

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра міжнародних економічних відносин

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Оцінка міжнародної конкурентоспроможності підприємства

за матеріалами товариства з обмеженою відповідальністю
«МЕТІНВЕСТ», м. Київ

Студента 2 курсу 4 м групи,
спеціальності 073
«Менеджмент», спеціалізації
«Менеджмент
зовнішньоекономічної
діяльності»

Пряницької Ірини
Костянтинівни

Науковий керівник –
д-р екон. наук, проф.

Юхименко
Володимир
Васильович

Гарант освітньої програми
д-р екон. наук, доцент.

Студінська
Галина
Яківна

Київ 2018

	ЗМІСТ	
	ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1.	ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ	6
1.1.	Економічна сутність та види конкурентних переваг підприємства	6
1.2.	Детермінанти формування конкурентних переваг виробничого підприємства на міжнародному ринку.	14
1.3.	Методичні підходи до оцінювання рівня конкурентних переваг виробничого підприємства на міжнародному ринку	22
	Висновки до розділу 1	33
РОЗДІЛ 2.	ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ	35
2.1.	Аналіз показників фінансово-господарської діяльності ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ».	35
2.2.	Моніторинг міжнародного конкурентного середовища ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ».	43
2.3.	Аналіз рівня конкурентних переваг ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» на міжнародному ринку.	52
	Висновки до розділу 2	61
РОЗДІЛ 3.	НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ТОВ «МЕТІНВЕСТ- СМЦ» НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ	63
3.1.	Резерви активізації конкурентних переваги ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» на міжнародних ринках.	63
3.2.	Розробка заходів щодо посилення конкурентних переваг ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» на ринках країн Близького Сходу.	71
3.3.	Прогнозування ефективності запропонованих заходів.	80
	Висновок до розділу 3	89
	ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	91
	СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	95
	ДОДАТКИ	104

ВСТУП

Актуальність дослідження. Відкритість економік і лібералізація світової торгівлі не тільки полегшують вихід країн на зарубіжні ринки, але й виставляють високі вимоги до товарів і послуг, з якими національні підприємства виступають на світовому ринку. Рівень задоволення цих вимог залежить від ступеню конкурентоспроможності країни, її підприємств та продукції, яку вони виробляють.

На сучасному етапі розвитку світового господарства, в епоху глобалізації та інтернаціоналізації виробництва основним фактором, що впливає на ефективність діяльності підприємства та як наслідок – галузі, є конкурентоспроможність продукції.

Чорна металургія є фундаментом індустріального розвитку багатьох країн світу. Від чорної металургії в першу чергу залежить розвиток важкої промисловості. Без металургії як виробника конструкційних матеріалів неможливий розвиток машинобудування, а в зв'язку з цим і розвиток науково-технічного прогресу.

Актуальність теми дослідження полягає в тому, що металургійний комплекс України є стратегічно важливою галуззю економіки. Тому для забезпечення сталого розвитку економіки України, вкрай важливою є підтримка конкурентоспроможності металургійних підприємств на міжнародних ринках.

Україна належить до країн Європи і світу з найбільш розвинутою металургією. Навіть в умовах економічної кризи вона поступалась за показниками виробництва основної продукції цієї галузі в Європі тільки Німеччині.

Висока частка продукції чорної металургії у вітчизняному експорті і валютних надходженнях суттєво позначається на зовнішньоторговельній політиці України і на процесах економічної інтеграції.

Мета дослідження полягає у розробці рекомендацій щодо підвищення рівня конкурентоспроможності ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ».

Реалізація поставленої мети зумовила вирішення **таких завдань**:

- дослідити економічну сутність та види конкурентних переваг підприємства;
- визначити детермінанти формування конкурентних переваг виробничого підприємства на міжнародному ринку;
- систематизувати методичні підходи до оцінювання рівня конкурентних переваг виробничого підприємства на міжнародному ринку;
- провести аналіз показників фінансово-господарської діяльності ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ»;
- здійснити моніторинг міжнародного конкурентного середовища ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ»;
- провести аналіз рівня конкурентних переваг ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» на міжнародному ринку;
- визначити резерви активізації конкурентних переваги ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» на міжнародних ринках;
- розробити заходи щодо посилення конкурентних переваг ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» на ринках країн Близького Сходу;
- здійснити прогнозування ефективності запропонованих заходів.

