.08.20	
8.	Написання II розділу кваліфікаційної роботи.	30.08.20-06.09.20	
9.	Розробка чернетки III розділу кваліфікаційної роботи.	07.09.20-14.09.20	
10.	Написання III розділу кваліфікаційної роботи.	15.09.20-29.10.20	
11.	Оформлення кваліфікаційної роботи згідно вимог.	30.10.20-02.11.20	
12.	Попередній захист кваліфікаційної роботи.	09.11.2020	
13.	Проходження нормоконтролю.	09.11.20-22.11.20	
14.	Подання кваліфікаційної роботи на кафедру.	23.11.2020	
15.	Захист кваліфікаційної роботи.	грудень 2020	

Студент

(підпис)

А.О. Усатюк

(ініціали та прізвище)

Керівник роботи

(підпис)

О.О. Головань

(ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер

(підпис)

С. В. Маркова

(ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Актуальність теми кваліфікаційної роботи магістра “Просування продукції ПрАТ «Дніпроспецсталь в умовах економічної кризи» зумовлена зростанням кризи перевиробництва на міжнародному ринку сталі та необхідністю використання нових способів просування інтересів підприємства, організації продаж готової продукції, реклами тощо.

Мета дослідження – проаналізувати систему продаж на іноземних ринках та оптимізувати продаж легованої сталі для підприємства ПрАТ “Дніпроспецсталь”.

Для досягнення мети необхідно вирішити наступні завдання: проаналізувати стан справ в металургійній галузі та на ринку металургійної продукції, запропонувати методичний апарат для аналізу потенціалу на основі одиничних показників – факторів якості на іноземних ринках, дати організаційно-економічну характеристику об’єкту дослідження, проаналізувати основні аспекти конкурентної спроможності підприємства, застосувати економіко-математичний апарат для обґрунтування активності на основних ринках, де відбуваються продаж підприємства.

Об’єкт дослідження кваліфікаційної роботи – Приватне акціонерне товариство “Дніпроспецсталь”.

Предмет дослідження – господарська та зовнішньоекономічна діяльність підприємства ПрАТ “Дніпроспецсталь” за період з 2014 по 2018 роки.

МЕТАЛОПРОДУКЦІЯ, ПІДПРИЄМСТВО, АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО, ПРОДАЖ, ПРЕДСТАВНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ, ЗБУТОВА ДІЯЛЬНІСТЬ, РИНОК, ОРГАНІЗАЦІЯ, ПРОДУКЦІЯ, СЕГМЕНТ РИНКУ

ABSTRACT

The urgency of the topic of the master's qualification work "Promotion of products of PJSC" Dnipropetsstal in the economic crisis "is due to the growing crisis of overproduction in the international steel market and the need to use new ways to promote the interests of the company, sales of finished products, advertising and more.

The purpose of the study is to analyze the sales system in foreign markets and optimize the sale of alloy steel for the company PJSC "Dnipropetsstal".

To achieve this goal it is necessary to solve the following tasks: to analyze the state of affairs in the metallurgical industry and the market of metallurgical products, to offer a methodological apparatus for capacity analysis based on individual indicators - quality factors in foreign markets, to give organizational and economic characteristics competitiveness of the enterprise, to use the economic and mathematical apparatus to justify the activity in the main markets where the sale of the enterprise takes place.

The object of study of the qualification work - Private Joint Stock Company "Dnipropetsstal".

The subject of research - economic and foreign economic activity of the enterprise PJSC "Dnipropetsstal" for the period from 2014 to 2018.

METAL PRODUCTS, ENTERPRISE, JOINT STOCK COMPANY, SALES, REPRESENTATIVE OFFICE, TRADE, SALES ACTIVITIES, MARKET, ORGANIZATION, SALES

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1 СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ ТА РОЛЬ ЧОРНОЇ МЕТАЛУРГІЇ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ.....	8
1.1. Сучасний стан металургійного ринку в Україні та світі.....	8
1.2. Напрямки підвищення ефективності підприємства чорної металургії в Україні.....	17
1.3. Конкурентоспроможність експорту та напрямки її забезпечення на зовнішніх експортних ринках.....	20
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПрАТ “ЕЛЕКТРОМЕТАЛУРГІЙНИЙ ЗАВОД ДНІПРОСПЕЦСТАЛЬ”.....	23
2.1 Організаційно-економічна характеристика підприємства.....	23
2.2. Технологічні аспекти виробничо-господарської діяльності підприємства.....	26
2.3. Технологічні та ринкові аспекти конкурентних переваг підприємства ПрАТ “Дніпроспецсталь”.....	30
РОЗДІЛ 3 ІНТЕГРАЛЬНА ОЦІНКА ТА АНАЛІЗ ПОТЕНЦІАЛУ ПРОДАЖ НА РЕГІОНАЛЬНИХ РИНКАХ.....	32
3.1. Методи оцінки потенціалу виробника на регіональних ринках.....	32
3.2. Оцінка ринкового потенціалу окремих видів продукції та її вихід на ринки.....	41
3.3 Комплексна оцінка потенціалу українського виробника металопродукції на різних ринках.....	56
ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ.....	72
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	78

ВСТУП

Актуальність теми кваліфікаційної роботи магістра “Просування продукції ПрАТ «Дніпроспецсталь в умовах економічної кризи» зумовлена зростанням кризи перевиробництва на міжнародному ринку сталі та необхідністю використання нових способів просування інтересів підприємства, організації продаж готової продукції, реклами тощо.

Проблематика організації маркетингової та ефективної виробничої діяльності підприємств металургійної промисловості, їх якості, специфіки ринкових процесів розкрита в роботах Амоши В.П., Григор’єва С.М., Грищенко С.М., Макогона Ю.О., Ноговіцина О.В., Юрчишина В.М та інших.

Мета дослідження – проаналізувати систему продаж на іноземних ринках та оптимізувати продаж легованої сталі для підприємства ПрАТ “Дніпроспецсталь”.

Для досягнення мети необхідно вирішити наступні завдання:

- проаналізувати стан справ в металургійній галузі та на ринку металургійної продукції;
- запропонувати методичний апарат для аналізу потенціалу на основі одиничних показників – факторів якості на іноземних ринках;
- дати організаційно-економічну характеристику об’єкту дослідження;
- проаналізувати основні аспекти конкурентної спроможності підприємства;
- застосувати економіко-математичний апарат для обґрунтування активності на основних ринках, де відбуваються продажі підприємства.

Об’єкт дослідження кваліфікаційної роботи – Приватне акціонерне товариство “Дніпроспецсталь”.

Предмет дослідження – господарська та зовнішньоекономічна діяльність підприємства ПрАТ “Дніпроспецсталь” за період з 2014 по 2018 роки.

В роботі використовувались загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, зокрема:

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

В роботі використовувались дані публічної звітності підприємства, інформацію, яка отримана під час практики на підприємстві в процесі спостережень та аналізу внутрішньої звітності.

Висновки, які зроблені у результаті дослідження виробничого процесу, структури продаж, надають підставу запропонувати схему оптимізації, яка являтиме собою конкретний інтерес для підприємства, на якому відбуваються продажі за прямими контрактами.

В деяких регіонах доцільною є організація мережі представництв, що допомагає підприємству здійснювати продажі через повноважену організацію, яка зареєстрована за місцевим правом в країні-нерезидентів та забезпечує відповідні продажі на зарубіжних ринках. Продажі, які були організовані через представництво є більш ефективними, аніж продажі за прямими контрактами, оскільки представництво має значно більшу кількість можливостей на ринку нерезидентів та створене виключно з метою просування інтересів головного підприємства.

РОЗДІЛ 1

СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ ТА РОЛЬ ЧОРНОЇ МЕТАЛУРГІЇ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

1.1. Сучасний стан металургійного ринку в Україні та світі

У сучасний період чорна металургія України є найважливішою галуззю промислового комплексу країни, виконуючи ключову роль не тільки в промисловій, але й в соціальній сфері суспільства. Дане ствердження може бути обґрунтоване наступним чином.

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

Таблиця 1.1

Динаміка структури промислового виробництва

Галузі	Роки				
	1991	2000	2005	2010	2015
Промисловість (%)	100	100	100	100	100
в тому числі					
Електроенергетика	3,2	11,0	16,5	16,3	12,2
Паливна	5,7	13,2	11,6	11,4	10,1
Чорна металургія	11,0	21,8	22,9	23,9	27,4
Хімічна та нафтохімічна	5,5	7,4	6,4	5,3	5,8
Машинобудування та металообробка	30,7	16,1	15,1	13,8	13,2
Деревооброблююча	2,9	2,2	1,7	2,1	2,3
Будівельних матеріалів	3,4	3,9	3,3	3,1	2,6
Легка	10,8	2,8	1,5	1,4	1,6
Харчова	18,6	15,1	14,9	15,2	17,4
Інші	8,2	3,3	6,1	7,5	4,9

Важливе місце вітчизняна чорна металургія займає і в світовому валовому виробництві металопродукції. За даними за вісім місяців 2019 року обсяги виробництва чавуну в країні склали 16333 тис. т, сталі - 20310 тис.т., що відповідає десятому місцю серед країн-виробників металопродукції (табл. 1.2) [6]. За існуючими виробничими потужностями, концентрованими на 8 металургійних підприємствах, табл.1.2, [6]) металургійна галузь України посідає дванадцяте місце у світі.

Таблиця 1.2

Світові обсяги чавуну та сталі за I кв 2018 року

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

По-друге, підприємства чорної металургії України мають вигідні можливості організації експорту металопродукції в країни ближнього і далекого зарубіжжя та сприятливе ціноутворення, що збільшує конкурентний потенціал підприємств на іноземних ринках.

Останніми роками в загальній структурі експорту України за товарними групами чорні метали та вироби з них (головним чином це сталеві труби) стабільно займають лідируючі позиції [10]. У 2018 році експорт неблагородних металів та виробів з них обчислювався 4874,0 млн. дол. США або 42,1% загального обсягу [9], а у 2017 році продукція металургії склала 46% загального обсягу експорту України, що являє собою близько чверті від загального обсягу експорту [11]. Експорт здійснюється в країни, що є різними за своїми показниками економічного та промислового потенціалу.

Експорт легованої сталі забезпечується надійним постачанням продукції з підприємств Запорізького регіону, зокрема – ПрАТ “Дніпроспецсталь”.

Таблиця 1.3

Виробництво металургійної продукції у 2018 році

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

Металургійна галузь України є не тільки найбільшим експортером в країні, але й забезпечує важливе місце у світовому експорті. Наприклад, ще в 2014 році експортні поставки вітчизняної металопродукції становили 5,2% від світових. За цим показником Україна посідає одинадцяте місце серед світових експортерів після Росії (13,6%), ФРН (10,2%), Японії (8%), Бельгії та Люксембургу (6,6%), Франції (6,6%) та Італії (5,3%) [19]. Десяте місце в даному списку займає Бразилія (5,2%). З тих пір загальний обсяг українського експорту чорних металів значно виріс. Наприклад, за період з

1996 по 2017 рік величина експорту прокату чорних металів зростає з 2287,4 до 2631300000 дол. США (або на 15,0%), чавуну передільного - з 117,0 до 178,6 млн. дол. США (тобто на 52,6%).

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

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

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

- у галузі чорної металургії України вдалося зберегти висококваліфікований персонал, який здатний виробляти металопродукцію будь-яких видів і складності;
- галузь має власні джерела сировинних ресурсів (залізна руда, вугілля), які розташовані досить близько від металургійних підприємств (в середньому 200 км);
- металургійна галузь країни, як уже зазначалося, має значними виробничими потужностями для випуску різних видів металопродукції.

Таблиця 1.4

Виробництво найважливіших видів продукції чорної металургії

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

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

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

Таблиця 1.5

Основні показники продукції чорної металургії України

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

У 2013 році для гірничо-металургійного комплексу досяг позначки 17,9% (зауважимо, що в 1992 році рентабельність поставок в далеке зарубіжжя становила 400% [17]).

Таблиця 1.6

Рентабельність виробництва основних видів металургійної продукції, %

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

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

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

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

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

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

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

Таблиця 1.7

Структура витрат на виробництво продукції чорної металургії

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

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

Підвищення енергоємності виробництва в чорній металургії відбувалося і в наступні роки. За наявними даними, з 1996 по 2018 рік загальний обсяг спожитого палива в галузі зріс на 25,8% (з 40504 до 50956 тис. т умовного палива). При цьому обсяг виробництва збільшився лише на 6,5% (див. табл. 1.5). Отже, питоме споживання енергоресурсів зросла більш ніж на 18%.

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

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

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

цех "Алчевського меткомбінату" повоєнної будівлі у складі п'яти печей ємністю по 300 т, три печі ємністю по 600 т, і двохванний агрегат ємністю 300 т і прямоочну піч ємністю 250 т. Мартенівські цехи комбінатів "Запоріжсталь", "МК ім. Дзержинського", "Азовсталь", заводів ім. К. Лібкнехта", Краматорського мають набагато гірші умови роботи, є застарілими і намічаються до закриття.

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

Таблиця 1.8

Порівняльна характеристика виробництва в Україні та інших країнах

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

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

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

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

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

III - рік, коли було припинено мартенівське виробництво сталі;

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

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

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

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

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

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

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

Таким чином, проведений аналіз показав, що з одного боку чорна металургія України має особливе, в чому визначає положення в соціально-

економічній системі держави, як в даний час, так і в перспективний період. З іншого ж боку її сучасний стан характеризується низкою негативних факторів (в першу чергу - стан основних промислово-виробничих фондів), які багато в чому визначають можливості розвитку чорної металургії.

