

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра світової економіки

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**Міжнародна конкурентоспроможність підприємства на ринку текстильної
промисловості**

(на матеріалах ПАТ "Київський шовковий комбінат", м. Київ)

Студентки 2 курсу, 1 групи,
спеціальності 051 «Економіка»
спеціалізації «Міжнародна
економіка»

*Гречаної Анастасії
Сергіївни*

—
підпис

Науковий керівник
д.е.н., професор кафедри
зовнішньоекономічної діяльності
підприємства

*Будзяк Василь
Миронович*

—
підпис

Гарант освітньої
програми
к.е.н., професор

*Кудирко Людмила
Петрівна*

—
підпис

Київ 2019

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ ПРОМИСЛОВОЇ ПРОДУКЦІЇ.....	6
1.1. Зміст міжнародної конкурентоспроможності підприємства на ринку продукції текстильної промисловості.....	6
1.2. Аналіз господарської та фінансово-економічної діяльності ПАТ "Київський шовковий комбінат".....	13
Висновки до розділу 1.....	16
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РІВНЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПАТ "КИЇВСЬКИЙ ШОВКОВИЙ КОМБІНАТ".....	18
2.1. Основні фактори підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства на ринку продукції текстильної промисловості.....	18
2.2. Оцінка конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку.....	25
Висновки до розділу 2.....	28
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПАТ "КИЇВСЬКИЙ ШОВКОВИЙ КОМБІНАТ" НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ.....	29
3.1. Розробка заходів щодо підвищення конкурентоспроможності досліджуваного підприємства.....	29
3.2. Програма ефективності запропонованих заходів.....	36
Висновки до розділу 3.....	38
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	41
ДОДАТКИ.....	42

ВСТУП

Актуальність випускної кваліфікаційної роботи полягає в тому, що попит на продукцію текстильної промисловості змінюється як під впливом цінових, так і нецінових факторів: купівельної спроможності споживача, асортименту продукції, її відповідності міжнародним стандартам якості. Із застосуванням у виробництві нової техніки та технології очікується підвищення якості та зниження ціни на основну продукцію та проектування нових її видів.

Нині в текстильній галузі як і в легкій промисловості України склалися не зовсім рівні умови конкуренції, на які впливає нестабільність в податковому законодавстві, недосконалий механізм контролю за безпекою продукції, дефіцит кваліфікованих кадрів, обмежений вибір сировини. Тому питання модернізації, галузі, нарощення її інноваційного потенціалу, а в кінцевому результаті й конкурентоспроможності має як науковий інтерес, так і прикладне значення [1 с.51].

Мета випускної кваліфікаційної роботи полягає у висвітленні проблеми міжнародної конкурентоспроможності в текстильній промисловості та розробка пропозицій внесення змін для покращення стану даної економіки.

Досягнення мети роботи передбачає вирішення таких завдань:

- дослідження стану текстильної промисловості в економіці країни;
- аналіз експорту та імпорту текстильної промисловості;
- оцінка діяльності підприємства на фоні існуючих проблем;
- аналіз проблематики текстильної промисловості в Україні та досліджуваному підприємстві;
- проведення PEST та SWOT аналізів для підприємства;
- наведення прикладу шляхів боротьби з проблемами.

Об'єктом дослідження є процес забезпечення міжнародної конкурентоспроможності підприємства на ринку продукції текстильної промисловості.

Предметом дослідження є методичні підходи та практичний інструментарій підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства на ринку продукції текстильного підприємства.

Методи дослідження. В основу методів дослідження покладений аналіз праць провідних вітчизняних і зарубіжних учених з досліджуваної проблематики. Також використовуються методи аналізу та синтезу з дослідженої інформації, методи узагальнення та порівняння, статистичні методи, методи економічного моделювання та прогнозування, метод експертних оцінок та ін.

Інформаційною базою дослідження слугують публікації вчених, матеріали Державної служби статистики, Держзовнішінформу, Української асоціації підприємств легкої промисловості та ін.

Аналіз публікацій. Питаннями проблем текстильної промисловості України займалися різні вітчизняні вчені: Л. Е. Касьян, О. Ю. Чубукова, Г. Є. Ямненко, О. О. Волошенко, О.К. Червонюк.

Чубукова О. Ю. з'ясувала, що до 70-80 % продукції легкої промисловості України сьогодні виробляється за толінговими схемами, тобто здійснюють операції з переробки давальницької сировини з наступним поверненням готової продукції іноземному замовнику, який оплачує послуги з переробки. Вчений Ямненко, Г. Є досліджував причини занепаду текстильної промисловості й галузі легкої промисловості загалом. Волошенко О.О. та Червонюк О.К. досліджували стратегічний розвиток легкої промисловості України.

Незважаючи на численні дослідження проблеми так і залишаються не вирішеними, що негативно впливає на економіку нашої держави.

Постановка проблеми. Починаючи з 1990 р. галузь легкої промисловості в Україні характеризувалася негативними тенденціями розвитку, а її частка в загальній структурі виробництва скоротилася більш ніж у 13 разів: якщо в 1990 р. вона становила 10,8%, то в 2014 р. – лише 0,7%, Л. Е. Касьян, згідно отриманих розрахунків дійшов до висновку, що легка промисловість загалом і текстильна в тому числі займають не найкращі позиції у виробництві, такі тенденції продовжуються і сьогодні [2, с.47].

Розвиткові толінгових схем господарювання в легкій промисловості сприяла нерозвиненість збутових мереж та відсутність сучасних маркетингових служб на підприємствах легкої промисловості України, а також небажання керівників підприємств працювати в умовах підвищеного ризику ринкового середовища та бажання його розділити (в результаті – із закордонним замовником продукції, який надає сировину) [3, с.154].

Вплив зовнішнього та внутрішнього середовища на підприємства має негативний характер. Аналіз впливу тіньової економіки, вибору споживача, конкурентоспроможність даної галузі привів до того, що в даній галузі існує багато контрабанди, а також більша довіра споживача до зарубіжного виробника ніж до вітчизняного [2, с.150].

Внаслідок проведеної роботи було виявлено те, що текстильна промисловість потребує інновацій та розвитку. Прикладом слугує досліджуване підприємство, яке має необхідні ресурси для підвищення рівня конкурентоспроможності своєї продукції й текстильної промисловості загалом.

Наукова новизна одержаних результатів випускної кваліфікаційної роботи полягає у поглибленні існуючих теоретико-методичних основ та розробленні практичних підходів щодо удосконалення функціонування об'єкта дослідження.

Апробація результатів дослідження. За результатами проведеного дослідження було підготовлено наукову статтю на тему "Українське підприємство на міжнародному ринку текстильної промисловості" і опубліковано у збірнику наукових праць студентів КНТЕУ.

Структура роботи складається з: вступу, трьох розділів по два параграфи кожен, висновків вкінці кожного розділу, загальні висновки та пропозиції до роботи вкінці роботи, дванадцяти таблиць, п'яти рисунків, додатків та списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1 ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ ПРОМИСЛОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

1.1. Зміст міжнародної конкурентоспроможності підприємства на ринку продукції текстильної промисловості.

Конкуренція - це суперництво між учасниками ринкового господарства за кращі умови виробництва, купівлі й продажу товарів. Це центр ваги всієї системи ринкового господарства, тип взаємин між виробниками з приводу встановлення цін і обсягів пропозиції товарів на ринку .

За умов глобалізації успішна діяльність вітчизняних підприємств на зарубіжних ринках визначається, насамперед, конкурентоспроможністю їхньої продукції. Конкурентоспроможність товару і конкурентоспроможність підприємства співвідносяться між собою як частина одного цілого, при цьому конкурентоспроможність товару є лише частиною конкурентоспроможності підприємства [4].

Розглянемо тлумачення поняття конкурентоспроможності від різних авторів у табл.1.1.

Таблиця 1.1

Визначення поняття конкурентоспроможності

Визначення	Автор
Конкурентоспроможність – це здатність витримувати конкуренцію, протистояти конкурентам.	Ожегов С.І.
Конкурентоспроможність – це ступінь привабливості даного продукту для здійснюючого реальну покупку споживача.	Книш М.І.
Конкурентоспроможність – це характеристика товару-конкурента за ступенем відповідності конкурентної суспільної потреби і за витратами на її задоволення.	Андрєєва О.Д.

Конкурентоспроможність – це здатність приносити прибуток на вкладений капітал в короткостроковому періоді не нижче заданої, або як перевищення над середньостатистичної прибутком у відповідній сфері бізнесу.	Забелін П.В., Моїсеєва М.К.
--	--------------------------------

Джерело: [5]

Здатність будь-якого вітчизняного підприємства бути конкурентоспроможним на світовому ринку завжди було і є досить актуальним питанням. Іноземні підприємства, що все більше виходять на український ринок, є технологічно сильнішими та конкурентоспроможнішими за вітчизняні. За цих умов необхідно визначити шляхи підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств з метою їх інвестиційної привабливості та можливості конкурування з іноземними фірмами як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Світова текстильна промисловість за рік споживає 45 млн т основної сировини: близько 50 % припадає на синтетичні та штучні волокна, решта — натуральні (45 % — бавовна, 4—5 % — вовна, шовк тощо). Щороку у світі виробляється понад 100 млрд м² тканин [4].

Найбільші виробники тканин із хімічних волокон — США, Індія, Японія, Китай, Південна Корея, Тайвань; вовняних тканин — Китай, Італія, Японія, США, Індія. Головними експортерами тканин із хімічних волокон є Південна Корея, Тайвань, Японія.

У виробництві дорогих шовкових тканин за абсолютного лідерства США (понад 50 %) значну частку (понад 40 %) виробляють азіатські країни, передусім Китай, Індія та Японія. Лідерами у виробництві лляних тканин є Росія, Франція, Бельгія, Нідерланди, Велика Британія.

Головним регіоном текстильної промисловості у світі стала Азія, де зараз виробляється майже 70 % загального обсягу тканин. Найбільшими експортерами

продукції текстильної промисловості за підсумками 2014 р. були Китай (35,6 %), Індія (5,8 %), а також США, Туреччина, Південна Корея, Тайвань, Пакистан (по 3—5 % кожна)[7,ст.42].

Вітчизняний ринок продукції легкої промисловості є досить конкурентним, на ньому працює понад 2,3 тис. підприємств з близько 85 тис. працівників, а обсяги виробленої ними продукції досягають 22 млрд грн. Ринок представлений малими (86,0% від загальної кількості) та середніми (14,0%) підприємствами. Рівень концентрації вітчизняних підприємств на ринку невисокий: 327 середніх підприємств реалізують 79,4% продукції на 17,7 млрд грн, відповідно малих виробництв продають 20,6% продукції на 4,6 млрд грн.

Підприємства легкої промисловості працюють загалом рентабельно (4–10%), що свідчить про гнучкість і ефективність їх діяльності. Серед виробництв легкої промисловості найшвидше надолужило втрати від кризових явищ текстильне виробництво. Підприємства мають потенціал для нарощування обсягів виробництва за рахунок поживлення внутрішнього ринку та зростання експорту: відносно невеликі виробничі витрати, зокрема на оплату праці, роблять цей сектор більш конкурентоспроможним [8].