Об'єкт випускної кваліфікаційної роботи: процес оцінки міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

Предмет випускної кваліфікаційної роботи: теоретичні та методичні підходи до оцінки міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

Стан дослідження проблеми. Проблеми конкурентоспроможності підприємств досліджені багатьма відчизняними і іноземними науковцями. Зокрема, дослідженню цієї проблематики присвячено роботи вітчизняних авторів: Арестенко А.А., Марцин В.С., Манцевич О.М., Герасимчук В.І., Заєць М.А., Драч М., Панченко В.Г., Кравченко І.Ю., Дробітько Н.А.,

Процишин О.Р., Велекий Ю.П., Гончарук Т.І., Бень Т.Г.), так і зарубіжних дослідників (А.А. Мазаракі, Н.Г. Кузнецов, В.П. Желтіков, Г. Вакулев, С. Струмилін, В.В. Уваров.

Незважаючи на велику кількість робіт як зарубіжних. Так і вітчизняних учених проблема забезпечення конкурентоспроможності саме металургійних підприємств на світовому ринку потребує подальшого дослідження.

У випускній кваліфікаційній роботі використанні також матеріали міжнародних економічних організацій, наукових конференцій і семінарів. Періодичні та статистичні видання, інформація з мережі Інтернет.

Методологія і методи дослідження. Поставленої мети було досягнуто за вдяки використання системного підходу, ретроспективних, дедуктивних методів аналізу та синтезу, порівняння; методу рядив динаміки, балансового, узагальнення та групування.

Інформацій база дослідження. Інформаційна база дипломної роботи базуються на роботах вітчизняних та зарубіжних вчених, законодавчих і нормативних актах, а також монографії, автореферати дисертацій, навчальна література, статті з фахових економічних журналів і газет, що регламентують формування, використання та прогнозування підвищення рівня конкурентних переваг.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

1.1 Економічна сутність та види конкурентних переваг підприємства

Розвиток світової економіки в ХХст. супроводжувався посиленням міжнародної конкуренції. Великі конкуруючі фірми (транснаціональні компанії -ТНК), а через них - країни їх базування, здійснюють посправжньому глобальну стратегію: реалізують свою продукцію в усьому світі, отримують матеріали та комплектуючі з усього світу, розміщують виробництво в багатьох країнах з метою економії. Водночас істотних змін зазнали форми і методи конкурентної боротьби - відбувся перехід від вільної до переважно монополістичної та олігополістичної конкуренції, „центр ваги" пересунувся від цінової до нецінової конкуренції. Разом із політикою інтенсивного впровадження у виробництво різноманітних нововведень та винаходів головними інструментами протистояння стали якість товару або послуги. Ці обставини призвели до загострення конкурентної боротьби на всіх рівнях економічної системи, вивели на перший план проблеми конкурентоспроможності як на макро-, так і на мікроекономічному рівнях. У відповідь на вимоги часу уряди США, Японії, Німеччини, Великобританії та Франції - країн, що входять до технологічного ядра світової спільноти, - вживають дієвих заходів з метою утворення та утримання конкурентних переваг.

Це відбувається насамперед за рахунок складових економічної політики, завдяки яким вдається підтримувати конкурентоспроможність, по-перше, національної економіки в цілому, а по-друге - в окремих галузях економіки шляхом прямої чи опосередкованої підтримки та стимулювання

товаровиробників з метою збереження або відновлення їхніх конкурентних переваг. Особливою ознакою часу було й те, що уряди країн всупереч загальній ідеології вільної торгівлі досить часто приймали рішення про надання тієї чи іншої підтримки національним виробникам продукції та послуг. Тому на практиці ідеологія вільної торгівлі та досконалої конкуренції нерідко стає жертвою протекціонізму[41, с.263].

У зарубіжній літературі поняття конкурентоспроможності має різні інтерпретації, принаймні з чотирьох причин. Насамперед, як вважають Д. Репкін і Дж. Стренд, першою з причин є лінгвістична неоднозначність цього поняття. Так, найбільш відома й авторитетна сучасна праця з проблем міжнародної конкурентоспроможності «The Competitive Advantage of Nations» М. Портера, що видана в США у 1990 році, всього через три роки з'явилася у Москві під назвою «Міжнародна конкуренція». Проте, враховуючи, що competitiveadvantage перекладається з англійської і як „конкурентна перевага” і як «конкурентоспроможність», назву вказаної праці можна було б перекласти і як «Конкурентні переваги» країні як «Національні конкурентні переваги» і як «Конкурентоспроможність націй». Інакше кажучи, англійська мова фактично ототожнює або робить дуже близькими за змістом такі поняття, як «конкурентні переваги» і «конкурентоспроможність». Аналогічно прикметник competitive перекладається з англійської і як «конкурентний», і як «конкурентноспроможний» [48, с.23].