1.2. Напрямки підвищення ефективності підприємства чорної металургії в Україні

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

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

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

За рахунок здійснення технічного переозброєння та модернізації виробничого обладнання в галузі планується зменшити матеріало- і енергоємність продукції (знизити питому витрату умовного палива на виробництво кінцевої продукції до 1,2 т / т), перепрофілювати виробництво на випуск тих видів продукції, які користуються стійким попитом на світовому ринку, підняти рівень її конкурентоспроможності і тим самим підвищити економічну ефективність функціонування чорної металургії (рентабельність гірничо-металургійного комплексу планується довести до 15 - 20%).

Технічне переозброєння чорної металургії вимагає залучення значних фінансових ресурсів.

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

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

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

Отже, в сучасних умовах для технічного переозброєння та модернізації галузі необхідно розглядати два реальні джерела фінансування переозброєння галузі - власні кошти металургійних підприємств та залучення іноземних інвестицій. Дійсно, у 2017 році, власні кошти підприємств та організацій від загальної величини капітальних вкладень становили 67,6%.

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

Відсоток амортизації у чорній металургії не тільки нижче його середнього рівня в промисловості України (7,6%), але і є найнижчим серед

інших галузей (за винятком харчової промисловості, для якої він дорівнює 4,5%).

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

В даний час надходження іноземних інвестицій стримується несприятливим інвестиційним кліматом в галузі та нестабільністю країни в цілому. У числі основних причин такого стану можна відзначити наступні [13, 10, 11]: нестабільність фінансової системи, відсутність чіткої законодавчої бази та необхідних гарантій для інвестора, не повною мірою є врегульованими права власності на металургійні підприємства, ключовим для іноземних інвесторів залишається питання про приватизації землі і т. п.

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

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

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

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

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

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

Для реалізації даного напрямку необхідно мати методи кількісної оцінки та порівняльного аналізу продаж окремих видів металургійної продукції та її виробника в цілому на різних регіональних ринках збуту, що в свою чергу вимагає попереднього уточнення змісту конкуренції.

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

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

Припустимо, що визначені кількісні оцінки конкурентоспроможності даного виду продукції або виробника на конкретному ринку збуту існують. Визначимо їх через K_i , де індекс i відповідає певному ринку (його номеру \bar{I}).

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

В умовах економічної кризи, яка на ринку металургійної продукції виявляється у ціновій конкуренції та зростанні вимог стосовно якості

продукції виникає потреба у встановленні умов для вільного ціноутворення, яке базується на знижених тарифах, що сприяють забезпеченню успішної конкуренції на ринку товарів та послуг в цільових регіонах світу.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПрАТ “ЕЛЕКТРОМЕТАЛУРГІЙНИЙ ЗАВОД ДНІПРОСПЕЦСТАЛЬ”

2.1 Організаційно-економічна характеристика підприємства

ПрАТ "Дніпроспецсталь" розробляє, виробляє та продає нержавіючу сталь, інструменти, швидкорізальні сталі (включаючи технологію порошкової металургії), підшипники, конструкційні сплави та вироби з вуглецевої сталі.

Технології, які використовуються на заводі, дозволяють виробляти високоякісні матеріали для машинобудування, суднобудування, комунального господарства, нафтової та газової промисловості та інших галузей.

Логістика компанії має перевагу при виході на азіатські ринки ЄС. Продукція заводу продається в 62 країнах. Компанія є лідером ринку Росії, Європі, Америці, Азії та співпрацює з партнерами у 15 країнах.

Завод розташований за адресою 81, у місті Запоріжжі, вул.Південне шосе, 7, на площі 12 кв.км. Завод має залізничну лінію, 2 шляхи перевезення залізничних вантажів. Технологія основного виробництва компанії - електричне плавлення сталі. Завод є одним з найбільших споживачів електроенергії в регіоні, де має місце значне перевиробництво електроенергії.

Організаційна структура ПрАТ "Дніпроспецсталь" включає 12 основних виробничих підрозділів, зокрема:

- 3 цехи випуску електротехнічної сталі (включаючи 1 цех з вакуумною дугою), цех перерозподілу електроенергії;

- цех порошкової металургія, де здійснюється прокатка, термічна, калібрувальна діяльність, кування, пресування, кування, цех регулювання якості металу, цех копра, інструментальний цех;

- 11 допоміжних підрозділів, зокрема: виробничий підготовчий цех, випробувальний цех, 2 транспортні цехи (цех автомобільно-залізничного транспорту), 2 ремонтні цехи (ремонт механічного обладнання), 1 ремонтний цех (цех ремонту електрообладнання), 2 енергопостачальні мережі, мережі підстанції), 1 цех КВПта А;

- цех приготування готових напівфабрикатів для подальшого продажу або виробництва готової продукції.

- центральна вимірювальна лабораторія заводу (здійснює контроль якості та науково-технічні розробки); аналітична лабораторія, яка аналізує хімічний склад сировини та готових металевих виробів. окреме експериментальне виробництво сталі та переробку окремих видів скрапу);

- 16 адміністративних підрозділів, 57 підрозділів (включаючи головну бухгалтерію); 6 таблиць, 3 групи;

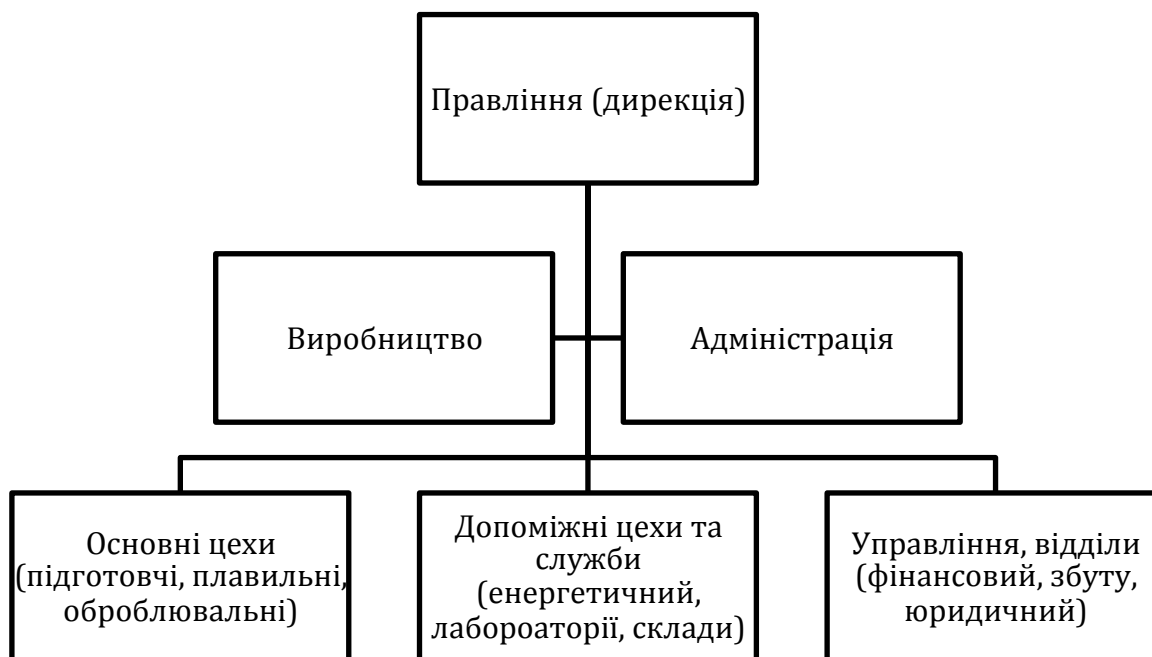


Рис.2.1 Організаційна та виробнича структура ПрАТ “Дніпроспецсталь”

Основними маркетинговими (збутовими) підрозділами підприємства є складові елементи управління збутовою діяльністю:

- управління збутом у машинобудівному секторі;
- управління збутом у енергетичному та трубному секторі;
- управління збутом у далекому зарубіжжі;
- служба логістики;
- відділ збуту легованої сталі;
- відділ збуту конструкційної та підшипникової сталі
- відділ збуту інструментальної сталі;
- відділ маркетингу.

Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу підприємства склала 5712 осіб. Середня чисельність позаштатних працівників та сумісників – 3 (особи) (рис.2.2.):

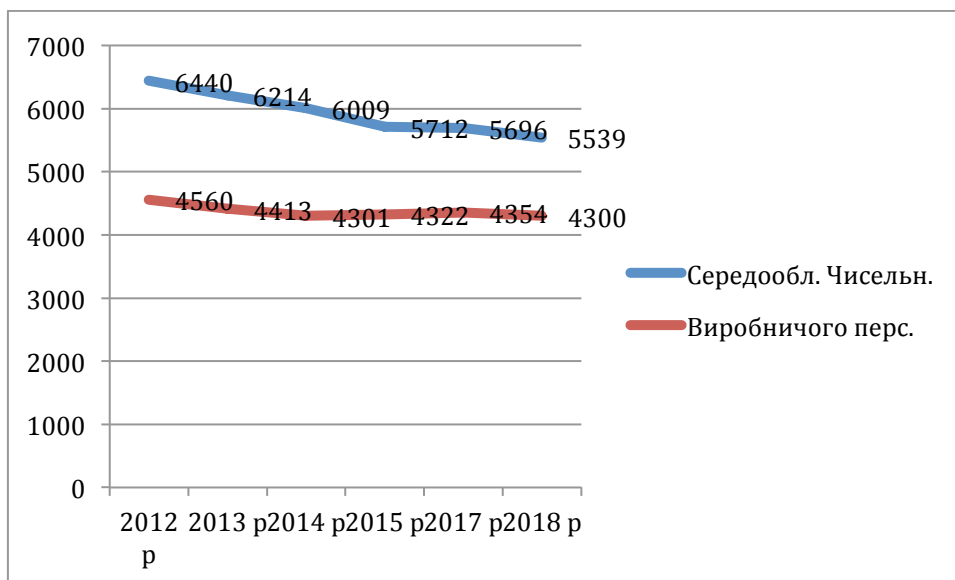


Рис.2.2 Динаміка чисельності персоналу підприємства (2012 – 2018 рр.)

Чисельність працівників, які працюють на умовах неповного робочого часу – 2428 осіб. Фонд оплати праці за 2018 рік (без відрахувань у ФСС) склав 363709,3 тис. грн.

Порівняно із 2017 роком ФОП збільшився на 15,5% за рахунок створення нових підрозділів служби сировини, додаткових заохочувальних виплат персоналу.

ПрАТ «Дніпрспецсталь» проводило підвищення кваліфікації працівників підприємства: -безпосередньо на виробництві – 2985 осіб; в інших учбових закладах за межами підприємства – 361 особи. На підприємстві впроваджена і успішно функціонує адаптація працівників, що сприяє скорішому входженню у виробничий колектив та підвищує адаптивність нових працівників.

2.2. Технологічні аспекти виробничо-господарської діяльності підприємства

Основним видом діяльності ПрАТ "Дніпрспецсталь" є виробництво легованої сталі: сортових зливків, прокату, поковок та напівфабрикатів з

спеціальних сталей - конструкційної вуглецевої, сталі зі спеціальними властивостями, з застосуванням вакуумно-дугового переплаву, підшипникової, конструкційної, нержавіючої сталі та жаротривких сплавів на нікелевій основі:

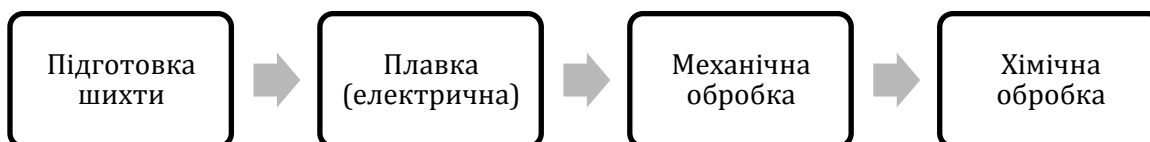


Рис.2.3 Загальні етапи технологічного процесу

Завод має все належне технічне обладнання для виконання операцій термообробки та виробництва металу з відпалом, після нормалізації, із закалкою для аустенітних легованих сталей.

Доходи від продажу основної продукції у загальному обсязі операційного доходу за останні 3 роки складають 90,8%.

Обсяг продукції та середньозважена ціна відвантаження основних видів продукції за 2018 рік складають: конструкційна вуглецева сталь - 8742 т., конструкційна легована сталь - 59008 т., підшипникова сталь - 20002 т.

Таблиця 2.1

Види товарної продукції ПрАТ “Дніпроспецсталь” у 2018 році

Сортамент	Вироблено, т	Ціна за т. грн	Сума, тис.грн
Конструкц. вугл. сталь	8742	9678	84604
Конструкц. легована сталь	59008	13812	815023
Підшипн. сталь	20002	12292	245859
Інстр. вуглец. сталь	240	23314	5594
Інструментальна лег. сталь	15044	30040	451931
Швидкоріжуча сталь	1242	220514	273921
Нержав. безнікелева	14707	31504	463312
Нержав. нікелева сталь	48350	45434	2196755
Жартривка сталь	671	447191	299853
Тов. зливки	2034	9508	19337
Інші	144	6249	897

Разом	170187	28540	4857085
-------	--------	-------	---------

Інструментальна вуглецева сталь - 240 тон, інструментальна легована сталь - 15044 тон, швидкоріжуча сталь - 1242 тон, нержавіюча безнікелева 14707 тон, нержавіюча нікелева сталь - 48350 тон. Жаротривка сталь - 671 тон, товарні зливки 2034 тон.