Текстильна промисловість становить невеликий відсоток у загально реалізованій продукції країни. Текстильна промисловість є однією з важливих галузей промисловості країни, вона дозволяє забезпечувати населення та підприємства необхідною продукцією. Досліджувана галузь є однією з найбільш розвинутих в світі. Обсяги виробництва якої у перебільшують обсяги виробництва таких продукції галузей як: машинобудування, хімічної промисловості тощо. В Україні на сьогодні більшість підприємств текстильної промисловості за наявності необхідних ресурсів знаходяться у скрутному становищі, що проявляється зниженням обсягів виробництва, збитковістю, втратою робочих місць.

За допомогою даних Державної служби статистики України ми можемо проаналізувати обсяг реалізованої текстильної промисловості до всієї реалізованої продукції у рис.1.1.

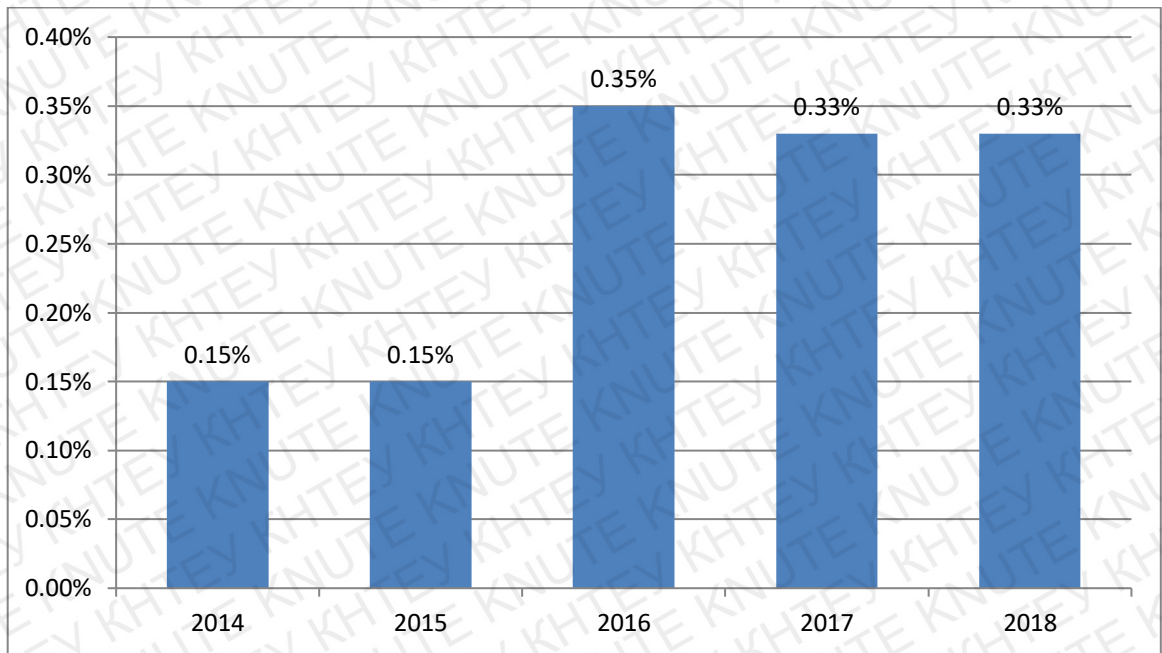


Рис. 1.1. Обсяг реалізованої продукції текстильної промисловості, у % до всієї реалізованої продукції

Джерело: розроблено автором за даними Державної служби статистики України [10].

Згідно з динаміки ми маємо то зростання, то спад і маленькі відсотки в економіці.

Припускається, що конкурентоспроможність країни не повинна залежати від тимчасових економічних шоків, проте фінансова криза та військові дії негативно позначилися на багатьох країнах.

Доцільно звернутися до деяких статистичних даних та розглянути рівень виробництва продукції текстильної промисловості. Дані за січень–березень 2018 р. щодо обсягів нових замовлень на текстильне виробництво, у т.ч. іноземних замовлень, наведено в табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Обсяги на замовлення продукції текстильної промисловості

Рік	Обсяг нових замовлень на виробництво промислової продукції, млн.грн	З нього обсяг іноземних замовлень	
		млн. грн.	у % до обсягу нових замовлень за видом діяльності
2013	2418,7	626,7	25,9
2014	2946,8	973,2	33,0

Продовження таблиці 1.2

2015	4635,7	1460,5	31,5
2016	5099,8	1595,2	31,3
2017	6130,1	1912,2	31,2
2018	6823,3	2128,6	31,2

Джерело: розроблено автором за даними Державної служби статистики України [10].

За результатами складеної таблиці можемо зробити наступні висновки, що обсяги замовлень на продукцію текстильної промисловості є стабільними.

Далі розглянемо експорт та імпорт товарів текстильної промисловості в порівнянні з попередніми роками у рис.1.2.

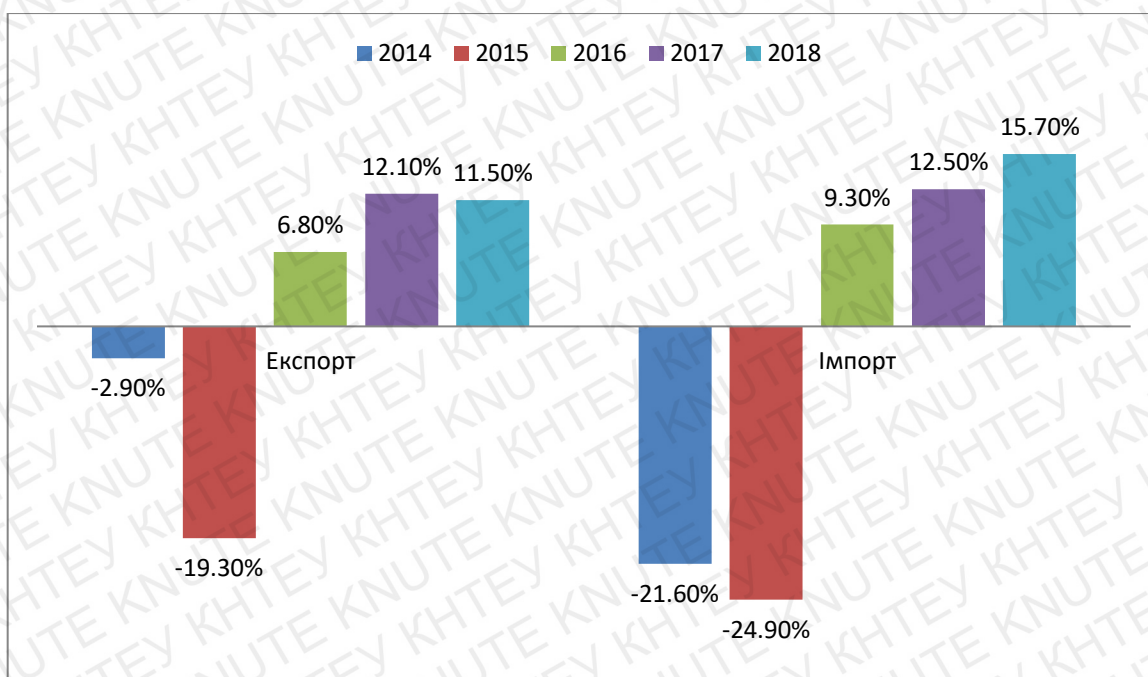


Рис.1.2. Розвиток експорту та імпорту товарів текстильної промисловості в порівнянні з попереднім роком, у %

Джерело: розроблено автором за даними Державної служби статистики України [10].

Спостерігається зростання більше імпорту ніж експорту, що має негативний характер для економіки. Детальніше сальдо розглянемо в табл.1.3.

Таблиця 1.3

Сальдо зовнішньоторговельного балансу продукції текстильної промисловості у 2015-2018рр.

Рік	Експорт, тис.дол	Імпорт, тис.дол	Сальдо, тис. дол
2015	634219,5	1414595,1	-780375,5
2016	677445,5	154578,7	522866,8
2017	759500,6	173866,26	585634,34
2018	84660,2	2011028,5	-1164368,3

Джерело: розроблено автором за даними Державної служби статистики України [10].

В 2018 році імпорт збільшився у вартості на 1837162,24 тис.дол. З отриманих даних можна отримати висновки про те, що більше завозиться сировина із закордону для виробництва одягу, а вітчизняний виробник менше задовольняє потреби покупців. Також перепону становить велика кількість секонд-хендів, що зменшує виробництво одягу, а отже необхідність текстильної сировини.

Текстильна промисловість України не стоїть на місці, набуває розвитку та залучення інвестицій. За даними Асоціації Українсько-Китайського Співробітництва Група українських компаній має намір інвестувати приблизно 20-30 млн. гривень у створення нового виробництва тканин у Чернігові.

Україні шиють одяг і взуття понад 15 відомих західних брендів, серед яких такі велетні, як Adidas, Benetton, Esprit, Hugo Boss, Zara, Mexx, Marks & Spencer, Next, s.Oliver, Triumph і Tommy Hilfiger. Текстильна та швейна промисловість є одним з основних секторів української промисловості, де офіційно працює близько 90 000 чоловік. За даними інших досліджень, в Україні у цьому секторі офіційно і неофіційно працюють понад 220 тис. осіб. Для порівняння: в Китаї – 215 млн., у В'єтнамі – 2,5 млн., в Індії – 5 млн., у Туреччині більше 750 тис.

Ще донедавна українська легка промисловість значною мірою була залежна від продажів на місцевому ринку та експорту до Росії, але з різних причин обидва ці напрями продажів різко зменшились як за обсягом, так і за вартістю. Водночас,

за даними Української асоціації текстильної та швейної промисловості (UKRLEGPROM), лише близько 10% загальної продукції галузі експортується.

Наприклад, європейський сектор текстильної і швейної промисловості, за даними Європейського консалтингу з текстилю EURATEX, є основним європейським виробничим сектором. Він складається з 177 700 компаній, з яких 99% – це малі та середні підприємства, які виробляють текстиль та одяг, передусім в Європі, та є інтегрованими у глобальні ланцюжки доданої вартості. Цей сектор також є другим за розміром експортером текстильних та швейних виробів у світі, що створює обіг у 171 млрд. євро та працевлаштовує 1,7 млн. осіб. На сектор припадає 3-відсоткова частка доданої вартості та 6% зайнятості у загальному виробництві ЄС.

Минулого року ЄС був одним з основних торговельних партнерів України.. Україна була 23-м найбільшим імпортерним партнером ЄС (0,9% загального імпорту за межами ЄС) та 22-м найбільшим експортним партнером (1,0% загального обсягу експорту за межами ЄС).

Більше 64% виготовленого в Китаї одягу експортується. Найбільшим центром з виробництва одягу вважається провінція Гуандун, яка виробляє чверть загального обсягу текстильної продукції Китаю. З 29 міст, визнаних Китайською асоціацією текстильної промисловості спеціалізованими центрами виробництва одягу країни, 22 розташовані на території цієї провінції.

Свого часу за Піднебесною міцно закріпився статус майстерні світу, але поступово ситуація змінилася: сьогодні витрати на робочу силу у В'єтнамі, Бангладеш, Пакистані та інших азіатських країнах нижче, ніж у КНР. Спроби скоротити ці витрати в Китаї шляхом переміщення виробничої бази до внутрішніх районів країни, де рівень заробітної плати нижчий, призводять до зростання транспортних витрат [9].

Україна на ринку текстильної промисловості має конкурентний потенціал та й в легкій промисловості загалом, але потребує подальшого розвитку, щоб зацікавити більше експортних ринків.

Для того щоб Україна могла збільшити експорт готової продукції легкої промисловості необхідно в першу чергу розвивати текстильну промисловість, для

того щоб собівартість продукції була дешевшою за рахунок якісної сировини вітчизняного виробництва.

1.2. Аналіз господарської та фінансово-економічної діяльності ПАТ "Київський шовковий комбінат".

Для дослідження стану текстильної промисловості України ми розглянемо детальніше приклад підприємства з виробництва шовку.

ПАТ "Київський шовковий комбінат" спеціалізується на випуску тканин із натурального шовку, єдине підприємство в Україні, що виробляє натуральний шовк.

Підприємство текстильної промисловості — Київський Шовковий Комбінат, заснований у 1946 році. Є три основні цехи: кокономотальний, ткацький і фарбувально-оздоблювальний.

Ткацьке та фарбувально-обробне виробництва є в системі Київського комбінату. Високоєфективним технологічним обладнанням виробників ближнього та дальнього зарубіжжя, оснащене Київське підприємство. Натуральні шовкові гладко фарбовані та набивні полотняного та жакардового переплетень тканини з поверхневою густиною 35-91 г/кв.м. випускає шовковий комбінат. Спеціалізується комбінат на виготовленні тканин із натурального шовку. Крепдешин-шифон, крепдешин «Київський» ці тканини, виробляють на підприємстві. Вони відповідають вимогам сучасної моди. ПАТ «Київський шовковий комбінат» виготовляє натуральні шовкові тканини призначені для пошиття як нарядних суконь для різних урочистостей так і повсякденних виробів ділового характеру. Високі споживчі властивості забезпечує щорічне оновлення тканин за малюнками. Розглянемо основні види діяльності підприємства .

Основні види діяльності підприємства:

- ткацьке виробництво;
- виробництво готових текстильних виробів, крім одягу;
- Виробництво верхнього одягу;
- Оптова торгівля текстильними товарами
- інші види роздрібною торгівлі в неспеціалізованих магазинах;

- Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна.

Правильна робота фабрики дозволяє запропонувати високу якість продукції за дуже низькими цінами. Аналогічна іноземна продукція сьогодні дорожче в 3-6 разів, при тому, що якість не краще Української, це не одноразово підтверджували постійні замовники і фахівці лабораторії.

Продукція фабрики поставлялася в усі куточки України і країни ближнього зарубіжжя.

Здійснено аналіз фінансового стану підприємства, який представлений в табл. 1.4.

Таблиця 1.4

Аналіз фінансового стану підприємства 2014-2018 роки

Показник	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2018 рік
Коефіцієнт швидкої ліквідності	1,78	0,52	0,38	0,40	0,19
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	1,44	0,46	0,34	0,27	0,03
Коефіцієнт платоспроможності	6,21	5,10	3,68	4,03	3,26
Коефіцієнт рентабельності діяльності	13,24	24,97	0	-34,37	0
Коефіцієнт придатності основних засобів	0,89	0,51	0,87	0,86	0,84

Джерело: розроблено автором за даними ПАТ "Київський шовковий комбінат", на основі додатків (А-ІІ)

За результатом проведеного аналізу підприємства можемо спостерігати негативну динаміку зниження показників ліквідності, платоспроможності, рентабельності та придатності основних засобів підприємства.

Розглянемо фінансово-економічну діяльність комбінату. Початкова інформація про підприємство наведена в табл. 1.5.

Таблиця 1.5

Показники майнового та кадрового складу підприємства

Рік	Розрахункова вартість чистих активів, тис.грн	Розмір статутного капіталу, грн	Кількість працівників, осіб
2014	43349.8	21 350 000,00	20
2015	36268.6	21 350 000,00	19
2016	27981,1	21 350 000,00	17
2017	25730.1	21 350 000,00	14
2018	21517	21 350 000,00	13

Джерело: розроблено автором за даними ПАТ "Київський шовковий комбінат", на основі додатків (А-ІІ)

Компанія також зменшила виробництво товарів текстильної промисловості, і більше почала надавати в оренду приміщення підприємства, що несе в собі негативний фактор в секторі текстильної промисловості. Порівняємо фінансові результати підприємства 2018-2017рр. в табл. 1.6.

Таблиця 1.6

Фінансові результати ПАТ "Київський шовковий комбінат" за 2014-2018рр.

Показник	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2018 рік
Чистий дохід від реалізації продукції, тис.грн	5324,3	4982,9	7202,2	8889	11265
Собівартість реалізованої продукції, тис.грн	2133,5	1560,3	1980,7	1791	2167
Збиток, тис.грн	1601,9	3266,8	4943,3	1634	1470

Джерело: розроблено автором за даними ПАТ "Київський шовковий комбінат" на основі додатків (А-И)

За даними таблиці ми можемо спостерігати збільшення доходу та зменшення збитку також підприємство є фінансово стійким.

Підприємство має у власності склади, виробничі обладнання, загальна площа майна становить 16 655,1 кв.м. Підприємство спеціалізується на виробництві тканин із 100% шовку.

Дане підприємство є унікальним за структурою своєї продукції.

Проте в Україні є конкуренти з виробництва шовкових тканин: ПАТ "Черкаський шовковий комбінат", ТОВ "Антар". Вони є конкурентами на внутрішньому ринку для підприємства.

Підприємство має необхідний потенціал та можливості для повної своєї реалізації як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку.

Висновки до розділу 1

Текстильна промисловість є основою легкої промисловості загалом. Україна продовжує виходити на нові ринки, щоб мати гідне положення в світі. До світових лідерів галузі нам ще потрібно зростати, але ми робимо впевнені кроки у виробництві. Україна підтримує співпрацю з іноземними партнерами.

Легка промисловість України поступово нарощує свою потужність і її показники стабільно зростають ось уже кілька років поспіль. У країні активно розвиваються текстильна, швейна, трикотажна, шкіряно-взуттєва, шкіргалантерейна, хутряна та інші сфери.

Досліджуване підприємство з виробництва шовку має всі перспективи для свого розвитку в майбутньому на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Ми можемо спостерігати збільшення доходу та зменшення збитку також підприємство є фінансово стійким та незалежним за результатами розрахунків.

Проте діяльність підприємства в текстильній галузі починає зменшуватися і воно переходить на надання орендних послуг, що свідчить про негативну динаміку. На основі досліджуваного підприємства можна продемонструвати необхідність підтримки якісного національного виробника натурального шовку, що забезпечить виготовлення вже готового одягу для експорту та зміцнить позиції

України в текстильній промисловості. Підприємство має необхідне обладнання, приміщення, склади для повної реалізації свого потенціалу.

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ РІВНЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПАТ "КИЇВСЬКИЙ ШОВКОВИЙ КОМБІНАТ"

2.1. Основні фактори підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства на ринку продукції текстильної промисловості

Для міжнародної конкурентоспроможності підприємства важливим є економічний клімат загалом в якому знаходиться підприємство, тобто міжнародна конкурентоспроможність країни загалом.

Для кожного підприємства досягнення необхідного рівня прибутковості є результатом забезпечення конкурентоздатності товарів чи послуг як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Ця мета може бути досягнута лише підприємствами з високим конкурентним потенціалом. Конкурентний потенціал підприємства визначається як поєднання реальної та потенційної здатності підприємства розробляти, виготовляти, збувати та обслуговувати в конкретних сегментах ринку конкурентоздатні вироби, тобто товари, що перевершують за якісно-ціновими параметрами аналоги та мають більший попит у споживачів. Сьогодні проблема підвищення міжнародної конкурентоспроможності є дуже актуальною для підприємств України [25].

Зорієнтуватися ,яке конкурентне положення займає країна допоможе "Глобальний індекс конкурентоспроможності".

Індекс глобальної конкурентоспроможності — глобальне дослідження і супроводжуючий його рейтинг країн світу за показником економічної конкурентоспроможності. Розрахований за методикою Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ), заснований на комбінації загальнодоступних статистичних даних і результатів глобального опитування керівників компаній — великого щорічного дослідження, яке проводиться ВЕФ разом з мережею партнерських організацій — провідних дослідницьких інститутів і організацій у країнах, аналізованих у звіті. Дослідження проводиться з 1979 року і в цей час представляє найповніший комплекс показників конкурентоспроможності по різних країнах світу[11].

Останнє видання "Звіту про конкурентоспроможність" за 2018 рік оцінює 140 країн. Звіт складається з 98 змінних, що містяться у поєднанні даних міжнародних

організацій, а також з опитування виконавчої думки Світового економічного форуму[12].

Розглянемо положення України в діаграмі "Глобальний Індекс конкурентоспроможності України за 2015-2018 рр." у рис.2.1.

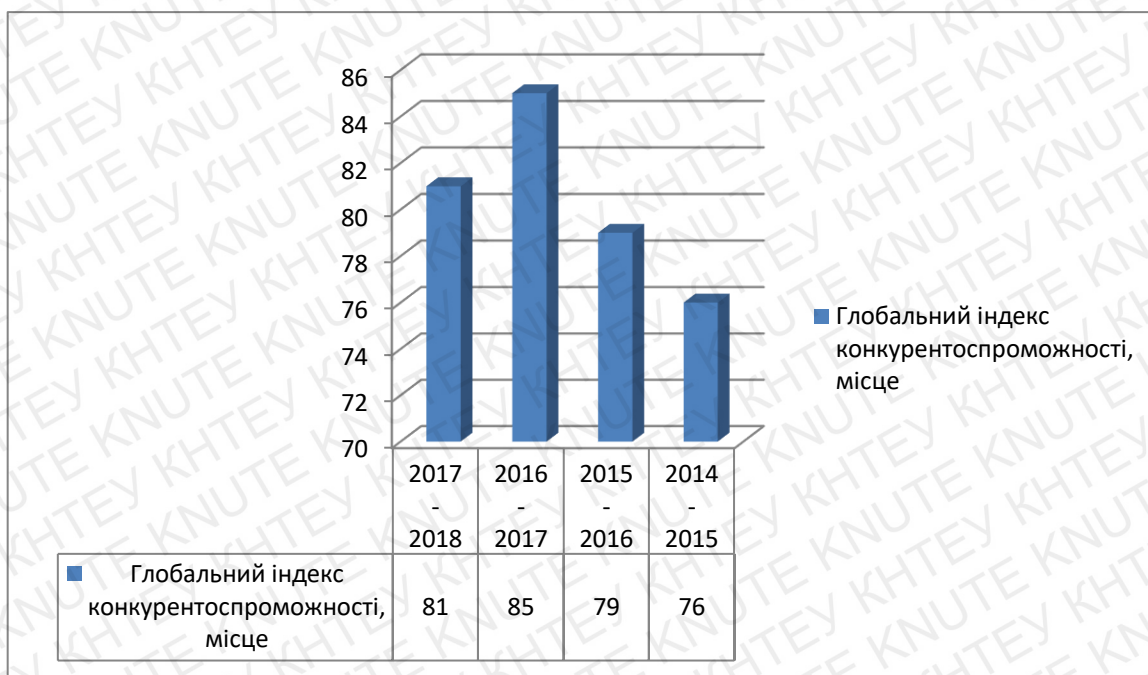


Рис.2.1. Глобальний індекс конкурентоспроможності України за 2015-2018 рр. Джерело: розроблено автором за даними офіційного сайту "Всесвітній економічний форум" [13].