Інші види сталі - 144 тон, оптова ціна одиниці продукції, грн/т без ПДВ - 6249, сума за відпускними цінами (тис.грн.) - 897. Загальний обсяг виробленої металопродукції склав 170183 тонн, оптова ціна одиниці продукції, грн/т без ПДВ - 28540, сума за відпускними цінами (тис.грн.) – 4857085 (рис.2.4).

Обсяги виробництва металопродукції на протязі останніх років залишаються стабільними та складають від 150 до 175 тис. тон на рік. У грошовому вимірі дохід підприємства складав від 3,7 млрд. грн. до 4,8 млрд. грн на рік (рис.2.2; 2.4):

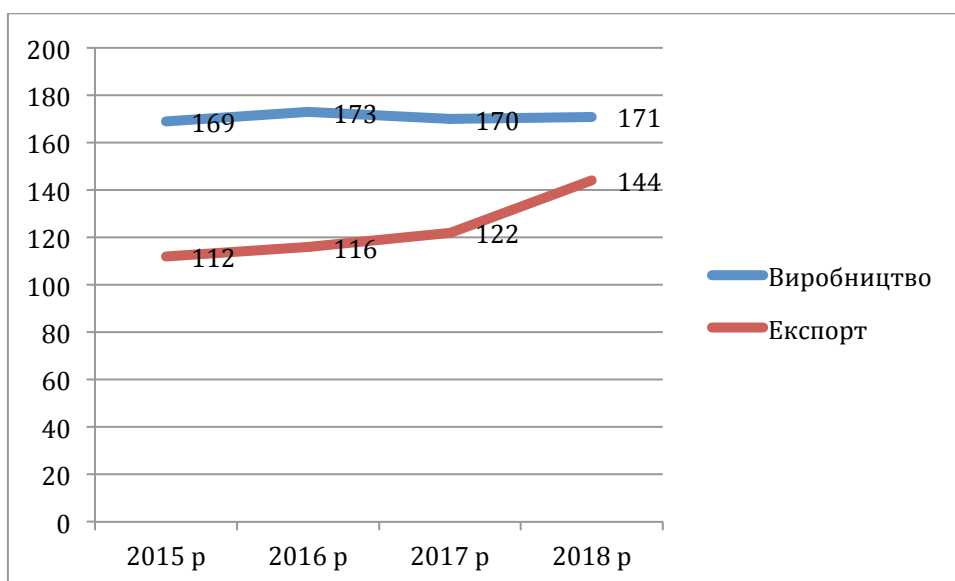


Рис.2.4 Виробництво та експорт металопродукції підприємством

Відвантаження на експорт у 2018 році склали 3151727 тис. грн. відхилення у порівнянні з 2017 роком складає 1074216 тис.грн., що складає 151,7 %.

Таким чином, очевидно, що обсяги відвантаження продукції змінюються переважно за структурою та змістом.

Частка експорту в загальному обсязі промислової продукції склала у 2018 р. 64,7 %, що на 8,3% вище за рівень попереднього року.

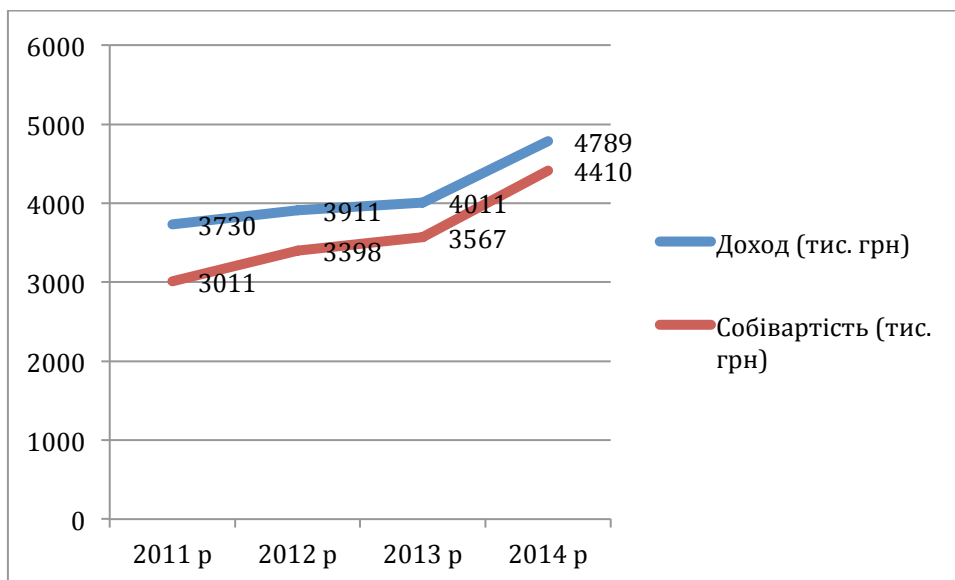


Рис. 2.5 Доход та собівартість металопродукції підприємства

Витрати на 1 грн. товарної металопродукції у 2018 році склали 93,91 коп., проти 98,98 коп. у 2017 році. Частка високолегованих марок сталей збільшилася в 2018 році на 2,0% порівняно з 2017 роком і склала 94,6% від обсягу виробництва прокату.

Виробництво та реалізація нержавіючої сталі являє собою ключовий напрям розвитку діяльності ПрАТ «Дніпроспецсталь». На підприємстві виготовляється 300 та 400 серії, а також впроваджується та освоюється виробництво нових видів продукції. Нержавіюча хромиста сталь з наступним шлаковим переплавом постачається на ринок Росії, Германії, Італії для виробництва продукції відповідального призначення. Залежність від сезонних змін існує. При цьому є тенденція до зниження реалізації у періоди 1-го та 4-го кварталів, що пояснюється періодом новорічних та різдвяних відпусток. Основні обсяги реалізації припадають на 2-й та 3-й квартали року.

Основними ризиками є: зниження попиту на металопродукцію, зниження цін на основну продукцію, збільшення цін на сировину та енергоресурси, нестабільна ситуація на валютних ринках.

Зниження об'ємів виробництва і реалізації готової продукції пов'язане зі:

- зниженням попиту та світових цін на металопродукцію на внутрішньому та зовнішньому ринках, внаслідок уповільнення економічної активності, нестійкої економічної ситуації та геополітичної ситуації в світі;

- значним зменшенням попиту на металопродукцію, експортовану в Росію;

- нестабільною ситуацією на валютному ринку, пов'язанною з різкою девальвацією національної валюти; збільшенням собівартості вироблюваної металопродукції, внаслідок постійного зростання цін на матеріали, електроенергію та енергоресурси.

Так, наприклад, ціна поставки електричної енергії на виробничі потреби у 2018 році зросла з 811,1 грн./тис. кВтг у січні до 1032,1 грн. / тис. кВтг в грудні 2018 року, подорожчання закупівельної ціни електричної енергії склало 27,2%.

Економія по чадові та перевитрата по скрапу пов'язана з переплавом скрапу, який передавався у сталеплавильні цехи і оприбутковувався за плавильними картами, при цьому корегувалась величина чаду - нікелю (з урахуванням феронікелю) 361,6 тон; за рахунок підвищеної витрати никельвміщуючих відходів; роботи на ніжчевстановлених межах змісту елемента в металі; використання феронікелю; використання шихтових злитків типу ФНХ.

Перевитрати виробництва зросли за наступними напрямками:

- 1) ферохрому – 84,2 тон.в тому числі ФХ800-361,8т. Основні причини перевитрат хрому: нестача легованих відходів; зменшення хрому у привізному немагнітному скрапі; необхідність проведення рудного кіпа при виплавці конструкційних сталей.

2) електричної енергії в порівнянні з затвердженими внутрішньозаводськими нормами, в кількості 20 453,6 тис. кВтг (або 5,0 %).

За рахунок впровадження організаційно - технічних заходів в 2018 році зекономлено 1,7 млн. кВтг. По заводу перевитрата газоподібного палива, в порівнянні з затвердженими внутрішньозаводськими нормами 5448,5 т.у.п. або 5,9 %. За рахунок виконання програми енергозбереження в 2014 році зекономлено 450 тис.м3 палива або 526,28 т.у.п.

На світовому ринку впродовж 2018 року ціни на основні матеріали та сировину демонстрували різноспрямовану динаміку.

2.3. Технологічні та ринкові аспекти конкурентних переваг підприємства ПрАТ "Дніпрспецсталь"

Для здійснення основної виробничої діяльності підприємством використовуються наступні новітні технології. Виробництво сталі в ПрАТ "Дніпрспецсталь" здійснюється.

- 1) обробка металу на об'єктах "пічних котелень" річною проектною потужністю понад 200 тис. тон;
- 2) кристалізація з рідкої сталі на агрегаті Mannesmann Demag з проектною потужністю 300 тис. тон на рік;
- 3) аргонокиснева обробка сталі у конвекторі потужністю 60 тонн шляхом переробки понад 100 тис. тонн корозійно-стійкої сталі на рік;
- 4) електрична переробка з вакуумною дуговою обробкою сталі;
- 5) порошкова металургія інструментальних сталей.

Абразивні та високоточні токарні верстати використовуються для обробки поверхні прокату металів, що постачають прокат із якістю точності поверхні Ra <1,4 мкм h9 (k9). Компанія здатна виробляти прокат, ковани вироби у випеченому, нормалізованому, покращеному термічному стані.

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

Збільшення обсягів збуту продукції підприємства забезпечується за рахунок комплексу заходів, які надають переваги на визначених регіональних ринках підприємства. Суттєве зростання реалізації легованої сталі є можливим за умови збільшення обсягів експорту продукції, що може бути досягнуто через подолання проблем експорту, які існують на даний момент часу та збільшення відповідних обсягів виробництва конкретної продукції. Якість металопродукції ПрАТ “Дніпроспецсталь” забезпечується сучасною технологією виробництва металопродукції може бути варіативною в залежності від вимог конкретного ринку.

Вимоги ринку формуються відповідно до потреб споживачів з відповідного сектору економіки, галузі, яку вони представляють та специфіку виробів, для яких призначена сталь. Просування продукції ПрАТ “Дніпроспецсталь” можливе за умови знання специфіки відповідного ринку та його кон’юнктури у даний період часу. Для розуміння цих параметрів необхідно здійснити інтегральну оцінку відповідного регіонального ринку.

РОЗДІЛ 3

ІНТЕГРАЛЬНА ОЦІНКА ТА АНАЛІЗ ПОТЕНЦІАЛУ ПРОДАЖ НА РЕГІОНАЛЬНИХ РИНКАХ

3.1. Методи оцінки потенціалу виробника на регіональних ринках

У параграфі 1.3 були сформульовані дві задачі методичного характеру, стосовно вимірювання потенціалу постачальника, які повинні розглядатися і вирішуватися у даній кваліфікаційній роботі. Їх зміст полягає у: (А) розробці методів отримання інтегральної кількісної оцінки рівня якості продукції та її виробника на регіональному ринку (дана оцінка позначалася K_i); (Б) розробці методичного інструментарію, який дозволяв би безпосередньо використовувати показники K_i для вирішення завдань забезпечення

(підвищення) потенціалу продукції і виробника на потенційних (регіональних) ринках сировини.

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

В якості конкретних завдань, вирішення яких повинно бути основою реалізації зазначеного напрямку забезпечення (підвищення) якості продукції і виробника на регіональних ринках, розглянемо завдання оптимального вибору і визначення ступеня використання ринків сировини відповідних видів продукції.

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

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

Інший підхід полягає в тому, що комплекс значень одиничних показників якості для всієї сукупності аналізованих видів продукції

використовується для визначення узагальненої оцінки їх якості на даному ринку, яка далі аналізується (порівнюється) з інтегральними оцінками інших ринків і тільки після цього робиться висновок про можливість його використання.

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

Таблиця 3.1

Одиничні показники потенціалу виробника на регіональних ринках

№ пп	Загальний зміст показників	Визначення показників
	I. Показники відповідності ринкам можливостей конкретного виробника	
1.	Показники відповідності номенклатури та структури виробництва ринку, що аналізується	H, H^*_c
2.	Показники обсягів реалізації на ринку	F, F_M
3.	Показники економічної ефективності реалізації	$\Gamma_1, \Gamma_c, \Gamma_{01}, \Gamma_0$
4.	Показники технічного рівня продукції на ринку	K_{01}, K_0
	II. Показники стану ринку, як такого	
	Показник ємкості ринку	E_0, E_1
5.	Показник насиченості ринку	E_{0H}, E_{H1}
6.	Показники інтенсивності конкуренції на ринку	U_{0K}, U_{K1}
7.	Показники величини бар'єрів проникнення на ринок	B_0, B_1
8.	Показники рівня стабільності ринку	V_0, V_1

9.	Показники динаміки ринку	$I_{c,l}, I_{f,l}, I_{cf,l}$ I_{0c}, I_{0f}, I_{0cf}
----	--------------------------	---

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

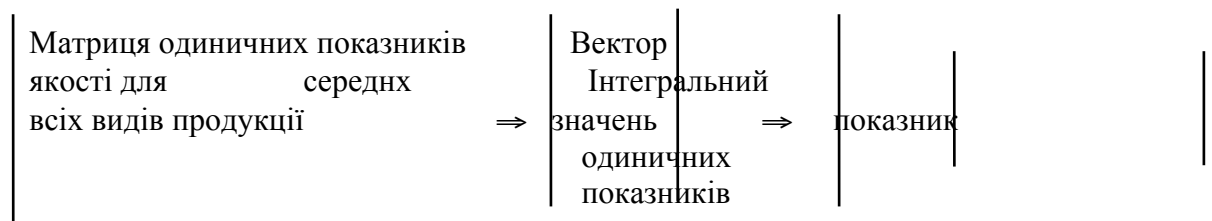


Рис. 3.1 Схема згортки інформації при визначенні інтегрального показника потенціалу

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

В результаті ранжирування (наприклад, в порядку убутання узагальненого показника якості, тобто убутання ступеню привабливості ринків для конкретного виробника) отримуємо відповідним чином впорядковану систему m аналізованих ринків сировини P_1 (1), P_k (2), ..., P_l (m) (нижні індекси відповідає вихідному номеру ринку i утворюють впорядкований список I^* , верхній - його порядковому номеру в отриманій впорядкованій системі).