Покращити місце України допоможе: ІТ забезпечення, стимулювання наукового потенціалу (щоб українські спеціалісти залишалися працювати в нашій державі), удосконалення технологій виробництва (українські підприємства зможуть виробляти більш якісну та конкурентоспроможну продукції для вітчизняного покупця й для експорту.

Аналіз конкурентоспроможності підприємства на ринку допускає вивчення факторів, що впливають на відношення покупців до підприємства та її продукції і як результат — зміна частки продукції підприємства на ринку. Усі фактори конкурентоспроможності можна умовно розділити на зовнішні й внутрішні , розглянемо поділ у рис. 2.2.



Рис.2.2. Фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства

Джерело: розроблено автором за даними Державної служби статистики України [10].

Виділяють сім основних груп стратегій, що найчастіше використовуються підприємствами для підвищення своєї конкурентоспроможності. У табл. 2.1 представлено основні положення цих стратегій.

Таблиця 2.1

Основні стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства

Стратегія	Основні положення
Стратегія лідерства на основі низьких витрат	Характеризується створенням стійких переваг у витратах перед конкурентами і прагненням стати постачальником на ринок найдешевших товарів, привабливості для широкого кола споживачів.
Стратегія диференціації	В основі знаходиться прагнення зробити свою продукцію унікальною, щоб вона вигідно відрізнялася від товарів конкурентів, а за рахунок цього стала більш привабливою для широкого кола покупців.

Продовження таблиці 2.1

Стратегія концентрації на ринковій ніші	Стратегія відрізняється зосередженням уваги на вузькій ділянці ринку. Тут домінує пропозиція вузькому сегменту ринку продукції, що відповідає його смакам та потребам.
Стратегія найкращої вартості	Полягає в тому, що в ній упор робиться на пропозицію споживачам більшої реальної цінності товару шляхом поєднання низьких витрат і диференціації якості.
Стратегія фокусування	Використовується, як правило, невеликими підприємствами, які знаходять свою нішу на ринку і всі зусилля спрямовують на цей сегмент.
Стратегія інновації	Може забезпечити підприємству конкурентну перевагу в отриманні монопольного, надвисокого прибутку і досягненні швидкого економічного зростання.
Стратегія оперативного реагування	Фірми, що реалізують стратегію негайного реагування на потреби ринку, націлені на максимально швидке задоволення виникаючих потреб у різних областях бізнесу.

Джерело:[25].

Легка промисловість України має труднощі через ряд причин: відсутність інвестицій, високі податки, контрабандна тканин, висока вартість імпортованих матеріалів, роз'єднаність між регіональними осередками галузі.

Для підвищення рівня співпраці між Українськими виробниками та виходу на міжнародний ринок ТПП України проводить різноманітні заходи : Уніформа як обличчя бізнесу» та технологічний форум «UPDATE українського легпрому», організовані спільно з Національним галузевим партнерством в легкій промисловості України (25.04.19), 126-та сесія Міжнародного ярмарку експортних і імпортованих товарів Canton Fair 2019 (Гуанчжоу) та 2-га Міжнародна виставка для іноземних компаній і країн China International Import Expo (Шанхай), Міжнародна текстильна виставка Fast Textile (21-23.11.19) тощо [14].

В Україні здійснюються кроки для покращення стану текстильної промисловості України, що дає свої результати.

Для оцінки середовищ підприємства використовують різні методи дослідження, наприклад PEST-аналіз.

Для вивчення зовнішнього середовища підприємства був використаний PEST-аналіз. Перевагою застосування PEST-аналізу є можливість виокремити можливості і загрози впливу факторів зовнішнього середовища на підприємство, а також оцінити ступінь вірогідності їх настання та значущості для підприємства, що на основі отриманих результатів дає змогу сформувавши відповідні управлінські рішення[15].

Механізм проведення Pest-аналізу наведений в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Вихідні дані для проведення PEST-аналізу для ПАТ "Київський шовковий комбінат"

Фактор	Вплив фактору	Оцінка експертів					Середня оцінка	Оцінка з урахуванням значущості
		1	2	3	4	5		
Політичні фактори								
Військові дії в Україні	3	4	3	5	5	5	4,4	0,38
Членство України в ЄС	2	2	3	2	4	2	2,6	0,15
Відсутність стабільності в податковому законодавстві	2	3	2	3	2	2	2,4	0,14
Бюрократія та рівень корупції	1	1	2	2	2	2	1,8	0,05
Економічні фактори								
Економічна ситуація в Україні	3	3	2	3	3	3	2,8	0,24
Рівень доходів населення	3	2	3	4	3	3	3	0,25
Розвиток бізнесу	2	2	3	4	4	3	3,2	0,18
Рівень Інфляції	2	2	3	3	3	4	3	0,17
Рівень заробітної	2	3	3	2	4	4	3,2	0,18
Соціально-культурні фактори								
Відтік населення в пошуку кращого заробітку.	3	3	2	1	2	3	2,2	0,19
Рівень населення	1	3	2	4	3	4	3,2	0,09
Змінення споживчих переваг населення	2	2	1	3	2	1	1,8	0,10
Технологічні фактори								
Вплив інновацій	2	2	1	2	2	2	1,8	0,10
Оновлення техніки та технологій на підприємстві	3	4	3	2	2	2	2,6	0,22
Виробництво нової продукції	3	3	3	2	3	2	2,6	0,22

Продовження таблиці 2.2

Витрати дослідження	на	3	3	3	3	4	3	3,2	0,27
Підсумок		35							

Джерело: розроблено автором.

Для підсумку створюється зведена таблиця аналізу у табл. 2.3.

Таблиця 2.3

PEST-аналіз для ПАТ "Київський шовковий комбінат"

Політичні фактори	Питома вага	Економічні фактори	Питома вага
Військові дії в Україні	0,38	Економічна ситуація в Україні	0,24
Членство України в ЄС	0,15	Рівень доходів населення	0,25
Відсутність стабільності в податковому законодавстві	0,14	Розвиток бізнесу	0,18
Бюрократія та рівень корупції	0,05	Рівень Інфляції	0,17
		Рівень заробітної плати в Україні в даній галузі	0,18
Соціально-культурні фактори	Питома вага	Технологічні фактори	Питома вага
Відтік населення в пошуку кращого заробітку.	0,19	Вплив інновацій	0,10
Рівень населення	0,09	Оновлення техніки та технології	0,22
Змінення споживчих переваг населення	0,10	Виробництво нової продукції	0,22
		Витрати на дослідження	0,27

З отриманих результатів можемо спостерігати те, що на діяльність підприємства значною мірою вплинули військові дії в Україні, економічна ситуація, рівень доходів.

На основі проведеного аналізу побудуємо SWOT – аналіз.

Аналіз SWOT (сильних, слабких сторін, можливостей та загроз) є основою, яка використовується для оцінки конкурентної позиції компанії та розробки стратегічного планування. SWOT-аналіз оцінює внутрішні та зовнішні фактори, а також поточний та майбутній потенціал.

Аналіз SWOT призначений для того, щоб сприяти реалістичному, заснованому на фактах, погляді на сильні та слабкі сторони організації, її ініціативи чи галузі. Розглянемо SWOT-аналіз підприємства в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

SWOT-аналіз підприємства ПАТ "Київський шовковий комбінат "

Сильні сторони	Можливості
<ul style="list-style-type: none"> – наявність необхідного обладнання для виробництва; – унікальність продукції; – розміщення; – світова репутація продукції. 	<ul style="list-style-type: none"> – при налагодженні виробництва, вихід на нові зарубіжні та вітчизняні ринки збуту; – розробка і впровадження оптимальної маркетингової стратегії; – підвищення кваліфікації персоналу в галузі сучасних технологій, менеджменту та маркетингу; – участь в можливих програмах для виробників текстильної промисловості.
Слабкі сторони	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> – втрата частини зарубіжного ринку збуту; – часткова переорієнтація підприємства; – потреба в покращенні обладнання; – нездатність фінансувати необхідні зміни. 	<ul style="list-style-type: none"> – конкуренція при виході на новий ринок збуту; – вплив на організацію виробництва міграційних процесів в країні; – підвищення ціни на продукцію за умов оновлення виробництва.

Джерело: розроблено автором.

На основі вище проведених аналізів можна сформулювати фактори, які сприятимуть підвищенню міжнародної конкурентоспроможності підприємства:

- проведення оновлення виробництва;
- участь підприємства в різноманітних міжнародних заходах та об'єднань текстильного виробництва;
- нарощування власних потужностей підприємства;

- унікальність продукції;
- розширення асортименту продукції.

2.2. Оцінка конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку.

Проблема підвищення конкурентоспроможності визнається однією з важливіших в теорії і практиці економічної науки. Важливого значення вона набуває для українських підприємств, функціонуючих в умовах транзитивної економіки, конкурентні позиції яких на сучасних світових ринках залишаються недостатньо високими. Вирішення задачі підвищення конкурентоспроможності ускладнюється економічною кризою, високим рівнем зношування виробничих фондів, низьким рівнем якості управління та іншими причинами.

Процес підвищення конкурентоспроможності потребує врахування специфіки взаємозв'язку як між елементами організації, так і з їх оточенням, і являє собою процес прийняття рішень (включаючи цілі, методи) по досягненню цілей підвищення конкурентоспроможності.

Основними завданнями у сфері підвищення конкурентоспроможності є:

- усунення бар'єрів підприємницькій діяльності, зменшення податкового тиску;
- удосконалення законодавства в галузі підприємницької діяльності, розроблення антимонопольного законодавства;
- забезпечення платоспроможного попиту населення;
- державна підтримка новостворених підприємств: створення служб інформації про новітні технології, зміни у законодавстві, перспективні ринки збуту;
- фінансове стимулювання інноваційної діяльності підприємств щодо створення нових товарів і послуг.

Важливими сферами підвищення конкурентоспроможності є: управління інноваціями та технологіями; процес виробництва; використання інформації; управління людськими ресурсами; управління змінами тощо. На підвищення конкурентоспроможності підприємства впливає безпосередньо сам ринок, тобто

ринкове середовище, в якому функціонує підприємство та його особливості. До таких особливостей можна віднести: глобалізацію ринку і наявність всесвітньої інформаційної мережі [17].

Низький рівень конкурентоспроможності українських підприємств обумовлений технологічними, технічними, дизайнерськими, ціновими проблемами, темпами інноваційного розвитку, відсутністю досвіду функціонування в умовах ринку та ін. Тому і вирішення цих проблем можливо здійснювати у різних напрямках, але значною мірою результативність цих дій залежить від організаційних факторів та ефективних форм здійснення виробничо-господарчої діяльності [18].

У 2018 році легка промисловість України забезпечила країні 5% бюджетних надходжень і 2,6% експорту.

Звичайно, ці показники далекі від внесків до державної казни металургії та сільського господарства.

Але тут є принципова відмінність: 90% від загального числа підприємств легкої промисловості (згідно з даними Державної служби статистики) — малий та середній бізнес, у той час як метал і пшеницю експортують великі холдинги.

Зрозуміло, невеликим підприємствам складно конкурувати з лідерами індустрії: тут є і доступ до інвестицій, і можливість закуповувати сировину за нижчими цінами, і сила бренду.

Але малі підприємства теж мають безперечні переваги: мобільність, гнучкість, швидкість реакції та можливість заробити на ситуаційному маркетингу.

Поки велика фабрика затвердить рішення й випустить першу партію футболок з принтом актуального сьогодні інтернет-мема, про це вже ніхто не згадає.

А в невеликій компанії крок від ідеї до її реалізації може скласти один день: вранці — придумали, ввечері — вже в продажу [26]. Це стосується досліджуваного підприємства ПАТ "Київський Шовковий Комбінат", яке є невеликим за розміром і швидко може поглинати новинки та інновації.

Підприємство ПАТ "Київський шовковий комбінат" припинило виробництво шовкових тканин, залишивши лише надання орендних послуг, надання складських

та офісних приміщень в оренду, що приносить основний дохід підприємства. Раніше підприємство було конкурентоспроможним .

Неодноразово відзначені призами та медалями на престижних міжнародних виставках, тканини, які виготовлені на Київському Шовковому комбінаті. Продукція комбінату неодноразово була серед перших у столиці світової моди — Парижі . На виставках у Нью-Йорку, Бейруті, Алжирі, Пловдиві, Лейпцігу, Брюсселі теж натхненно її сприймали [11].

Досліджуване підприємство слугує прикладом того як занепадають українські підприємства з унікальною продукцією .

Розглянемо міжнародну конкурентоспроможність виробництва шовку в країні загалом по відношенню до виробництва текстильної промисловості загалом у рис.2.3.

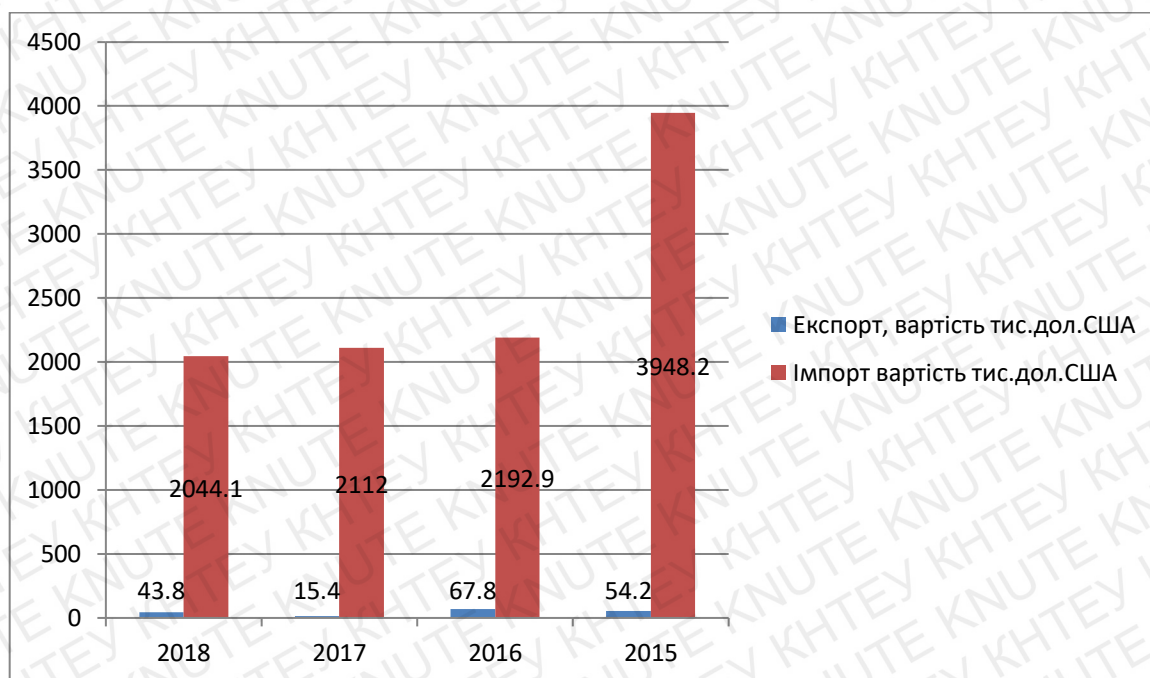


Рис.2.3. Обсяги зовнішньої торгівлі шовком України. Джерело: розроблено автором за даними Державної служби статистики України [10].

Розрахуємо наступні показники з зовнішньоекономічної діяльності в даній галузі в табл.2.5.

Таблиця 2.5

Показники зовнішньої торгівлі України шовком

№	Показник	2018 рік	2017 рік	2016 рік
1.	Зовнішньоторговельний оборот, тис.дол.США	2087,9	2127,4	2260,7
2.	Сальдо торговельного балансу, тис.дол.США	-2000,3	-2096,6	-2125,1
3.	Експортна квота, %	0,052	0,024	0,13
4.	Імпортна квота, %	2,4	3,2	4,3

Отже, з вище отриманих результатів можемо спостерігати зменшення зовнішньоторговельного обороту, так і збільшення експортної та зменшення імпоротної квоти, що означає меншу імпортозалежність в виробництві шовкових тканин. Низький рівень конкурентоспроможності українських підприємств спричинений технічними,ціновими,політичними, інноваційними проблемами тощо.

Висновки до розділу 2

Зорієнтуватися ,яке конкурентне положення займає країна в світовій економіці допоможе "Глобальний індекс конкурентоспроможності". Україна посідає не найкращі місця.

Легка промисловість України має чимало труднощів, що спричинене причинами: відсутність інвестицій, високі податки, контрабандна тканин, висока вартість імпортних матеріалів, роз'єднаність між регіональними осередками галузі.

Українські підприємства роблять кроки в підвищенні рівня виробництва текстильної продукції. Це дозволяє зміцнити позиції на внутрішньому ринку та вихід на нові зовнішні ринки.

РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПАТ "КИЇВСЬКИЙ ШОВКОВИЙ КОМБІНАТ" НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ

3.1. Розробка заходів щодо підвищення конкурентоспроможності досліджуваного підприємства.

Попит на шовкову продукцію на ринку Євросоюзу протягом кількох останніх років зменшується в зв'язку зі зростанням вартості сировини для виробництва шовкових тканин та відповідним зростанням цін на вироби кінцевого споживання. Головним постачальником шовкової сировини на ринки Європи є Китай, в якому повільно зростає вартість робочої сили. Результатом стає заміщення тканин з натурального шовку тканинами зі штучних та синтетичних волокон, які мають шкідливий вплив на здоров'я людини та екологію. Зменшення попиту не знищує ринок шовку. Зменшується чисельність покупців. І все ж історія виробництва шовкової продукції, яка налічує кілька тисячоліть, свідчить про природність постійних коливань у попиті на неї.

Дорожчання китайської сировини дає можливість для появи на шовковому ринку ЄС інших постачальників. З урахуванням вартості всіх факторів виробництва таким постачальником можуть стати українські виробники. З початку розвитку шовківництва та промисловості натурального шовку в Україні виготовлялась високоякісна тканина, яка не поступалась китайському шовку. На даний момент Україна має високий відсоток придатних земель, сприятливий клімат для вирощування личинок шовкопряду, кваліфікованих фахівців з низькою вартістю робочої сили, зберігає технологічну культуру шовкового виробництва та наукову базу, географічно розташовану значно вигідніше за конкурентів з азійських країн, які є головними постачальниками шовкової сировини на ринок Європи.

Таким чином, виробництво в Україні обходитиметься дешевше і вартість готової продукції буде значно нижчою. Шовківництво вимагає відносно невеликих інвестицій у порівнянні з іншими галузями. Тим більше, що таке виробництво називають майже безвідходним. Воно не вимагає великого фізичного навантаження. Залучення інвесторів до шовкової галузі для України матиме як

економічні вигоди, так і покращення соціального клімату, оскільки відкриття підприємств з виробництва шовку надало б робочі місця незайнятому населенню [19]. Виробництво натурального шовку спричинить розвиток АПК в рамках нової продукції. Натуральний шовк має свої неповторні якості, які його значно відрізняють від штучного. Шовк - це натуральне волокно, що складається з білка, отриманого з кокона комахи, так званого шовкового черв'яка. Виготовлення 100% чистого шовку - дорогий процес, тому натуральний шовк такий дорогий. Зазвичай ціни на шовк варіюються в залежності від його якості, витрат на виробництво і поставку. Органічний шовк високої якості дорожчий через управління стійкістю. Справжній шовк має унікальний блиск, чудову обробку і органічне фарбування. Шовкові тканини з сумішшю поліестеру або віскози мають більш низьку ціну, ніж оригінальна тканина з чистого шовку, але вони також зменшують природний блиск, м'якість і елегантний королівський вид тканини. Ось деякі характерні особливості, які відрізняють справжню шовкову тканину від штучного шовку:

Чистий шовк:

- Натуральне волокно - отримано з личинок комах. Білкове волокно шовку в основному складається з натурального коконів.
- Має хорошу міцність. Шовк - це волокно, яке є найміцнішим з натуральних волокон і здатне витримувати великий розтяжний тиск завдяки своїй високій міцності на розтягнення.

Будучи натуральним волокном, він вимагає особливого догляду і може бути пошкоджений шкідниками.

Штучний шовк:

- Штучне волокно або штучний шовк отримують в текстильній промисловості шляхом змішування віскози.
- Целюлозне волокно. Целюлозне волокно отримують шляхом розчинення целюлози.

- Слабке волокно - через схожість зі справжнім шовком штучний шовк також виглядає гладеньким, але він слабший за своєю природою і може легко пом'ятись [27].

Продукція із шовку є дорогою та конкурентною, що приносить дохід для підприємства. Виготовлення натурального шовку є досить кропітким процесом, тому можливим є о'єднання виробництва штучного та натурального шовку.