Рис. 3.2. Блок-схема процедури інтегральної оцінки якості постачальників на різних ринках та їх ранжування.

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

розглядати наявні у виробника фінансові кошти (для визначеності в обсяг Φ), які необхідні для освоєння потенційних ринків.

Для освоєння деякого ринку і необхідно використовувати фінансові ресурси в обсязі ϕ_i . Тоді найпростіший алгоритм вибору ринків полягає в наступному: з упорядкованого списку ринків P_1 (1), P_2 (2), ..., P_l (l) вибираються перші k ($k \leq l$), таким чином, що виконується наступне обмеження на наявні фінансові кошти:

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

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

Даний підхід можна розглядати як своєрідний конкурс m сформованих інвестиційних проектів (що вимагають для своєї реалізації фінансових ресурсів в обсязі ϕ_i) освоєння можливих ринків (кожен проект відповідає деякому потенційному ринку), критерієм відбору в якому є інтегральна оцінка якості на ньому виробника $W(P_i)$.

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

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

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

Таким чином, сформулюємо далі задачу оптимального вибору і ступеня використання потенційних ринків в термінах математичного апарату лінійного програмування. В якості цільової функції (L1) завдання, як уже зазначалося, може розглядатися сумарний прибуток від реалізації продукції виробника на різних ринках, а її обмеження повинні відображати виробничі можливості підприємства і особливості використання відповідних ринків.

$$L_1 = \sum_i \sum_j (\Pi_{ij} x_{ij}) - \sum_i (y_i \Delta_i) - \sum_j (Z_j) - \sum_i \sum_j (Z_{ij}) \rightarrow \max \quad (3.3)$$

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

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

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

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

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

M_i - виробничі потужності продукції виду i ;

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

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

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

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

Φ - фінансові ресурси, якими володіє підприємство;

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

y_i - збільшення виробничих потужностей для продукції виду i ;

m, n - кількість розглянутих ринків і видів продукції відповідно.

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

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

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

Наприклад, якщо виробник в першу чергу зацікавлений у збільшенні обсягів виробництва і реалізації власної продукції, то в якості критерію оптимізації (L_2) повинна виступати сумарна величина (у грошовому вираженні) сировини продукції на всіх ринках

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

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

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

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

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

$$L3 = [\sum_{ij} p_{ij} x_{ij}] / [\sum_{ij} (y_i \Delta_i + z_j + z_{ij})] \rightarrow \max \quad (3.10)$$

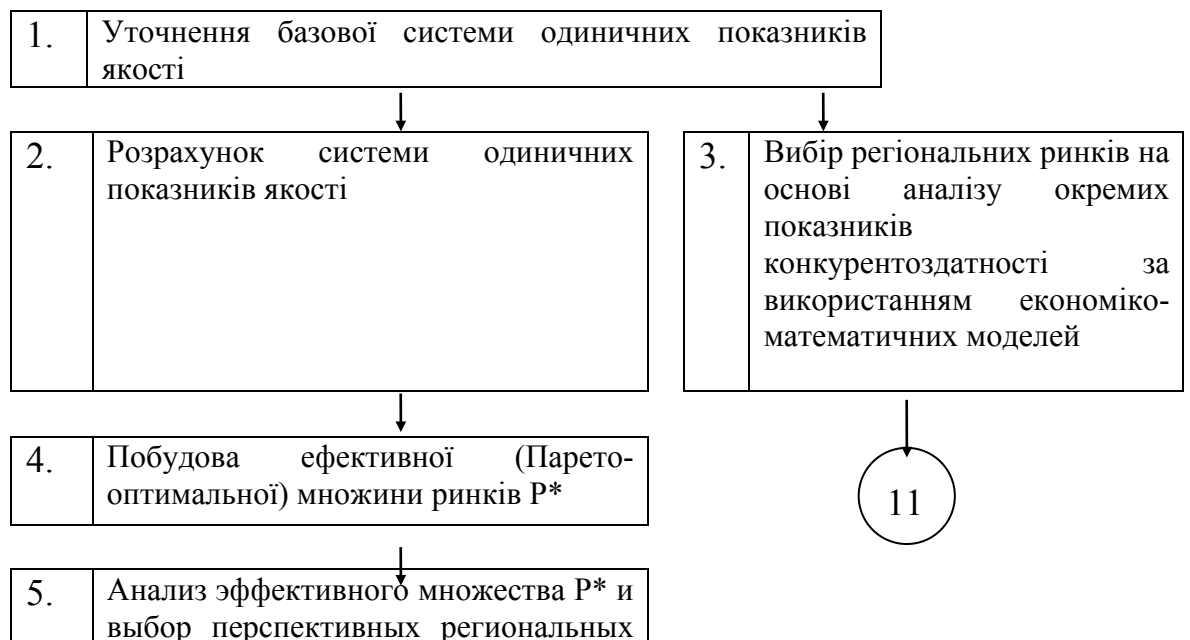
У цьому випадку отримуємо задачу дробово-лінійного програмування [18], в якій поряд з обмеженнями (3.4) - (3.7) може використовуватися обмеження на мінімально допустимі обсяги сировини своєї продукції (Pmin)

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

Обмеження (3.11) може бути продиктовано бажанням завантажити існуючі виробничі потужності, зокрема, з метою збереження виробничого персоналу підприємства.

Згідно блоку 1 залежно від конкретного виробника (специфіки випускаються ним видів продукції) і розглянутих ринків сировини базова

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



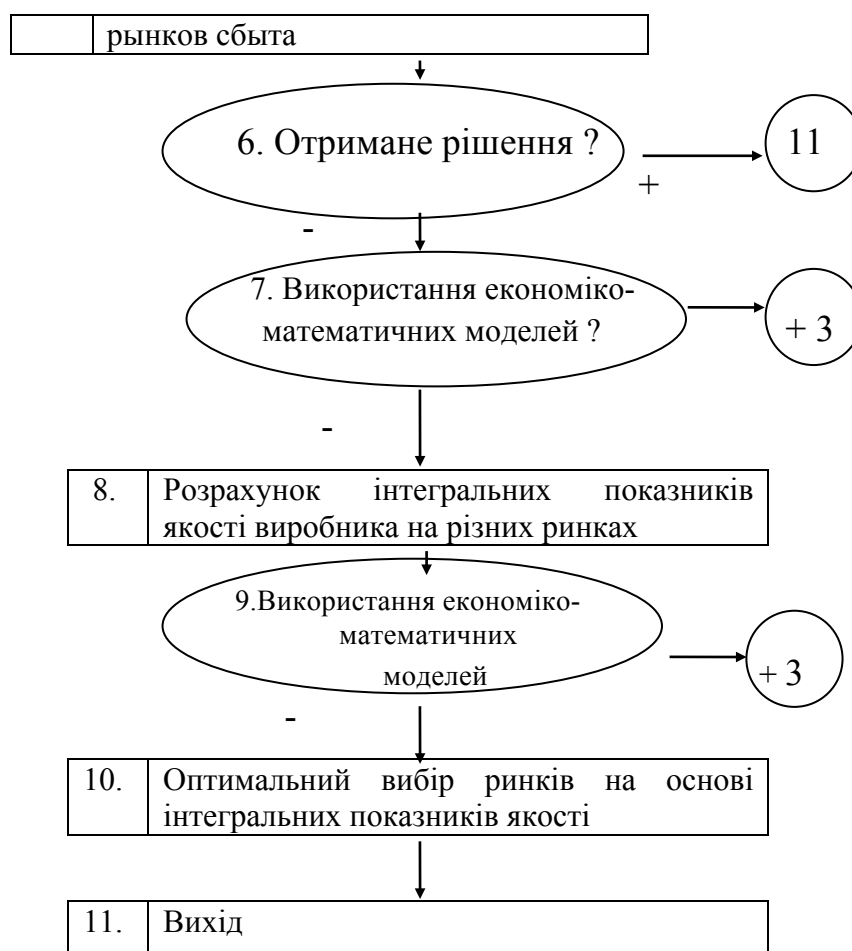


Рис. 3.3. Блок-схема комплексної процедури оптимального вибору та використання ринків сировини

3.2. Оцінка ринкового потенціалу окремих видів продукції та її виход на ринки

Розглянемо методику інтегральної кількісної оцінки й аналізу потенціалу окремих видів металургійної сировини на різних регіональних ринках. Основу методики становлять теоретичні результати дослідження, представлені в підрозділах 2.3, 2.4 і 3.1 цієї кваліфікаційної роботи.

Методика викладається на прикладі аналізу якості конструкційної та інструментальної сталі виробництва ПрАТ «Дніпрспецсталь» на основних цільових ринках. Для цього використовується інформація про параметри поставок продукції комбінатом за період з 2016 по 2018 роки.

Найважливіші характеристики поставок інструментальної та конструкційної сталі для аналізованих ринків (вибір ринків визначається тим, що вони є найбільш великими споживачами металопродукції) представлені в таблицях 3.1 та 3.2.

Таблиця 3.1

Характеристики
на основних ринках у 2018 р

	Середня ціна продукції, \$/т	Обсяг потреби в продукції, т	Загальна вартість поставок, тис. \$
Китай	124,6	47541	11866
США	136,4	62270	22754
ОАЕ	122,0	32043	7334
Туреччина	124,1	12688	3071
Тайвань	124,8	162568	39964

Характеристики інструментальної та конструкційної сталі на іноземних ринках визначають рівень її реалізації у їх найважливіших сегментах та потенційно зацікавленому колу споживачів, які забезпечуватимуть її переробку на відповідні засоби виробництва, участь у новому технологічному переділу та утворенню відповідної доданої вартості.

Металопродукція ПрАТ “Дніпрспецсталь” реалізується на зовнішніх ринках за прямими контрактами зі споживачами, які не обмежують її закупівлю, оскільки рівень переробки сировини є належним та достатнім.

Характеристики показників конкурентоспроможності продукції залежать від її застосування та рівня економічного стану в даному сегменті ринку, який встановлює відповідні закупівельні ціни.

Таблиця 3.2

Характеристики поставок конструкційної сталі
на основні ринки сировини у 2018 році

	Середня ціна	Обсяг поставок,	Загальна
--	--------------	-----------------	----------

	сировини, \$/т	т	вартість поставок, тис. \$
Китай	118,3	36621	671091
Туреччина	120,1	17163	345076
Тайвань	118,4	3159	57295
Італія	123,8	1433	34078
Македонія	121,0	1942	42154

Наприклад, для ринків сировини конструкційної сталі ринок США має найвищу ціну для цього виду продукції. Проте загальні обсяги та вартість поставок мають максимальну величину для ринку Тайваню.

Аналогічна ситуація має місце сировини для інструментальної сталі. Найбільші обсяги поставок відповідають ринку Китаю. Однак ціна реалізації сталі для китайського ринку одна з найнижчих. З іншого боку, ринок інструментальної сталі Італії характеризується максимальною ціною реалізації, але загальний обсяг поставок (як у натуральному, так і вартісному вираженні) в цю країну найнижчий з числа всіх аналізованих ринків.

Наведені приклади підтверджують необхідність побудови кількісної інтегральної оцінки якості ринків.

Для більш детального опису ринків сировини розглянутих видів металопродукції необхідно додатково визначити ряд інших одиничних показників якості. Весь комплекс використовуваних одиничних показників та їх значення представлені в таблицях 3.3 та 3.4.

Таблиця 3.3

Одиничні показники якості конструкційної сталі ПрАТ
“Дніпроспецсталь” на різних ринках сировини (2018 р.)

Показники	Китай	США	ОАЕ	Туреччина	Тайвань
Економічна ефективність поставок, %	3,4	51,4	-5,1	0,3	1,2

Середня ціна, \$/т	1249,6	1365,4	1229,0	1242,1	1245,8
Загальний обсяг поставок, т	47542	62270	32043	12688	162568
Інтенсивність конкуренції	0,97	0,49	1,0	0,99	0,98
Рівень стабільності	0,48	0,36	0,18	0,39	0,23
Динаміка ринку (2018 р. відносно 2017 р.), %	123,0	82,0	208,1	201,7	567,0

Одиничні показники можуть впливати на якість підприємства різноспрямовано, тобто забезпечувати постійну частку ринку в межах географічно визначеного простору.

Складним виглядає завдання для інструментальної сталі, яка забезпечуватиме належну частку ринку на ринку розвинутих країн для підприємства-постачальника.ї

При цьому відкриття представництва підприємства може бути здійснене за умови обсягу продаж, який має безперервний характер, забезпечує належний рівень ренатбельності, який дозволяє утримувати представництво та відповідний персонал. Підприємство відкриває представництво на ринку, де гарантовано забезпечується належний рівень якості продукції та підтверджується високий імідж підприємства (табл.3.4):

Таблиця 3.4

Одиничні показники якості
інструментальної сталі на різних ринках сировини (2018 р.)

Показники	Китай	Турція	Тайвань	Італія	Македонія
Економічна ефективність поставок, %	-7,8	1,1	-8,8	19,6	9,2
Середня ціна, \$/т	183,3	201,1	181,4	237,8	217,0
Загальний обсяг поставок, т	366212	171631	31591	14333	19426
Інтенсивність	1,0	0,99	1,0	0,80	0,91

конкуренції					
Рівень стабільності	0,30	0,40	0,19	0,19	0,25
Динаміка ринку (2018 р. відносно 2017 р.), %	97,9	1563,8	219,4	51,5	124,0

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

Показник економічної ефективності поставок металопродукції визначався як відношення різниці ціни реалізації (на умовах FOB за системою ІНКОТЕРМС - 2010) і собівартості продукції до останньої, виражене у відсотках.

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

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

В якості одиничних показників, які відображають динаміку кон'юнктури ринку на основних ринках сировини інструментальної та конструкційної сталі (як показники динаміки розглянутих ринків інструментальної сталі та конструкційної сталі) використовувалися індекси

загальних обсягів поставок (у грошовому вираженні) в 2018 році щодо 2017 року, які отримані в результаті аналізу даних форм консолідованої звітності IAS, які є у публічному доступі (табл.3.5; 3.6):

Таблиця 3.5

Показники варіації значень обсягів поставок та ціни конструкційної сталі

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

Показники варіації забезпечують можливість альтернативного застосування цінових коефіцієнтів, які визначаються ступенем привабливості того чи іншого товарного ринку для кожного виду продукції та для кожного товарного ринку. Показники значень та обсягів продукції, що реалізується залежать від сезонності продаж, що характерно для ПрАТ “Дніпроспецсталь” та визначаються рівнем сприятливості для того чи іншого виду продукції, які продаються на регіональних ринках (табл.3.6).

Таблиця 3.6

Показники варіації та значення об’ємів поставок для інструментальної сталі

	Коефіцієнт варіації об’ємів поставок	Коефіцієнт варіації середньої ціни поставок	Середньозважене значення коефіцієнта варіації
Китай	0,60	0,09	0,30
Туреччина	0,83	0,10	0,40

Тайвань	0,34	0,08	0,19
Італія	0,32	0,10	0,19
Македонія	0,50	0,07	0,25

Середні зважені значення коефіцієнтів варіації в таблицях 3.5 і 3.6 визначалися за формулою. Коефіцієнти значимості β в цьому співвідношенні обчислювалися за формулою (2.10), в якій α згідно таблиці 3.7 мають значення 0,18 - для показника загальних обсягів поставок (в тонах) і 0,23 - для показника середньої ціни. Відповідно, перерахунок здійснюється за формулою (2.10) і дає наступні результати: $\beta_1 = 0,41$ і $\beta_2 = 0,59$.

Збільшення кількості одиничних показників якості розглянутих видів металопродукції на аналізованих ринках в таблицях 3.3 та 3.4 ще більше ускладнило завдання їх дослідження - оцінки та ранжування за ступенем привабливості для виробника (постачальника) металургійної продукції.

Наприклад, для ринку США конструкційна сталь має найкращі показники по ціні та економічній ефективності поставок, інтенсивності конкурентних відносин, але при цьому володіє одним з найгірших значень показника рівня стабільності ринку і найнижчим показником динаміки. Ринок Тайваню характеризується максимальними обсягами поставок продукції і кращим показником динаміки, проте параметри економічної ефективності поступаються їх значенням для ринків США і Китаю. На ринку ОАЕ конструкційна сталь має краще серед розглянутих ринків значення рівня стабільності і найнижчі показники ефективності продажів.

Таким чином, розглянуті ринки металопродукції, як для конструкційної, так і інструментальної сталі в економіко-математичному плані утворюють ефективні множини, тобто кількість аналізованих ринків не можна скоротити за рахунок відсіювання найгірших з них (з погляду якості аналізованої продукції).

Для інтегральної оцінки якості розглянутих видів металургійної продукції на аналізованих ринках в першу чергу необхідно кількісно

визначити важливість (вагомість) окремих одиничних показників якості. У цій роботі ця задача вирішувалася експертним шляхом. Як вже зазначалося, даний підхід є основним при проведенні подібних досліджень. Для його реалізації залучалися фахівці, що мають великий досвід роботи на внутрішньому і зовнішніх ринках металопродукції. Результати експертної оцінки важливості одиничних показників якості розглянутої продукції на різних ринках сировини наведені в таблиці 3.7. Тут необхідно підкреслити, що система оцінок важливості окремих показників якості наведена в таблиці 3.7 безпосередньо відповідає сучасним умовам функціонування вітчизняних металургійних підприємств, при яких вони головним чином зацікавлені в підвищенні економічної ефективності реалізації своєї продукції.

Діяльність на зарубіжному ринку відображає показники попиту та цінову еластичність в залежності від кількісних показників попиту на продукцію, яка реалізується на тому чи іншому ринку.

Підприємство, яке виявляє активність на цільовому ринку може конкурувати переважно за рахунок ціни, як ключового фактору експортного потенціалу підприємства:

Таблиця 3.7

Кількісна оцінка ступеню важності одиничних показників якості

Показники	Оцінка важливості в баллах (максимальне значення оцінки - 10 балів)	Відповідні значення нормованих вагових коефіцієнтів α_i
Ціна продукції	10	0,26
Економічна ефективність продаж	10	0,26
Обсяг продаж (ємність ринку)	7	0,18
Ступень стабільності ринку	6	0,15
Інтенсивність конкуренції	4	0,1
Динаміка ринку	2	0,05

Для оцінки якості аналізованих видів продукції на кожному ринку будемо використовувати інтегральний показник $W3^*$. Вибір цього показника визначається тим, що в рамках проведеного дослідження ми не будемо прагнути отримати «жорстку» оцінку якості продукції на розглянутих ринках (інтегральні показники $W1$ або $W4$), тобто оцінку, яка б передбачала менші можливості компенсації відносно гірших значень одних одиничних показників якості за рахунок більш кращих значень інших. Це пов'язано з загальною економічною ситуацією в галузі, при якій металургійні підприємства зацікавлені в будь-яких прийнятних ринках сировини своєї продукції. Після вибору конкретної форми інтегрального показника якості наступним етапом загальної схеми його визначення (представленої на рис. 3.2) є стандартизація відповідних одиничних показників.

В принципі, для інтегрального показника $W3^*$ (без урахування деяких деталей, пов'язаних з можливим діапазоном стандартизованих значень одиничних показників) стандартизація може бути виконана шляхом застосування будь-якої з відповідних формул, наведених у підрозділі 1.3. Результати виконаної стандартизації наведені в таблицях 3.8 та 3.9.

Таблиця 3.8

Стандартизовані значення одиничних показників потенціалу на різних ринках
(2018 р.)

Показники	Китай	США	ОАЕ	Туреччин а	Тайвань
Економічна ефективність поставок, %	0,15	1,0	0,0	0,1	0,11
Середня ціна, \$/т	0,15	1,0	0,0	0,09	0,12
Загальний обсяг поставок, т	0,23	0,33	0,13	0,0	1,0
Інтенсивність конкуренції	0,94	0,0	1,0	0,98	0,96
Рівень стабільности	1,0	0,70	0,0	0,70	0,17
Динамика ринку	0,08	0,0	0,26	0,25	1,0

(2018 р. відносно 2017 р.), %					
-------------------------------	--	--	--	--	--

Для обчислення значень інтегрального показника W3 * далі необхідно розділити безліч використовуваних показників стану ринку на дві групи: підмножина показників-стимуляторів і підмножина показників-дестимуляторів. До першого належать такі показники як економічної ефективності поставок, середня ціна металопродукції, загальна величина її поставок, показник динаміки ринку (індекс обсягів поставок у вартісному вираженні).

Ефективність поставок визначається регулярністю обсягів, які споживає цільовий ринок, зростання цих обсягів, кількість рекламаций, які виникають під час реалізації контрактів, позитивна динаміка, яка формується у межах відповідного кількісного тренду.

Середня ціна на ринку металопродукції визначається в результаті взаємодії декількох факторів, в тому числі : аналогів – конкурентів, підприємств, ціну на сировинні ресурси, загальну економічну ситуацію, середньостроковий прогноз споживання продукції у суміжних галузях.

Таблиця 3.9

Стандартизовані значення одиничних показників якості інструментальної сталі на різних ринках сировини (2018 р.)

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

(2013 р. відносно 2011 р.), %					
-------------------------------	--	--	--	--	--

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

В якості еталонної точки інтегрального показника $W3^*$ будемо розглядати деяку «найгіршу» точку простору розглянутих одиничних показників. Координати цієї еталонної точки для стандартизованих значень одиничних показників ринку можуть бути визначені за формулами. Враховуючи проведене поділ показників на стимулятори і дестимулятори координатами еталонної точки в цьому випадку як для ринків інструментальної сталі, так і конструкційної сталі є наступні величини: для показників інтенсивності конкурентних відносин і стабільності ринку - 1, для інших - 0. У змістовному сенсі координати даної еталонної точки можуть інтерпретуватися як одиничні показники якості, які мають найгірші значення по всіх аналізованих ринків розглянутих видів металопродукції. Після визначення координат еталонної точки використовуючи дані таблиць 3.8 та 3.9 можна обчислити значення інтегральних показників якості для всіх аналізованих ринків сировини конструкційної та інструментальної сталі.

Результати обчислень наведені у таблицях 3.10 і 3.11.

Таблиця 3.10

Інтегральна оцінка якості інструментальної сталі на різних ринках сировини та їх ранжування з урахуванням динаміки

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

Тайвань	0,583	2
---------	-------	---

Враховуючи діапазон стандартизованих значень одиничних показників якості (вони змінюються від 0 до 1) зауважимо, що ідентичні значення інтегральних показників дасть і застосування формули (2.28). Сформована ситуація пояснюється обраною формою стандартизації показників, при якій величина «відстані» між «найгіршою» і «найкращою» еталонними точками простору одиничних показників $S_{хл} = 1$.

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

Таблиця 3.11

Інтегральна оцінка якості на різних ринках для конструкційної сталі та їх ранжування з урахуванням динаміки

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

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

Якщо говорити про ринки сировини інструментальної сталі, то безперечним лідером тут є США, інтегральна оцінка якості на ньому цієї продукції має величину досить близьку до її максимального значення

(рівному 1), а саме 0,808. Таке значення інтегрального показника (навіть при самому низькою величиною одиничного показника динаміки ринку) забезпечується в першу чергу за рахунок високої ціни і економічної ефективності реалізації розглянутого виду металопродукції на ринку США (зазначені показники мають не тільки максимальні абсолютні значення, а й найбільші експертні оцінки коефіцієнтів вагомості).

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

На третє місце, незважаючи на найнижчу ефективність продажів інструментальної сталі, вийшли ОАЕ, відтіснивши на четверте в загальному досить сприятливий ринок Китаю. Це пояснюється тим, що ОАЕ має найкраще серед усіх розглянутих ринків сировини значення показника стабільності. Китай же за цим показником займає останнє місце. Крім того, він не має показників, що мають найкращі значення. Поєднання цих обставин і визначило невисоку інтегральну оцінку якості інструментальної сталі на ринку Китаю і в підсумку - четверте місце в списку.

За сукупністю одиничних показників останнє місце за рівнем привабливості займає ринок Туреччини, інтегральна оцінка якого кількісні дуже близька до оцінки ринку Китаю.

Максимальний інтегральний показник для конструкційної сталі тут має ринок Італії. Його положення (як і для ринку інструментальної сталі США) визначається найкращими значеннями таких найважливіших одиничних показників, як ціна і ефективність продажів, а також найнижчим рівнем конкуренції і найвищою стабільністю даного ринку. Мало позначилися на величині інтегральної оцінки абсолютно гірші значення показників обсягів продажів і динаміки.

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

Третє місце в ранжированном за ступенем якості виробника (продавця) списку ринків займає Китай. Його позиція визначається дією двох протилежних факторів. З одного боку Китай має одні з найнижчих (гірше, хоча і дуже близькі за величиною, тільки у ринку Тайваню) значення найбільш вагомих одиничних показників ціни та ефективності продажів розглянутого виду продукції. З іншого боку ринок Китаю є найбільш ємним, далеко випереджаючи за цим показником всі інші аналізовані ринки конструкційної сталі.

Останні місця в упорядкованому списку ринків займають відповідно Тайвань і Туреччина. Тут примітний той факт, що незважаючи на значну розбіжність значень одиничних показників якості конструкційної сталі на зазначених ринках, величини їх інтегральних показників є практично рівними, т. я. з позицій виробника ступінь їх привабливості в цілому - однакова.

У зв'язку з цим становить інтерес визначення та аналіз інтегральних оцінок тільки для сучасного стану ринків (статичний варіант інтегральних показників).

Для вирішення цього завдання з переліку розглянутих одиничних показників повинні бути виключені показники динаміки і стабільності ринків, що в свою чергу потребують перерахунку нормованих коефіцієнтів вагомості α_i .

Зазначений перерахунок може бути виконаний за формулою аналогічною співвідношенню (2.10).