Україна може експортувати як шовкову тканину, так і готову продукцію з неї, для цього Україна має все необхідне: вигідне положення серед світових покупців української продукції, робочу силу, технічне оснащення.

За десять місяців 2018 року Італія, Угорщина, Польща та Німеччина стали лідерами з імпорту тканин українського виробництва та товарів легкої промисловості.

Згідно з інфографікою, розробленою U open EU на основі даних Державної служби статистики України, на першому місці серед країн-імпортерів українських тканин — Італія. Туди Україна імпортувала 1 млн м² тканин на суму понад 2,4 млн євро. На другому та третьому місцях по експорту до ЄС опинилися Угорщина (722 тис. євро) та Польща (596 тис.євро) відповідно. Провідне місце в експорті до країн ЄС посідає також Румунія (574 тис.євро) та Німеччина (509 тис. євро).

Як повідомляється на сайті Української асоціації підприємств легкої промисловості "Укрлегпром", найбільше Україна експортує трикотажного одягу, текстилю та взуття. Як свідчить статистика організації останніми роками експорт в ЄС тільки зростає. Так, у 2013 році експорт продукції легкої промисловості до Євросоюзу складав 71% від загальної кількості, а у 2016 році збільшився на 13,4% і склав 84,4%.

За словами очільниці "Укрлегпрому" Тетяни Ізовіт, в Україні працюють понад 1800 швейних підприємств, 1127 з яких — мікропідприємства. Партнери з ЄС купують продукцію українських швейних підприємств уже понад 20 років та дуже цінують її високу якість.

Основна частка експортної продукції виготовляється на умовах СМТ. Водночас потенціал подальшого експортного зростання галузі для економіки України безперечний. Виробничі потужності спроможні забезпечити експорт одягу

на 1 млрд доларів США на рік, у тому числі 6 млн шт. верхнього одягу, 25 млн шт. іншого повсякденного одягу, 27 млн шт. одягу білизняної групи.

Раніше повідомлялося, що експорт України до ЄС збільшився на 26% і склав \$14,4 млрд [20].

Для підвищення конкурентоспроможності підприємства, важливе значення має виявлення, обґрунтування і класифікація факторів і резервів, що обумовлюють її рівень. За ступенем залежності підприємства, весь набір факторів можна поділити на зовнішні та внутрішні. До зовнішніх факторів можна віднести: інвестування в галузі, регіоні, країні; тенденції технічного розвитку; рівень конкуренції; ресурсозабезпеченість іт.д.

Під внутрішніми факторами розуміють: впровадження у виробництво нової техніки, прогресивної технології, дієвих економічних стимулів; підвищення кваліфікаційного рівня працівників; формування системи конкурентних відносин у діяльності персоналу та ін. Вони можуть регулюватися на рівні підприємства в цілому, структурного підрозділу, первинного колективу і робочого місця. Основними факторами, які визначають конкурентоспроможність підприємства, також є: стратегія підприємства, наявність матеріальних, трудових, фінансових ресурсів, інноваційний потенціал, частка ринку, ефективність менеджменту, випуск конкурентоспроможної продукції, послуг. Крім того, конкурентоспроможність підприємства залежить від наявності у підприємства певних конкурентних переваг. Існують два види конкурентних переваг:

– переваги у витратах – означають здатність підприємства розробляти, випускати і продавати схожий товар, послугу з меншими витратами, а отже за нижчою ціною, порівняно з конкурентами;

– переваги у маркетингу – це здатність підприємства забезпечувати покупця більшою цінністю у формі нової якості товару, його особливих споживчих властивостей або після продажного обслуговування, що дає можливість встановлювати більш високі ціни [21,с.16].

Основними шляхами вирішення проблем, пов'язаних з підвищенням конкурентоспроможності підприємства, є: ґрунтовне вивчення запитів споживачів і аналіз конкурентів; обґрунтована рекламна політика; створення нової продукції,

послуг; покращення якісних характеристик продукції; модернізація обладнання; всебічне зниження витрат; вдосконалення обслуговування у процесі купівлі та після продажного сервісу; підвищення якості управління; удосконалення зв'язків із зовнішнім середовищем; упровадження (проведення) стратегічного маркетингу «виходу» і «входу» організації; удосконалення організації інноваційної діяльності; впровадження нових інформаційних технологій; впровадження нових фінансових і облікових технологій; аналіз ресурсомісткості кожного товару за стадіями його життєвого циклу і впровадження ресурсозберігаючих технологій; підвищення організаційно-технічного рівня виробництва; розвиток логістики; розвиток тактичного маркетингу. Також ключовими факторами підвищення конкурентоспроможності підприємства стають зниження витрат, диференціація і системна інтеграція. Таким чином, для підвищення конкурентоспроможності підприємств необхідно розробляти і впроваджувати комплексну систему заходів, спрямованих на забезпечення якості продукції та послуг.

Розвиток конкурентного ринку вимагає створення умов для підвищення рівня пропозиції високоякісних товарів та послуг, а також забезпечення публічності і інформаційної відкритості ринку за цінами і якістю послуг. Це забезпечить споживачам можливість вільного вибору продукції та послуг, зробить ціну і якість предметом конкуренції. Все це створює умови для подальшого підвищення ефективності роботи і росту конкурентоспроможності національної економіки в цілому [22,с.86].

Для підвищення конкурентоспроможності досліджуваного підприємства необхідним є залучення інвесторів, співпраця з підприємствами виробництва одягу для відновлення виробництва шовку. За рахунок цього підприємство збільшить з часом свої прибутки і зможе вийти на міжнародний ринок.

Підприємству доречно було б співпрацювати з виробниками українського одягу, які створюють якісний одяг з тканин наприклад італійського походження, за умови високої якості підприємство могло б стати постачальником шовку, який мав би меншу ціну.

За період, коли власність підприємства була державною, то воно збільшувало кількість виготовленої продукції.

У 1950 виготовлено 402 тис. м. шовкових тканин, в 1960 році — 936 тис. м., а вже у 1978 вироблено 2,3 млн м. тканини.

Якщо при відновленні діяльності підприємства з виготовлення шовкової тканини взяти початкову кількість 1950 року 634,03 м², то за умови вартості 2018 року 21,9 тис.дол.США, було б отримано 13885,257 тис.дол.США., дані наведені в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Можлива отримана вартість за діяльності підприємства

Рік	Кількість, м ²	Отримана вартість, тис.дол.США	%, від загальної вартості експорту
2018	634,03	13885,257	31,6

Джерело: розроблено автором.

Одяг із шовку є різноманітним: домашній одяг, вечірні сукні, діловий одяг тощо.

ПАТ "Київський шовковий комбінат має необхідне приміщення та обладнання для відновлення виробництва.

Отже, запропоновані заходи підвищення конкурентоспроможності підприємства:

- відновлення виробництва (відновлення діяльності комбінату, впровадження виробництва шовку за допомогою наявного обладнання та приміщень, збільшення кількості працівників);
- співпраця з інвесторами (залучення інвесторів, які допоможуть на вигідних умовах з фінансовими питаннями відновлення виробництва);
- співпраця з українськими виробниками одягу (налагодити ринок збуту, для початку українські виробники одягу, створення високоякісної тканини з вигідною ціною для покупця);
- вихід на міжнародний ринок (після виходу на внутрішній ринок, новий рівень - експорт товару зарубіжним виробникам одягу).

3.2. Прогноз ефективності запропонованих заходів.

Важливою та однією з основних частин відновлення виробництва є залучення інвесторів, їхньої допомоги підприємству.

Іноземне інвестування може формуватися залежно від типу інвестора, його мети та ступеня ризику, на який він готовий. Основними формами здійснення іноземних інвестицій є :

- часткова участь у підприємствах, що створюються разом з українськими юридичними і фізичними особами, чи придбання частки діючих підприємств;
- створення підприємств, що цілком належать іноземним інвесторам;
- придбання інших майнових прав, в інших формах, що не заборонені законами України, у тому числі без створення юридичної особи на підставі договорів із суб'єктами господарської діяльності України [24].

Іноземні інвестиції можуть вкладатися в будь-які об'єкти, інвестування в які не заборонено законодавством.

Переваги міжнародних інвестицій для розвитку підприємств:

- гарантована державою можливість організувати підприємство, яке буде працювати з іноземними капіталами;
- можливість користуватися пільгами, здійснюючи операції з іноземним капіталом, що є значною економією;
- зникає необхідність розмежовувати кошти, отримані в ході зовнішніх і внутрішніх фінансових операцій;
- можливість уникнути більшості податків або використовувати самі мінімальні ставки;
- немає зобов'язань повертати міжнародні інвестиції в найкоротші терміни, завдяки чому є час зайнятися розвитком підприємства [23].

Для досліджуваного підприємства найбільш вигідним інвестуванням часткова участь в діяльності підприємства або об'єднана співпраця (асоціація) підприємств.

Виробництво якісної тканини буде вигідно для виробника одягу, готової продукції. Виробники в основному закупають тканини для виробництва, а

український виробник може постачати її дешевше за умови того, що транспортування є дешевшим.

Внаслідок чого одяг від українського виробника буде якісним і дешевшим, що буде цікавим для споживача.

Підвищення рівня українського виробництва допоможе зекономити та заробити коштів.

Якщо взяти до уваги експорт та імпорт тканин із шовкових ниток або шовкових відходів, то ціна експорту за 1кг становить 6,4 тис.дол.США, а імпорт в свою чергу 7,7 тис.дол.США. Отже, ми купуємо сировину на 1,3 тис.дол.США/кг дорожче, ніж екпортуємо, тобто на 20%, розглянемо зростання ціни імпорту в відсотковому відношенні в табл.3.1.

Таблиця 3.1

Порівняльний аналіз цін на імпортовану та експортовану продукцію

Рік	Вартість експорту, тис.дол.США	Кількість товару, кг	Вартість імпорту, тис.дол.США	Кількість товару, кг	Ціна Імпорту вища за ціну експорту, %
2018	43,8	280,6	2044,1	15879,8	20
2017	7,7	154,2	3121,2	19615,2	-7
2016	67,8	709,5	2192,7	8924,5	-18,2
2015	54,2	1213,8	3948,2	31851	-36,7

Джерело: розроблено автором за даними Державної служби статистики України [10].

Кількість імпорту значно більша, ніж експорту, що впливає також на ціну і робить більш привабливим шовк із інших країн, але це не єдина складова яка впливає на ціну. Ми спостерігаємо з 2015-2017 рр. спад експортної ціни, але вже в 2018р вона нижча за імпорту на 20%.

Українські підприємства потребують інвестицій, оновлення та державної підтримки для підкорення ринку текстильної та легкої промисловості загалом.

Висновки до розділу 3

Основним постачальником шовку до ЄС є Китай, вартість постачання є високою, що впливає вже й на ціну виробленого одягу із шовку, що є не вигідним. З

України постачання є дешевшим, що додає конкурентоспроможності товару нашого виробника.