Значення статичного варіанту інтегральних показників якості розглянутих видів продукції на аналізованих ринках вказані в таблицях 3.12 і 3.13.

Таблиця 3.12

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

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

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

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

Найбільш суттєві зміни в нижній частині впорядкованого списку відбулися для розглянутих ринків конструкційної сталі. Тут на третю позицію вийшов ринок Китаю, а займав раніше це місце ринок ОАЕ перемістився в самий кінець списку. На четверту позицію з п'ятого місця перейшов ринок Туреччини. Така розстановка ринків в ранжованому списку відображає сучасний рівень привабливості ринків конструкційної вуглецевої сталі.

Таблиця 3.13

Інтегральна оцінка якості конструкційної сталі на різних ринках та їх ранжування (статичний варіант)
(статический вариант)

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

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

3.3 Комплексна оцінка потенціалу українського виробника металопродукції на різних ринках

У попередньому параграфі на прикладі конструкційної та інструментальної сталі була розглянута методика інтегральної оцінки потенціалу окремих видів металопродукції на різних регіональних ринках і їх ранжирування, проведено аналіз ступеня привабливості основних ринків сировини зазначених видів металургійної продукції виробництва ПрАТ «Дніпроспецсталь» з метою відкриття представництва.

У зв'язку з цим є природною і актуальною постановка задачі визначення інтегральних оцінок якості всієї сукупності видів продукції, що випускається підприємством, для аналізованих ринків, або, іншими словами,

задача оцінки якості на ринках не окремих видів продукції, а її виробника в цілому.

Даний підрозділ магістерської роботи присвячений методиці вирішення даного завдання, виклад якої здійснюється на прикладі інтегральної оцінки потенціалу ПрАТ "Дніпроспецсталь" на різних регіональних ринках для своєї продукції. Основними видами металопродукції підприємства є конструкційна, інструментальна, підшипникова, нержавіюча жаростійка сталь, товарні зливки та прутки. На перераховані види продукції в 2018 році припадало 87% обсягу (у грошовому вираженні) всіх відвантажень металургійного підприємства.

Вибір аналізованих ринків сировини основних видів металургійної продукції ПрАТ "ДСС" визначався двома обставинами. По-перше, дані ринки є одними з найбільш ємних для розглянутих видів продукції, і, по-друге, - вони можуть розглядатися як представники найбільших регіональних ринків продукції чорної металургії та спеціальних сталей.

Для підприємства-виробника немає принципової різниці у напрямку організації поставок, оскільки сучасна логістика дозволяє здійснювати доставку продукції з мінімальними видатками часу та ресурсів. Найбільш перспективними вважається ринки ЄС на які, в межах угоди про асоціацію буде суттєво знижено нетарифні бар'єри.

Таблиця 3.14

Одиничні показники якості основних видів продукції ПрАТ
"Дніпроспецсталь"

Показники	Китай	США	ОАЕ	Туреччина	Тайвань	Італія	Македонія
Економічна ефективність поставок, %	-2,4	25,5	-1,8	0,9	0,4	4,1	21,3
Середня ціна, \$/т	1190,7	1222,3	1210,2	1214,8	1235,3	1164,9	1196,6
Загальний обсяг поставок, тыс. т	561,5	229,6	104,7	302,2	194,2	264,5	119,4

Інтенсивність конкуренції	1	0,75	1	0,99	0,99	0,96	0,79
Рівень стабільності	0,345	0,295	0,360	0,407	0,214	0,487	0,436
Динаміка ринку (2018 г. відносно 2017 р.), %	105,5	184,0	624,8	315,2	301,0	658,8	415,5
Відповідність номенклатури виробництва потребам ринку, %	100,0	67,0	67,0	83,0	33,0	83,0	33,0

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

Зауважимо, що визначення показників Нс і Нс *, описаних у підрозділі 2.3 і характеризують відповідність структури виробництва даного підприємства аналізованого ринку, в даному випадку важко, тому, що окремі види продукції металургійного підприємства (наприклад, чавун, сляби, гарячекатаний рулон) одночасно можуть бути як кінцевим продуктом, реалізованим покупцям, так і піддаватися подальшій обробці для отримання інших видів кінцевої металопродукції: інструментальної, конструкційної сталі та ін.).

Таблиця 3.15

Загальний обсяг і ціна на основних ринках продукції

	Загальний обсяг поставок сировини, тис. \$	Закупівельна вартість отриманої сировини тис. \$
Китай	107096,1	109703,9
США	51050,9	40677,5
ОАЕ	22020,4	22427,3
Туреччина	64904,1	64309,3

Тайвань	45693,5	45524,2
Італія	43622,8	41888,8
Македонія	23466,6	19351,8

Показник економічної ефективності поставок металопродукції розраховувався аналогічно показнику для окремого виду продукції (попередній підрозділ роботи). При цьому використовувалися дані про сумарні обсяги відвантажень (у грошовому вираженні) для всіх розглянутих видів продукції на відповідні ринки і їх загальної собівартості, які містяться в таблиці 3.15.

Розраховані значення одиничних показників ПрАТ "Дніпроспецсталь" (основної номенклатури його продукції) на різних ринках сировини за станом на 2017 рік представлено в таблиці 3.14. Коротко опишемо методи їх визначення.

Відзначимо також, що собівартість окремих видів металопродукції, зазначена в таблицях програми, визначалася за даними таблиці 3.16, які для порівнянності були перераховані в \$/т за середньорічним курсом.

Таблиця 3.16

Собівартість сировини для основних видів продукції ПрАТ
"Дніпроспецсталь" (металобрухт та феросплави)

Вид продукції	1995 р. крб/т	2000 р. грн/т	2005 р. грн/т	2010 р. грн/т
Конструкційна легована сталь	122742356	1276,27	1264,48	1330,03
Інструментальна вуглецева сталь сталь	127555186	1401,7	1341,38	1377,57
Підшипнкова сталь	128986641	1411,89	1392,98	1484,27
Нержавіюча никелева сталь	133739653	1468,53	1484,58	1588
Жаротривка сталь	154900000	1525,25	1489,9	1644,06
Товарні зливки	150027000	1480,66	1470,44	1576,22

Середня ціна реалізації продукції на кожному ринку визначалася як відношення сумарних обсягів відвантажень в грошовому і натуральному вираженні відповідно. Цей показник є дуже суттєвою характеристикою якості виробника, т. к. він відображає ефективність реалізації продукції по всіх її видах (продаваним на аналізованому ринку) в цілому.

Разом з тим важливість даного показника в системі всіх показників не слід абсолютизувати. Про це, зокрема, свідчать значення показників економічної ефективності поставок і їх середньої ціни для ринку Італії. Як видно з таблиці 3.14 величина показника середньої ціни для даного ринку є найнижчою з усіх аналізованих ринків. Однак значення економічної ефективності поставок металопродукції на ринок Італія одне з кращих, поступається тільки ринкам США та Македонії.

Таблиця 3.17

Основні характеристики поставок металопродукції на ринок Італії

Вид продукції	Собівартість, \$/т	Середня ціна реалізації, \$/т	Обсяг поставок, т
Конструкційна легована сталь	1135,5	1197,0	102044
Інструментальна вуглецева сталь	1155,0	1182,1	123210
Підшипнкова сталь	1198,8	1237,8	14333
Нержавіюча никелева сталь	1241,4	1316,8	20341
Жаротривка сталь	1264,4	1313,1	4556
По всіх видах продукції		1164,9	264484

Сформована ситуація пояснюється взаємодією двох факторів. З одного боку, на ринку Італії в значних обсягах реалізується чавун, що має дуже низьку ціну і економічну ефективність продажів. З іншого - інші види продукції мають високі значення даних показників (табл. 3.17).

Зі сказаного випливає, що така відмінність показників середньої ціни та економічної ефективності для випадку аналізу якості окремих видів продукції на відповідних ринках не виникає.

Той факт, що показник середньої ціни при аналізі ринку не для одного виду продукції, а деякої їх сукупності не завжди в повній мірі відображає ефективність її реалізації, може бути врахований за допомогою відповідного вибору значення відповідає йому коефіцієнта вагомості при інтегральній оцінці їх якості.

Показник загальних обсягів поставок металопродукції в натуральному вираженні на кожен з розглянутих ринків визначався з даних по відвантаженнях металу.

Кількісна оцінка інтенсивності конкурентних відносин розраховувалася аналогічно тому, як це здійснювалося для ринків сировини окремих видів металургійної продукції (підрозділ 3.2 роботи).

Управління показниками, які встановлюються для різних видів продукції здійснюється залежно від способу виходу на цільовий ринок та рівня забезпечення продукцією, оскільки підприємство контролює витрати на організацію збуту залежно від ринку, який дозволяє належним чином фінансувати проєдставництво та його витрати.

Визначення величини рівня стабільності аналізованих ринків за всіма видами реалізованої металопродукції здійснювалось шляхом обчислення середніх зважених коефіцієнтів варіації для часових рядів показників середньої ціни і загальних обсягів поставок металу (у натуральному вираженні) на розглянуті ринки. Результати розрахунків коефіцієнтів варіації і їх середні зважені значення наведені в таблиці 3.18. Значення ваг важливості окремих коефіцієнтів варіації розраховувалися за даними таблиці 3.20 і складають для коефіцієнтів варіації ціни - 0,58, загальних обсягів поставок - 0,42.

Таблиця 3.18

Показники варіації обсягів та середньої ціни поставок основних видів металургійної продукції

	Коефіцієнт варіації обсягів поставок	Коефіцієнт варіації середньої ціни поставок	Середньозважене значення коефіцієнта варіації
Китай	0,691	0,095	0,345
США	0,528	0,127	0,295
ОАЕ	0,745	0,082	0,360
Туреччина	0,738	0,168	0,407
Тайвань	0,448	0,045	0,214
Італія	0,975	0,133	0,487
Македонія	0,946	0,067	0,436

Дані таблиці 3.18 в першу чергу призначені для використання при розрахунку інтегральних показників потенціалу виробника. Проте їх безпосередній аналіз, зокрема, дозволяє зробити висновок про те, що середня ціна реалізації продукції для всіх розглянутих ринків є значно більш стабільним показником, ніж обсяги поставок на них.

Разом з тим, тут необхідно визнати, що невелика довжина відповідних часових рядів трохи знижує надійність статистичних висновків, отриманих в результаті їх обробки. Проте головне в цьому випадку не стільки точність обчислення окремих показників (до речі, для решти показників зазначеної проблеми не існує), скільки демонстрація методики інтегральної оцінки та аналізу якості виробника металургійної сировини на різних ринках.

Величина показника динаміки ринків оцінювалася за допомогою індексів загальної вартості поставок металу всіх видів в 2018 році щодо 2017 року.

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

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

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

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

Відкриття представництва підприємства на цільовому ринку забезпечує:

- скорочення часу на проведення операцій з продажу продукції, яка є предметом контрактів;
- знаходження більш вигідних контрактів серед напрямків попиту, які виникають на цільовому ринку;
- забезпечення збільшення обсягу закупівель з огляду на участь у тендерах, які проводять відповідні державні замовники.

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

Таблиця 3.19

Стандартизовані одиничні показники якості основних видів сировини
для ПрАТ “Дніпроспецсталь” на різних ринках (2018 р.)

Показники	Китай	США	ОАЕ	Туреччина	Тайвань	Італія	Македонія
Економічна ефективність поставок, %	0,0	1,0	0,02	0,12	0,10	0,23	0,85
Середня ціна, \$/т	0,37	0,82	0,64	0,71	1,0	0,0	0,45
Загальний обсяг поставок, т	1,0	0,27	0,0	0,43	0,20	0,35	0,03
Інтенсивність конкуренції	1,0	0,0	1,0	0,96	0,96	0,84	0,16
Рівень стабільності	0,48	0,30	0,53	0,71	0,0	1,0	0,81
Динамика ринку (2013 р. відносно 2011 р.), %	0,0	0,14	0,94	0,38	0,35	1,0	0,56
Відповідність номенклатури виробництва потребам ринку %	1,0	0,51	0,51	0,75	0,0	0,75	0,0

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

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

Аналізуючи таблицю 3.20 ще раз підкреслимо, що наведені в ній значення вагових коефіцієнтів відповідають пріоритетам сучасного стану підприємств чорної металургії і надалі можуть бути змінені.

Таблиця 3.20

Кількісна оцінка ступеня важливості
окремих показників якості

Показники	Оцінка важливості в балах (максимальне значення оцінки – 10)	Відповідні значення нормованих вагових коефіцієнтів α_i
Ціна сировини	10	0,24
Економічна ефективність закупівель	10	0,24
Обсяг закупівель (ємкість ринку)	7	0,17
Ступень стабільності ринку	6	0,14
Інтенсивність конкуренції постачальників	4	0,09
Динаміка ринку	2	0,05
Відповідність якості сировини виробництва потребам ринку	3	0,07

Значення інтегрального показника якості ПрАТ "ДСС" - W3 * для розглянутих ринків металургійної сировини містяться в таблиці 3.21.

При обчисленні інтегрального показника, використовувані в ньому координати еталонної точки були ті ж, що і для випадку аналізу ринків окремих видів продукції, плюс координата 0 - для нового одиничного показника Н.

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

ринку товстого листа. Це означає, що реалізація інших видів металопродукції на ринку США є менш привабливим). Лідируюче положення даного ринку забезпечується за рахунок найвищою середньою ефективності продажу металу на ньому, яка значно перевершує інші ринки сировини.

Конкуренцію в плані даного показника США може скласти тільки ринок Македонії. Однак інші найважливіші показники, що визначають на даному ринку рівень якості виробника (що мають найбільші вагові коефіцієнти), близькі до мінімальних. Все це в комплексі забезпечує ринку Македонії тільки четверте місце в ранжированном списку з оцінкою 0,554.

Таблиця 3.21

Інтегральна оцінка якості ПрАТ "ДСС"
на різних ринках і їх ранжування
(з урахуванням динаміки)

Ринок (країна)	Інтегральна кількісна оцінка якості	Порядковий номер у ранжованому списку регіонів
Китай	0,557	3
США	0,769	1
ОАЕ	0,438	6
Туреччина	0,463	5
Тайвань	0,629	2
Італія	0,354	7
Македонія	0,554	4

Трохи більш високу оцінку - 0,557 і третє місце в списку зайняв ринок металургійної сировини Китаю. Китайський ринок має найвищі обсяги продажів металургійної продукції. Цей показник у Китаю значно перевищує його значення для інших ринків. Наприклад, обсяг продажів металу до

Туреччини, яка має друге місце за вказаною показником, майже в 2 рази нижче, ніж в Китаї. Разом з тим, показник економічної ефективності для даного ринку найнижчий, інші показники в основному мають середні значення. Їх сумарна дія забезпечило ринку Китаю третю позицію в списку, ранжированном згідно значень інтегрального показника якості ПрАТ "ДСС" на розглянутих ринках.

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

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

Ринок ОАЕ володіє найгіршим значенням показника загальних обсягів поставок металу і негативною ефективністю продажів, яка нижче тільки у ринку Китаю. Зазначені значення найважливіших показників якості виробника на ринках металургійної продукції і забезпечили йому шосте, передостанній місце в упорядкованому списку аналізованих ринків. Ринок ОАЕ являє собою вільну економічну зону, яка виступає у вигляді транзитного коридору для

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

Значення інтегральних показників якості ПрАТ "ДСС" на розглянутих ринках металопродукції, отримані тільки на основі одиничних показників їх фіксованого стану, наведені в таблиці 3.23.

Далі, як і для випадку ринків окремих видів металопродукції, проаналізуємо вплив передісторії їх розвитку на інтегральну оцінку якості в сучасних умовах. Для цього при обчисленні зазначеної оцінки виключимо з розгляду показники динаміки і стабільності ринків. Це в свою чергу вимагає перерахунку коефіцієнтів вагомості одиничних показників α_i , нові значення яких наведені в таблиці 3.22.

Таблиця 3.22

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

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

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

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

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

У найпростішому випадку з метою підвищення загального рівня якості виробника на всіх регіональних ринках згідно з формулою (1.1) необхідно максимально можливо збільшити обсяги поставок (інтенсивність використання) для тих ринків, які мають великі значення інтегральних оцінок якості.

Таблиця 3.23

Інтегральна оцінка потенціалу ПрАТ "Дніпроспецсталь" на різних ринках та їх ранжування
(Статичний варіант)

Ринок (країна)	Інтегральна кількісна оцінка якості	Порядковий номер у ранжованому списку ринків
Китай	0,583	3
США	0,802	1
ОАЕ	0,377	6
Туреччина	0,490	5
Тайвань	0,549	4
Італія	0,308	7
Македонія	0,594	2

В цілому збільшили значення інтегральних оцінок потенціалу ПрАТ "Дніпроспецсталь" на них ринки Китаю, США, Туреччини, Македонії.

Зменшилися значення інтегрального показника у ринків ОАЕ, Тайваню та Італії. Це означає, що передісторія розвитку ринків першої групи надавала негативний вплив на їх інтегральну оцінку сучасного стану (з урахуванням динаміки), а для другої - такий вплив був позитивним фактором. Дана обставина необхідно враховувати при виборі варіанту (динамічного або статичного) інтегральної оцінки якості виробника на регіональних ринках.

Організація представництва підприємства в країні цільового ринку є складним юридичним та організаційним процесом, якому передують розробка кошторисної документації та оформлення юридичних питань.

Виходячі з аналізу потенціалу підприємства на закордонних ринках існує доцільність відкриття представництва підприємства в двох регіонах. Перший регіон, який охопить країни Європейського Союзу – Македонія. Інший регіон, який охопить східних та південних партнерів, це ОАЕ. Доцільність відкриття представництва у Македонії зумовлена високим потенціалом ринку Східної Європи. На цьому ринку існує стабільний рівень зростання поставок продукції підприємства (у середньому + 16,5%) обсягу поставок кожного року, на протязі останніх 3-х років. У грошовому вимірі, обсяг поставок до Македонії склав 14 млн. доларів у 2018 році. Рентабельність поставок складає 15%, що надає +9% до середньої рентабельності поставок на підприємстві. Таким чином, кошторис на утримання представництва підприємства в Македонії не може перевищувати 1,1 млн. доларів на рік. Треба зазначити, що витрати на утримання представництва підприємства в Македонії складатимуть 112 тис. доларів на рік, що включає до себе утримання офісу (23 тис. дол. на рік), оплату праці трьох менеджерів (38 тис. доларів на рік), місцеві податки та збори (6 тис. доларів на рік), інші витрати (45 тис. доларів на рік).

Створення представництва у Республіці Македонія надасть можливість збільшити обсяг контрактів у Східній Європі на 18% у наступному році, що збільшить обсяг продаж на 1,2 млн. доларів та виправдає створення відокремленого підпроділу.

Створення представництва підприємства в ОАЕ має доцільність у зв'язку із високим потенціалом активності підприємства на східному ринку. Обсяги продаж безпосередньо на ринку ОАЕ є незначними, проте існує доцільність відкриття представництва у вільній економічній зоні Jabeel-Ali. Витрати на відкриття та роботу представництва будуть мінімальними – разом 60 тис. доларів на рік. Доцільність відкриття зумовлена можливістю укладення контрактів з клієнтами з третіх країн, зі звільненням від митного оформлення, оскільки представництво виконуватиме функції контрактоутримувача та користуватиметься митними привілеями, які надає вільна економічна зона.

Умовою роботи представництва, яке зареєстроване в ОАЕ є відсутність можливості проведення операцій в країні-резиденті, тобто купівля-продаж продукції у країнах, які не відносяться до даної економічної зони.

Другою умовою роботи представництва є необхідність прийому на роботу секретаря, який має місцеву реєстрацію (громадянство). Підприємство має орендувати (або оформити у власність) офіс, який використовуватиметься для операційної діяльності.

Підприємство, яке функціонує в умовах ринку має бути забезпечене контрактами та відповідним обсягом замовлень. Робота представництва у вільній економічній зоні передбачає високу конкуренцію за споживача та висококонкурентний рівень цін, який встановлюється ринком та забезпечує належну конкуренцію. Функції представництва, як в ОАЕ так і Македонії зводяться до наступного:

- митне оформлення (за відповідних умов поставки) та організація митного забезпечення;
- організація контролю якості, безпеки та відповідності стандартам вантажу, який належить підприємству;
- участь у державних закупівлях та конкурсних торгах;
- організація транзиту абор реекспорту вантажу, який належить підприємству;

- забезпечення реклами або просування підприємства на ринку іншим чином.

Робота представництва забезпечуватиме вищий рівень продаж на цільовому ринку, аніж робота по прямих контрактах.

Діяльність підприємства через представництва та призначення відповідальних менеджерів, які обізнані у місцевій корпоративній культурі, звичаях, розуміють порядок проведення та організації державних та корпоративних закупівель, збільшує обсяги продаж у публічних закупівлях та підвищує експортний потенціал підприємства в цілому.

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

Кваліфікаційна робота магістра на тему “Просування продукції ПрАТ «Дніпроспецсталь в умовах економічної кризи»» є комплексним науковим дослідженням проблеми організації роботи закордонного представництва підприємства ПрАТ “Дніпроспецсталь” в одній з іноземних країн, куди відбуваються поставки продукції підприємства.

Актуальність теми організації представництва зумовлена зростанням конкуренції в металургійній галузі та необхідності підвищення обсягів продаж підприємства на зарубіжних цільових ринках, забезпечення високого рівня продаж, участі у державних закупівлях, збору та аналізу інформації тощо.

Мета дослідження – проаналізувати ефективність організації постачання продукції підприємства ПрАТ “Дніпроспецсталь” та запропонувати схему продажу через представництво, яка підвищує ефективність продаж на іноземних ринках.

Для досягнення мети необхідно вирішити наступні завдання:

- проаналізувати сутність та структуру виробничого процесу на підприємстві;
- описати зміст та сутність ринкових процесів, які відбуваються на відповідному ринку;

- запропонувати методичний апарат для аналізу якості сировини на основі одиничних показників – факторів якості;
- дати організаційно-економічну характеристику об'єкту дослідження ПрАТ “Дніпроспецсталь”;
- проаналізувати основні аспекти організації продаж підприємства;
- розробити адекватну схему відкриття та організації роботи представництва.

Об'єкт дослідження у кваліфікаційній роботі – Приватне акціонерне товариство “Дніпроспецсталь”.

Предмет дослідження – фінансово-господарська діяльність підприємства за період з 2011 по 2018 роки.

В першому розділі аналізується сутність виробничого процесу, який складається з наступних етапів:

1. Постачання сировини, яка складається з наступних елементів:
 - феросплави, які визначають природу кінцевого продукту та його властивості та металобрухт, який складає основу шихти, тобто предмету праці, який обробляється у технологічному процесі, залізорудна сировини, яка теж обробляється у технологічному процесі.
2. Підготовка сировини, яка полягає у її приведення до необхідної форми, вигляду та консистенції перед її спрямуванням до електротермічної пічки – основного технологічного процесу у виплавці сталі.
3. Переробка сировини, яка полягає у термічному впливі (1500 градусів) на шихту, який руйнує попередню кристалічну решітку руди та утворює нову, яка характерна для готового продукту.
4. Надання готовій продукції належної форми та розміру: стандартного, що відповідає ДСТУ або нестандартного виду, який відповідає специфічним вимогам окремих клієнтів.
5. Розміщення продукту на складі готової продукції – підготовка до відвантаження клієнтові.

Можливості сучасної логістики такі, що постачання продукції в будь-який регіон світу є економічно доцільним, тобто транспортний тариф не

перевищує різницю в собіварості та, відповідно ціні, яка виникає на різних підприємствах галузі. В цьому контексті найбільш важливим є правильний вибір цільового ринку для забезпечення організації продаж та відкриття представництва. Ринкові потреби зумовлюються можливостями клієнтів, які ставлять конкурентні умови перед постачальником. Ці умови стосуються, передусім якості продукції та її ціни.

Для прийняття рішення про відкриття представництва в тій чи іншій країні, необхідно співвіднести вигоди від відкриття представництва з витратами, які несе підприємство в результаті роботи представництва.

Якість визначається, як спроможність підприємства забезпечувати потребу клієнта, а для ринку засобв виробництва – належний рух виробничого процесу.

Встановлюються критерії якості, в тому числі: ціна, собівартість, ринкова активність, якість (технічний рівень продукції) та їх відносні значення – коефіцієнти, які визначають результат виробничого процесу.

В другому розділі описується діяльність підприємства – ПрАТ “Електрометалургійний завод “Дніпроспецсталь”

ПрАТ “Дніпроспецсталь” є єдиним в Україні виробником спеціальних сталей зі особливими якостями (нержавіючі, жаростійкі, інструментальні). Підприємство виробляє 160 – 175 тис. тон легованої сталі на рік. Легована сталь, це така сталь, що має високі експлуатаційні характеристики, які суттєво відрізняють її від виробів з чорних металів (жаростійкість, твердість, корозійна стійкість) та мають високе функціональне значення.

Доход підприємства складає від 2,4 до 3,6 млрд. грн. на рік. На експорт спрямовується близько 65-70% продукції підприємства. Собівартість виробництва продукції висока та складає близько 90% ринкової ціни, а в деякі періоди дорівнює їй.

Основними видами продукції є легована сталь: конструкційна, інструментальна, нержавіюча, жаростійка, підшипникова у різних формах, в тому числі чушках, зливках, прутках.

Основні матеріальні складові собівартості продукції: металобрухт (38%); феросплави (ферохром, феронікель, ферованадій, феромолібден, феромарганець) - 22%; електроенергія (18%), природний газ – (4%).

Підприємство складається з 3-х основних цехів, де безпосередньо, відбувається виплавка сталі) та 11 допоміжних цехів.

На підприємстві у 2018 році працювали 5612 осіб, серед яких 82% складає виробничо-промисловий персонал. Чисельність персоналу постійно зменшується, що пов'язується із кадровою політикою власників.

Основними зовнішніми ринками для продукції підприємства є: Італія, Македонія, США, Туреччина, Китай, ОАЕ, Тайвань. В роботі розглянуті відповідні цільові ринки.

Кризові явища на ринку зумовлені обставинними, які суттєво зменшують обсяги попиту та споживання предмету угод – продукції, яка продається, значне зменшення кількості споживачів та обсягів продажу продукції.

Сам по собі ринок означає місце, з якого/на яке постачається продукція або резидентність фірми, яка є стороною контракту.