Відродження діяльності підприємства є необхідним для нарощування потужностей українського виробництва та збільшення експорту. Кількість імпорту продукції переважає над експортом, проте це можливо змінити. Пошук ринків для збуту в першу чергу продукції в Україні допоможе зменшити імпорт, а вже наступним кроком слугуватиме вихід на міжнародний ринок, необхідним для цього є залучення фінансової допомоги інвесторів.

Досліджуване підприємство має необхідне обладнання та приміщення для виробництва продукції, проте для виходу на ринок необхідним є здійснення певних кроків : відновлення виробництва (відновлення діяльності комбінату, впровадження виробництва шовку за допомогою наявного обладнання та приміщень, збільшення кількості працівників); співпраця з інвесторами (залучення інвесторів, які допоможуть на вигідних умовах з фінансовими питаннями відновлення виробництва); співпраця з українськими виробниками одягу (налагодити ринок збуту, для початку українські виробники одягу, створення високоякісної тканини з вигідною ціною для покупця); вихід на міжнародний ринок (після виходу на внутрішній ринок, новий рівень - експорт товару зарубіжним виробникам одягу).

Експортна ціна шовку вже є меншою за імпорتنу, що робить більш привабливим український шовк на міжнародному ринку і є допоміжною ланкою для досліджуваного підприємства.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Конкурентоспроможність є важливим поняттям як для підприємства, так і для країни загалом. Величина цього показника характеризує місце товару на ринку продукції, підприємства загалом серед схожих або аналогічних за своєю діяльністю, а також і країни в світі. Конкурентоспроможність є важливим поняттям в економіці, що змушує рухатися до змін виробників.

Головним регіоном текстильної промисловості у світі стала Азія, де зараз виробляється майже 70 % загального обсягу тканин.

За даними Державної служби статистики ми спостерігаємо більш інтенсивне зростання імпорту над експортом шовку, а обсяги замовлень є стабільними впродовж кількох останніх років, а в періоді п'яти років ми спостерігаємо спад, що може означати про зниження міжнародної конкурентоспроможності шовкової продукції.

Для того щоб Україна могла збільшити експорт готової продукції легкої промисловості необхідно в першу чергу розвивати текстильну промисловість, для того щоб собівартість продукції була дешевшою за рахунок якісної сировини вітчизняного виробництва.

За аналізом фінансових показників підприємства ПАТ "Київський шовковий комбінат", можна зробити наступні висновки, що підприємство має негативну динаміку в показниках рентабельності, ліквідності тощо. Проте підприємство має збільшення доходу ніж збитку.

На основі вище проведених PEST та SWOT аналізів можна сформулювати фактори, які сприятимуть підвищенню міжнародної конкурентоспроможності підприємства:

- проведення оновлення виробництва;
- участь підприємства в різноманітних міжнародних заходах та об'єднань текстильного виробництва;
- нарощування власних потужностей підприємства;
- унікальність продукції;
- розширення асортименту продукції.

Експорт шовку зростає, проте в кількісному значенні він є набагато меншим, ніж імпорт. Низький рівень конкурентоспроможності українських підприємств на міжнародному ринку спричинений технічними, ціновими, політичними, інноваційними проблемами.

Для підвищення конкурентоспроможності досліджуваного підприємства необхідним є залучення інвесторів, співпраця з підприємствами виробництва одягу для відновлення виробництва шовку. За рахунок цього підприємство збільшить з часом свої прибутки і зможе вийти на міжнародний ринок.

Підприємству доречно було б співпрацювати з виробниками українського одягу, які створюють якісний одяг з тканин наприклад італійського походження, за умови високої якості підприємство могло б стати постачальником шовку, який мав би меншу ціну.

Заходами для підвищення конкурентоспроможності підприємства слугуватимуть наступні кроки:

- відновлення виробництва (відновлення діяльності комбінату, впровадження виробництва шовку за допомогою наявного обладнання та приміщень, збільшення кількості працівників);
- співпраця з інвесторами (залучення інвесторів, які допоможуть на вигідних умовах з фінансовими питаннями відновлення виробництва);
- співпраця з українськими виробниками одягу (налагодити ринок збуту, для початку українські виробники одягу, створення високоякісної тканини з вигідною ціною для покупця);
- вихід на міжнародний ринок (після виходу на внутрішній ринок, новий рівень - експорт товару зарубіжним виробникам одягу).

За виконанням необхідних кроків підприємство знову зможе виготовляти шовк та поновити колишню репутацію виробника, покращить місце України у виробництві шовку, текстильному виробництві та легкій промисловості загалом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дейнеко Л. В. Розвиток промисловості для забезпечення зростання та оновлення української економіки : науково-аналіт. доп. / Л. В. Дейнеко, В. В. Зимовець, Н. М. Шелудько, І. Г. Яненко. – К., 2018. С. 51–59.
2. Легка промисловість України: теоретико-методологічні засади управління розвитком в умовах інтеграції до СОТ [Текст] : монографія / [І. М. Грищенко, Ю. В. Гончаров, І. В. Щербина, А. О. Дворецький, Н. А. Крахмальова, І. О. Максименко, І. О. Тарасенко, Н. В. Бугас, Р. М. Федоряк, Р. М. Набока, О. Ю. Чубукова, Г. Є. Ямненко, О. О. Волошенко]. - К. : КНУТД, 2011. - 332 с.
3. Тарасенко І. О. Сталій розвиток підприємств легкої промисловості: теорія, методологія, практика : монографія / І. О. Тарасенко. – К. : КНУТД, 2014. – 390 с.
4. Конкурентоспроможність підприємства / [Електронний ресурс]. –Режим доступу: <http://studme.com>.
5. Гілецький Й. Р., Сливка Р.Р., Атаманюк Я.Д. Географія: навч.посіб. Харків: Ранок 2017, ст. 42-45.
6. Українська асоціація легкої промисловості/ [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://ukrlegprom.org/ua/>
7. Асоціація «Українсько-Китайського Співробітництва» / [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://aucc.org.ua/>
8. Офіційний сайт підприємства ПАТ "Київський шовковий комбінат" / [Електронний ресурс] - <http://www.silk.org.ua>
9. «Ю-Контроль»/ [Електронний ресурс]- <https://youcontrol.com.ua/>
10. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс] -/<http://www.ukrstat.gov.ua/>
11. Веб- сайт -[Електронний ресурс] - <https://uk.wikipedia.org/wiki>
12. Веб- сайт -Економіка та торгівля -[Електронний ресурс] - [Веб-сайт]. <https://tradingeconomics.com/>
13. Веб-сайт - Світовий економічний форум-[Електронний ресурс] - <https://www.weforum.org>
14. Веб-сайт- Торгово-промислова палата України -[Електронний ресурс] - - <https://ucci.org.ua/>

15. Визначення конкурентних напрямів підприємства на ринку кисломолочної продукції/Стаття/ Стеблюк Н.Ф. Волосова Є.Р.
16. Веб-сайт - Інвестопедія - -[Електронний ресурс] - [Веб-сайт]- <https://www.investopedia.com/>
17. Янковий О.Г. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: Монографія / О.Г. Янковий. – Одеса: Атлант, 2013. – 470 с.
18. Актуальні шляхи та фактори підвищення конкурентоспроможності вітчизняного підприємства /Стаття/ Станіславик О.В., Коваленко О.М.
19. Махнарилов Ю. В., Бойко І.І, Ліщук І.В. Ринок шовку Євросоюзу . *Електронний журнал "Ефективна економіка"*. 2017. №1. С.224.
20. Веб-портал - Євроінтеграційний портал-[Електронний ресурс] - <https://eu-ua.org/>
21. Коваленко В.О. Розробка заходів з підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах / В.О. Коваленко // Економіка підприємства. – 2013 – С. 15-18.
22. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств в ринкових умовах господарювання /Стаття/О. В.Малик, А. А. Хачатрян.
23. Головня О.М. Управління інвестиційним кліматом : інтереси держави, регіонів і підприємств / О.М. Головня // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 1. – С. 256–261.
24. Сидорова А. Кількісна оцінка узгодженості інтересів суб'єктів іноземного інвестування / А. Сидорова, Г. Анісімова / Економіка України. - 2012. - №3. - С.49-59.
25. Вдосконалення стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства /Стаття/ О.О. Дзеніс .
26. Економічна правда-[Електронний ресурс]-<http://www.epravda.com.ua/>
27. Миколаїв.INFO-[Електронний ресурс] -<http://www.mykolaiv.info/>

ДОДАТКИ

Додаток А

Фінансовий звіт ПАТ "Київський шовковий комбінат" за 2014 рік форма № 1-

М

Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Незавершені капітальні інвестиції	1005	8312.6	8312.6
Основні засоби:	1010	33360.4	33208.9
первісна вартість	1011	37049.8	37048.5
знос	1012	(3689.4)	(3839.6)
Довгострокові біологічні активи:	1020	--	--
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	--	--
Інші необоротні активи	1090	--	--
Усього за розділом I	1095	41673.0	41521.5
II. Оборотні активи			
Запаси:	1100	0.1	6.0
у тому числі готова продукція	1103	--	--
Поточні біологічні активи	1110	--	--
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	310.4	116.3
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	4.5	7.7
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	8539.5	8725.4
Поточні фінансові інвестиції	1160	--	--
Гроші та їх еквіваленти	1165	1534.7	283.2
Витрати майбутніх періодів	1170	--	--
Інші оборотні активи	1190	--	--
Усього за розділом II	1195	10389.2	9138.6
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	--	--
Баланс	1300	52062.2	50660.1
Пасив			
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	21350.0	21350.0
Додатковий капітал	1410	25239.5	25058.0
Резервний капітал	1415	5.5	5.5
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(1461.8)	(3063.7)
Неоплачений капітал	1425	(--)	(--)
Усього за розділом I	1495	45133.2	43349.8
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	6488.5	6493.8

Продовження додатку А

III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	--	--
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	--	--
за товари, роботи, послуги	1615	19.9	3.7
розрахунками з бюджетом	1620	336.7	336.6
у тому числі з податку на прибуток	1621	--	--
розрахунками зі страхування	1625	--	--
розрахунками з оплати праці	1630	--	1.7
Доходи майбутніх періодів	1665	--	--
Інші поточні зобов'язання	1690	83.9	474.5
Усього за розділом III	1695	440.5	816.5
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	--	--
Баланс	1900	52062.2	50660.1

Додаток Б

Звіт про фінансові результати ПАТ "Київський шовковий комбінат" за 2014 рік

Форма № 2-м

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	5324.3	5971.4
Інші операційні доходи	2120	20.1	1295.8
Інші доходи	2240	88.2	114.4
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	5432.6	7381.6
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(2133.5)	(2491.6)
Інші операційні витрати	2180	(5035.4)	(5610.9)
Інші витрати	2270	(-3.6)	(0.1)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(7165.3)	(8102.6)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	-1732.7	-721.0
Податок на прибуток	2300	(-130.8)	(-181.5)
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	-1601.9	-539.5