В третьому розділі було здійснено порівняльний аналіз ринкового потенціалу підприємства різних регіонах світу. Було з'ясовано залежності, які спостерігаються на ринках, а саме: найбільш привабливі ринки мають найбільш високі показники ціни, активність конкурентів, при цьому - найнижчі обсяги поставок продукції підприємства. Такими ринками є: ринок США, на який постачається тільки один вид продукції – інструментальна сталь у зливках, за найвищою ціною – 948 доларів США за тону (на 147 доларів вище, аніж на європейському ринку), але у обмежених обсягах; ринок Тайваню, де ціна на асортимент металопродукції на 112 доларів вища, аніж на ринку Китаю), проте є низький попит на продукцію та, відповідно незначний обсяг продаж; Італія – ринок на якому є велика конкуренція місцевих європейських виробників, обсяг продаж поступово зростає, але

зростає і вимога до якості, ринок ОАЕ, який є найбільш перспективним щодо постачання конструкційної сталі.

З'ясовано, що жоден з розглянутих ринків не відповідає умовам, які б повністю задовольняли підприємство, а саме: ціна, яка не стає нижчою за собівартість, кількість, яка зростає, або залишається стабільною, конкуренція, яка є помірною.

Найбільш привабливими ринками для підприємства є ринки США та Італії де існує стабільний попит на продукцію з низьким рівнем переробки (товарі зливки) за найвищою ціною 768 – 948 дол. США за тону, значна кількість прямих контрактів на поставку продукції та великий обсяг збуту – 22 млн. доларів та 28 млн. доларів на рік, відповідно.

Витрати на відкриття (реєстрацію, оформлення та запуск офісу) та забезпечення роботи представництва підприємства в США складають 150 тис. доларів на рік. Перевищення рентабельності продаж над середньою рентабельністю продаж підприємства в США складає 18%, що в грошовому вимірі складає 140 тис. доларів на рік. Окрім того, на ринку США присутні тільки 2 основних споживача – компанії Trident Ltd та Avelage Trade LLC., які споживають стабільний об'єм продукції підприємства. Таким чином, відкриття представництва є недоцільним, оскільки збільшення обсягу поставок є малоімовірним, а витрати не перевищують вигоду.

Витрати на відкриття (реєстрацію, оформлення та запуск офісу) та забезпечення роботи представництва підприємства в Італії складають 180 тис. доларів на рік. Перевищення рентабельності продаж над середньою рентабельністю продаж підприємства в Італії складає 18%, що в грошовому вимірі складає 165 тис. доларів на рік. Окрім того, на ринку Італії присутній тільки 1 основний споживач – компанія Monetta, як споживає стабільний об'єм продукції підприємства. Таким чином, відкриття представництва є недоцільним, оскільки збільшення обсягу поставок є малоімовірним, а витрати не перевищують вигоду.

Виходячі з аналізу потенціалу підприємства на закордонних ринках існує доцільність відкриття представництва підприємства в двох регіонах. Перший регіон, який охопить країни Європейського Союзу – Македонія. Інший регіон, який охопить східних та південних партнерів, це ОАЕ. Доцільність відкриття представництва у Македонії зумовлена високим потенціалом ринку Східної Європи. На цьому ринку існує стабільний рівень зростання поставок продукції підприємства (у середньому + 16,5%) обсягу поставок кожного року, на протязі останніх 3-х років. У грошовому вимірі, обсяг поставок до Македонії склав 14 млн. доларів у 2018 році. Рентабельність поставок складає 15%, що надає +9% до середньої рентабельності поставок на підприємстві. Таким чином, кошторис на утримання представництва підприємства в Македонії не може перевищувати 1,1 млн. доларів на рік. Треба зазначити, що витрати на утримання представництва підприємства в Македонії складатимуть 112 тис. доларів на рік, що включає до себе утримання офісу (23 тис. дол. на рік), оплату праці трьох менеджерів (38 тис. доларів на рік), місцеві податки та збори (6 тис. доларів на рік), інші витрати (45 тис. доларів на рік).

Створення представництва у Республіці Македонія надасть можливість збільшити обсяг контрактів у Східній Європі на 18% у наступному році, що збільшить обсяг продаж на 1,2 млн. доларів та виправдає створення відокремленого підрозділу.

Створення представництва підприємства в ОАЕ має доцільність у зв'язку із високим потенціалом активності підприємства на східному ринку. Обсяги продаж безпосередньо на ринку ОАЕ є незначними, проте існує доцільність відкриття представництва у вільній економічній зоні Jabeel-Ali. Витрати на відкриття та роботу представництва будуть мінімальними – разом 60 тис. доларів на рік. Доцільність відкриття зумовлена можливістю укладення контрактів з клієнтами з третіх країн, зі звільненням від митного оформлення, оскільки представництво виконуватиме функції

контрактоутримувача та користуватиметься митними привілеями, які надає вільна економічна зона.

Функції представництва, як в ОАЕ так і Македонії зводяться до наступного: митне оформлення (за відповідних умов поставки) та організація митного забезпечення; організація контролю якості, безпеки та відповідності стандартам вантажу, який належить підприємству; участь у державних закупівлях та конкурсних торгах; організація транзиту абор реекспорту вантажу, який належить підприємству; забезпечення реклами або просування підприємства на ринку іншим чином. Робота представництва забезпечуватиме вищий рівень продаж на цільовому ринку, аніж робота по прямих контрактах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абабков В. Т. Некоторые вопросы обеспечения качества металлопродукции в условиях рыночной экономики // Сталь. - 2014. - №10. - С. 86 - 88.
2. Азгальдов Г. Г. Теория и практика оценки качества продукции (основы квалиметрии). - М.: Экономика, 1982.- 256 с.
3. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. - М.: Центр экономики и маркетинга, 2006. - 208 с.
4. Акулов В.К. Экономические принципы управления в рыночных условиях // Металл и литье Украины. - 2009.- №№ 9 - 10. - С. 26 - 27.
5. Андреева О.Д. Технология бизнеса: маркетинг. - М.: ИНФРА.М - НОРМА, 2007. - 224 с.
6. Аничкина В.Л., Погожев И.Б. Определение коэффициентов весомости при комплексной оценке качества по номинальным и предельно допустимым значениям показателей // Стандарты и качество. - 1971. - №12. - С. 33-36.
7. Астахова И. Повышение конкурентоспособности изделий // Бизнес Информ. – 2007. - №21. - С. 71 – 74.

8. Афанасьев М. Л. Маркетинг: стратегия и практика фирмы. - М.: АО Финстатинформ, 2005. - 112 с.
9. Балака Е. Прогнозирование цены и конкурентоспособности новых изделий // Бизнес Информ. – 2009. - №5-6. - С. 93 – 94.
10. Бойченко Б.М., Поляков В.Ф. Состояние и проблемы сталеплавильного производства Украины // Металл и литье Украины. - 2009. - № 1-2. - С. 3 - 5.
11. Большаков В. Научно-техническое обеспечение программы развития металлургии Украины // Металл Украины. - 2007. - №4. - С. 4-5.
12. Будникова Л. С. Совершенствование основных производственных фондов как фактор повышения конкурентоспособности продукции // Обновление продукции и конкурентоспособность. - М.: МДНТП, 2011. - С. 91 - 93.
13. Буркинский Б.В., Стрелец А.А. Экономическая оценка конкурентоспособности. - Одесса: Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, 2008. - 45 с.
14. Вайсман А. Стратегия маркетинга: 10 шагов к успеху; Стратегия менеджмента: 5 факторов успеха. - М.: АО Интерэкспорт, Экономика, 2005. - 344 с.
15. Вальтух К. К. Целевая функция потребления: анализ и практическое использование. Новосибирск: Наука, 2000. - 384 с.
16. Василенко Ю. Структурные изменения в экспортной деятельности Украины // Экономика Украины. - 2008. - №7. - С. 70 - 76.
17. Гальвановский М., Жуковская В., Трофимова И. Конкурентоспособность в микро-, мезо-, и микроуровневом измерениях // Российский экономический журнал. – 2008. - № 3. - С. 67 – 78.
18. Гилл Ф., Мюррей У., Райт М. Практическая оптимизация. - М.: Мир, 2005. - 509 с.
19. Голубков Е.П. Маркетинг: стратегии, планы, структуры. - М.: Дело, 2005. - 192 с.

20. Гончаров Ю. Влияние экономической политики на состояние черной металлургии Украины // Экономика Украины. - 2007. - №7. - С. 14 - 19.
21. Горбушко Е. А. Конкурентоспособность промышленной продукции. - Санкт - Петербург: СПбУЭФ, 2011 - 64 с.
22. Гранберг А. Г. Моделирование социалистической экономики. - М.: Наука, 2008. - 487 с.
23. Грищенко С.Г. Украина в международном сообществе металлургов// Металлургическая и горнорудная промышленность. - 2009. - № 1. - С. 1 - 3.
24. Грищенко С.Г. Эксперимент и аргумент // Металл бюллетень. Украина. – 2000. - №2. – С. 6 – 11.
25. Долгалев И. Обзор некоторых экономических показателей Украины в 2007 г. // Экономика Украины. - 2008. - №8. - С. 87 - 89.
26. Долинская М. Г., Соловьев И. А. Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции. - М.: Издательство стандартов, 2011. - 128 с.
27. Дурович А.П. Маркетинг в предпринимательской деятельности. – Минск: НПЖ Финансы, учет, аудит, 2007. – 464 с.
28. Дюран Б., Оделл П. Кластерный анализ. - М.: Статистика, 2007. - 128 с.
29. Ермолов М.О. Как отличается конкурентоспособность фирмы от конкурентоспособности товара ? // Как продать ваш товар на внешнем рынке ? – М.: Мысль, 2010. – С. 228 – 241.
30. Завьялов П. Конкурентоспособность и маркетинг // Российский экономический журнал. - 2005. - №12. - С. 50 - 55.
31. Завьялов П. С. Маркетинг во внешнеэкономической деятельности. - М.: Внешторгиздат, 1990. - 152 с.
32. Завьялов П. С., Демидов П. Е. Формула успеха: маркетинг. М.: Международ. отношения, 1991. - 416 с.
33. Зюкова И. Состояние рынков черных металлов//Бизнес Информ. - 2007. - №11. - С. 40 - 44.
34. Ильяшенко С. Факторы риска поиска целевых рынков/Бизнес Информ. - 2008. - №3. - С. 68 - 71.

35. Ильяшенко С. Формирование целевых рынков в условиях переходного периода // Бизнес Информ. - 2008. - №13 - 14. - С. 131 - 134.
36. Ильяшенко С.Н. Методика комплексной критериальной оценки сегментов рынков сбыта предприятий // Вісник Сумського державного університету. - 2005. - № 3. - С. 131 - 134.
37. Ильяшенко С.Н. Экономические аспекты поиска целевых рынков. - Сумы: ВВП Мрія - 1 ЛТД, 2007. - 156 с.
38. Иностранных инвестиций Украине явно недостаточно // Металл України. - 2007. - №25. - С. 6.
39. Как продать Ваш товар на внешнем рынке? - М.: Мысль, 2000. - 365 с.
40. Кириенко Н. Маркетинговые проблемы украинского экспорта // Экономика Украины. - 2007. - №8. - С. 80 - 85.
41. Кириченко А. Некоторые аспекты вхождения Украины в мировую хозяйственную систему. // Экономика Украины. - 2007. - №7. - С. 75 - 81.
42. Ковтуненко О. Иностранные инвестиции в экономику Украины // Бизнес Информ. - 2008. - №1. - С. 45 - 48.
43. Колосов А. Инвестиционная привлекательность отраслей экономики // Бизнес Информ. - 1998. - №4. - С. 32 - 34.
44. Кононенко И. Метод экспресс - анализа конкурентоспособности продукции // Экономика Украины. - 1998. - №2. - С. 80 - 83.
45. Коршунов В.И., Курбатов К.Е. Маркетинговое исследование рынка. - Харьков: Бизнес Информ, 1997. - 120 с.
46. Котлер Ф. Основы маркетинга. - М.: Прогресс, 2000. - 736 с.
47. Краткий словарь менеджера. - М., 2011. - 187 с.
48. Кретов И. И. Маркетинг на предприятии - М.: АО Финстатинформ, 2004. - 181 с.
49. Лебедев О.Т., Филиппова Т.Ю. Основы маркетинга. - СПб.: ИД МиМ, 2007. - 224 с.
50. Лотов А. В. Введение в экономико-математическое моделирование. - М.: Наука, 2004. - 392 с.

51. Любатов Ю.В. О средних взвешенных оценках качества // Стандар-ты и качество. - 2002. - №7. - С. 48-50.
52. Мазур В. Л. Перспективы развития горно - металлургического комплекса Украины // Сталь. - 2006. - №7. - С. 2 - 5.
53. Мазур В., Смирнова О. Привлечение иностранных инвестиций в металлургическую и химическую промышленность Украины // Эконо-мика Украины. - 2008. - №5. - С. 4 - 9.
54. Макконелл К. Р., Брю С. Р. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. В 2 т.: т. 2. - М.: Республика, 2012. - 400 с.
55. Малярчук І. Якість експортної продукції: поняття, оцінка, та шляхи підвищення // Економіст. – 2000. - № 4. – С. 56 – 58.
56. Мардашов А.А. Проведение реформ на предприятиях как средство их выживания в условиях кризиса российской металлургии// Сталь. - 2008. - №6. - С. 66 - 68.
57. Маркетинг. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2006. - 560 с.
58. Маркова В.Д., Кузнецова С.А. Стратегический менеджмент. – М: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2009. – 288 с.
59. Менкью Н.Г. Принцип экономикс. – СПб: Питер, 2000. – 496 с.
60. Металл бюллетень. Украина. – 2000. - №9.
61. Металл Украины. – 2011. - №4. – С.5.
62. Микроэкономика. - СПб: Изд-во ТОО СВАН, 1992. - 127 с.