Додаток В

Фінансовий звіт ПАТ "Київський шовковий комбінат" за 2015 рік форма № 1-

М

Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Незавершені капітальні інвестиції	1005	8312.6	8312.6
Основні засоби:	1010	33208.9	29726.7
первісна вартість	1011	37048.5	33689.4
знос	1012	(3839.6)	
Довгострокові активи:	1020	--	(3962.7)
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	--	--
Інші необоротні активи	1090	--	--
Усього за розділом I	1095	41521.5	38039.3
II. Оборотні активи			
Запаси:	1100	6.0	1.9
у тому числі готова продукція	1103	--	--
Поточні біологічні активи	1110	--	--
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	116.3	21.4
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	7.7	5.6
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	8725.4	5786.6
Поточні фінансові інвестиції	1160	--	--
Гроші та їх еквіваленти	1165	283.2	692.4
Витрати майбутніх періодів	1170	--	3.6
Інші оборотні активи	1190	--	--
Усього за розділом II	1195	9138.6	6511.5
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття			
Баланс	1300	50660.1	44550.8
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	21350.0	21350.0
Додатковий капітал	1410	25058.0	21243.6
Резервний капітал	1415	5.5	5.5
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(3063.7)	(6330.5)

Продовження додатку В

Неоплачений капітал	1425	(--)	(--)
Усього за розділом І	1495	43349.8	36268.6
ІІ. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	6493.8	6997.7
ІІІ. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	--	--
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	--	--
за товари, роботи, послуги	1615	3.7	3.5
розрахунками з бюджетом	1620	336.6	513.6
у тому числі з податку на прибуток	1621	--	--
розрахунками зі страхування	1625	--	--
розрахунками з оплати праці	1630	1.7	--
Доходи майбутніх періодів	1665	--	--
Інші поточні зобов'язання	1690	474.5	767.4
Усього за розділом ІІІ	1695	816.5	1284.5
ІV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	--	--
Баланс	1900	50660.1	44550.8

Додаток Д

Звіт про фінансові результати ПАТ "Київський шовковий комбінат" за 2015 рік
форма № 2-м

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	4982.9	
Інші операційні доходи	2120	8.1	20.1
Інші доходи	2240	139.5	88.2
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	5130.5	5432.6
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(1560.3)	(2133.5)
Інші операційні витрати	2180	(6837.0)	(5035.4)
Інші витрати	2270	(--)	(-3,6)

Продовження додатку Д

Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(8397.3)	(7165.3)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	-3266.8	-1732.7
Податок на прибуток	2300	(--)	(-130.8)
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	-3266.8	-1601.9

Додаток Е

Фінансовий звіт ПАТ "Київський шовковий комбінат" за 2016 рік форма №1-м

Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Незавершені капітальні інвестиції	1005	8312.6	8519.8
Основні засоби:	1010	29726.7	26246.7
первісна вартість	1011	33689.4	30328.4
знос	1012	(3962.7)	(4081.7)
Довгострокові біологічні активи:	1020	--	--
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	--	--
Інші необоротні активи	1090	--	--
Усього за розділом I	1095	38039.3	34766.5
II. Оборотні активи			
Запаси:	1100	1.9	5.8
у тому числі готова продукція	1103	--	--
Поточні біологічні активи	1110	--	--
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	21.4	110.3
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	5.6	5.6
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	5786.6	1893.3
Поточні фінансові інвестиції	1160	--	--
Гроші та їх еквіваленти	1165	692.4	370.7
Витрати майбутніх періодів	1170	3.6	--
Інші оборотні активи	1190	--	--
Усього за розділом II	1195	6511.5	2385.7
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	--	--
Баланс	1300	44550.8	37152.2
Пасив			
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	21350.0	21350.0
Додатковий капітал	1410	21243.6	17899.4
Резервний капітал	1415	5.5	5.5

Продовження додатку Е

Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(6330.5)	(11273.8)
— Неоплачений капітал	1425	(---)	(--)
Усього за розділом І	1495	36268.6	27981.1
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	6997.7	7352.5
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	--	--
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	--	--
за товари, роботи, послуги	1615	3.5	3.9
розрахунками з бюджетом	1620	513.6	750.1
у тому числі з податку на прибуток	1621	--	--
розрахунками зі страхування	1625	--	--
розрахунками з оплати праці	1630	--	--
Доходи майбутніх періодів	1665	--	--
Інші поточні зобов'язання	1690	767.4	1064.6
Усього за розділом III	1695	1284.5	1818.6
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	--	--
Баланс	1900	44550.8	37152.2

Додаток Ж

Звіт про фінансові результати ПАТ "Київський шовковий комбінат" за 2016 рік
форма № 2-м

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний Період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	7202.2	4982.9
Інші операційні доходи	2120	4.5	8.1
Інші доходи	2240	104.4	139.5
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	7311.1	5130.5
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(1980.7)	(1560.3)
Інші операційні витрати	2180	(10273.7)	(6837.0)
Інші витрати	2270	(--)	(--)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(12254.4)	(8397.3)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	-4943.3	-3266.8
Податок на прибуток	2300	(--)	(--)
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	-4943.3	-3266.8

Додаток 3

Фінансовий звіт ПАТ "Київський шовковий комбінат" за 2017 рік форма №1-м

Актив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Незавершені капітальні інвестиції	1005	8519.8	8519.8
Основні засоби:	1010	26246.7	22808.8
первісна вартість	1011	30328.4	26709.6
знос	1012	(4081.7)	(3900.8)
Довгострокові біологічні активи:	1020	--	--
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	--	--
Інші необоротні активи	1090	--	--
Усього за розділом I	1095	34766.5	31328.6
II. Оборотні активи			
Запаси:	1100	5.8	3.5
у тому числі готова продукція	1103	--	--
Поточні біологічні активи	1110	--	--
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	110.3	89.5
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	5.6	227.2
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	1893.3	399.6
Поточні фінансові інвестиції	1160	--	--
Гроші та їх еквіваленти	1165	370.7	496.2
Витрати майбутніх періодів	1170	--	--
Інші оборотні активи	1190	--	--
Усього за розділом II	1195	2385.7	1216.0
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	--	--
Баланс	1300	37152.2	32544.6
Пасив			
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	21350.0	21350.0
Додатковий капітал	1410	18501.4	15759.1
Резервний капітал	1415	5.5	5.5
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(9750.1)	(11384.2)
Неоплачений капітал	1425	(--)	(--)
Усього за розділом I	1495	30106.8	25730.4
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	5690.5	5059.4

Продовження додатку 3

III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	--	--
Поточна кредиторська заборгованість за : довгостроковими зобов'язання	1610	--	--
за товари, роботи, послуги	1615	8.9	13.2
розрахунками з бюджетом	1620	321.1	550.6
у тому числі з податку на прибуток	1621	--	--
розрахунками зі страхування	1625	--	--
розрахунками з оплати праці	1630	--	--
Доходи майбутніх періодів	1665	--	--
Інші поточні зобов'язання	1690	1024.9	1191.0
Усього за розділом III	1695	1354.9	1754.8
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	--	--
Баланс	1900	37152.2	32544.6

Додаток II

Звіт про фінансові результати ПАТ "Київський шовковий комбінат" за 2017 рік

форма №2-м

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	8889.1	7202.2
Інші операційні доходи	2120	171.6	4.5
Інші доходи	2240	217.4	104.4
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	9278.1	7311.1
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(1791.2)	(1980.7)
Інші операційні витрати	2180	(9074.8)	(10273.7)
Інші витрати	2270	(--)	(--)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(10866.0)	(12254.4)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	-1587.9	-4943.3
Податок на прибуток	2300	(46.2)	(--)
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	-1634.1	-4943.3

Додаток К

Фінансовий звіт ПАТ "Київський шовковий комбінат" за 2017 рік форма №1-м

Актив	Код рядка	На початок звітнього року	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	--	--
первісна вартість	1001	--	1
накопичена амортизація	1002	--	1
Незавершені капітальні інвестиції	1005	8520	8313
Основні засоби:	1010	22809	21
первісна вартість	1011	26710	484
знос	1012	3901	463
Інвестиційна нерухомість	1015	--	19333
Первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	--	22954
Знос інвестиційної нерухомості	1017	--	3621
Довгострокові біологічні активи:	1020	--	--
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	--	--
Інші фінансові інвестиції	1035	--	--
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	--	--
Відстрочені податкові активи	1045	--	--
Інші необоротні активи	1090	--	--
Усього за розділом I	1095	31329	27667
II. Оборотні активи			
Запаси:	1100	4	5
Виробничі запаси	1101	4	5
Поточні біологічні активи	1110	--	--
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	89	--
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	--	--
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	227	191
у тому числі з податку на прибуток	1136	4	4
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	400	505
Поточні фінансові інвестиції	1160	--	--
Гроші та їх еквіваленти	1165	496	350
Рахунки в банках	1167	496	350
Витрати майбутніх періодів	1170	--	207
Інші оборотні активи	1190	--	282
Усього за розділом II	1195	1216	1540

Продовження додатку К

III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	--	--
Баланс	1300	32545	29207
Пасив			
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	21350	21350
Капітал у дооцінках	1405	--	21
Додатковий капітал	1410	15759	12996
Резервний капітал	1415	5	5
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-11384	-12855
Неоплачений капітал	1425	--	--
Вилучений капітал	1430	--	--
Усього за розділом I	1495	25730	21571
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення	1500	5060	2989
Відстрочені податкові зобов'язання			
Пенсійні зобов'язання	1505	--	1104
Довгострокові кредити банків	1510	--	--
Інші довгострокові зобов'язання	1515	--	--
Довгострокові забезпечення	1520	--	--
Цільове фінансування	1525	--	--
Усього за розділом II	1595	5060	4093
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	--	--
Поточна кредиторська заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями за товари, роботи, послуги	1610	--	--
розрахунками з бюджетом	1615	13	4
у тому числі з податку на прибуток	1620	551	687
розрахунками зі страхування	1621	--	--
розрахунками з оплати праці	1625	--	--
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1630	--	--
1635	--	858	
Поточні забезпечення	1660	--	94
Доходи майбутніх періодів	1665	--	--
Інші поточні зобов'язання	1690	1191	1954
Усього за розділом III	1695	1755	3597
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	--	--
Баланс	1900	32545	29207

Звіт про фінансові результати ПАТ "Київський шовковий комбінат" за 2018 рік
форма № 2-м

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	11265	8889
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(2167)	(1791)
Валовий: прибуток	2090	9098	7098
збиток	2095	(--)	(--)
Інші операційні доходи	2120	--	172
Адміністративні витрати	2130	(10136)	(8554)
Витрати на збут	2150	(--)	(--)
Інші операційні витрати	2180	(448)	(521)
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	--	--
збиток	2195	(1486)	(1805)
Дохід від участі в капіталі	2200	--	--
Інші фінансові доходи	2220	7	21
Інші доходи	2240	--	196
Фінансові витрати	2250	(--)	(--)
Втрати від участі в капіталі	2255	(--)	(--)
Інші витрати	2270	(--)	(--)
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	--	--
збиток	2295	(1479)	(1588)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	9	-46
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	--	--
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	--	--
збиток	2355	(1470)	(1634)