Друга причина відмінностей теоретичних інтерпретацій полягає в тому, що поняття конкурентоспроможності аналізується залежно від економічного об'єкта, до якого воно застосовується. «Конкурентоспроможність, - відзначає В. Андріанов, - багатопланова економічна категорія, яку можна розглядати на кількох рівнях. Це конкурентоспроможність товарів, товаровиробників, галузей, країни. Між всіма цими рівнями існує тісний взаємозв'язок: адже конкурентоспроможність країни й галузі в кінцевому рахунку залежать від

здатності конкретних виробників випускати конкурентоспроможні товари». Критерії, характеристики та фактори динаміки конкурентоспроможності на рівні підприємства, галузі чи національної економіки, безумовно, мають свою специфіку. Найбільш повно піддається осмисленню поняття конкурентоспроможності на рівні підприємства. Звичайно, конкурентоспроможним вважається підприємство, яке, здійснюючи свою діяльність в умовах відкритих ринків, здатне тривалий час залишатися прибутковим. Поняття конкурентоспроможності галузі відбиває насамперед сприятливі позиції національної економіки в системі міжнародних відносин, головним чином у сфері міжнародної торгівлі, і водночас її здатність зміцнювати ці позиції. Це головний, але не єдиний аспект поняття конкурентоспроможності. Зарубіжні дослідники також додають, що галузь можна кваліфікувати як конкурентоспроможну, якщо вона до того ж здатна нарощувати темпи економічного зростання, збільшувати зайнятість та реальні доходи громадян [13, с.16].

Третя причина різного тлумачення конкурентоспроможності полягає в тому, що, як вважає В.Попов, основні течії сучасної західної економічної думки істотно відрізняються в підходах до причин і джерел підвищення (зниження) конкурентоспроможності. Так монетаристський підхід, який користується найбільшою підтримкою в академічних колах, виходить з ланцюжка причинно-наслідкових зв'язків «дефіцит державного бюджету - підвищення відсоткових ставок приплив іноземного капіталу - підвищення курсу національної валюти – зниження конкурентоспроможності». На переконання монетаристів (М. Фрідмен, М. Фелдтайн, ДЖ, Тобін та ін.), такий за все показує ті фундаментальні залежності, які покладено в основу зрушень у зовнішньоекономічному становищі тієї чи іншої країни [23, с.21].

Інша точка зору є характерною для так званих структуралістів, які значною мірою спираються на кейнсіанську теорію. Не заперечуючи впливу бюджетного дефіциту, структуралісти (Л. Туроу, Р. Рейч, Ф.

Рохатія) разом з тим вважають, що погіршення зовнішньоекономічних позицій галузі відбиває більш глибокі, довгострокові зрушення в розвитку національної економіки. При цьому вони звертаються до мікроекономічних процесів і доводять, що низька та спадна конкурентоспроможність національних товаровиробників на світових ринках обумовлена низькими темпами зростання ефективності виробництва, підвищення технічного рівня та якості виробів.

Ще один підхід пропонується прихильниками економіки пропозиції. На противагу монетаристам і структуралістам, вони вбачають основні причини погіршення конкурентоспроможності не в самій національній економіці, а в зовнішніх факторах - у змінах, що відбуваються у світовому господарстві. На їхню думку, головна причина всіх негараздів з конкурентоспроможністю та всіх пов'язаних з нею проблем - це торговельні бар'єри, в основному нетарифні. Іншими словами, з погляду прибічників економіки пропозиції при аналізі конкурентоспроможності галузі ключовою є проблема доступу товарів на зовнішні ринки.

Цілком природно що маючи різні погляди на фактори, що визначають рівень конкурентоспроможності, монетаристи, структуралісти та прибічники теорії пропозиції різняться і в тому, які заходи слід вживати для виправлення становища, як змінити для цього урядову політику [26, с.82].

Певна частка істини є в кожній з наведених позицій. В сучасному світовому господарстві є й елементи недосконалої конкуренції, що негативно впливають на можливість проникнення національних товарів на іноземні ринки (теорія пропозиції), і залежність конкурентоспроможності від валютного курсу, який, у свою чергу, залежить від дефіциту державного бюджету (монетаристи). А визначально впливають на конкурентоспроможність такі базові фактори, як ефективність виробництва і державне регулювання ринкових механізмів розподілу ресурсів (структуралісти). Мабуть, монетаристи ближче за інших

підходять до істини, якщо розглядати всю проблему в короткостроковому плані. Однак структуралісти швидше за все праві в довгостроковому плані - в тому сенсі, що суто ринкові механізми спрацьовують не найкращим чином, коли йдеться про визначення перспективних напрямків науково-технічного прогресу та структурних зрушень в економіці.

Четверта причина відсутності загальноприйнятого визначення конкурентоспроможності полягає в тому, що це поняття є похідним від поняття «конкуренція». Проте конкуренція як економічна категорія не може бути з'ясована у відриві від аналізу прибутку. Те, що конкуренція є змаганням заради прибутку, відзначали ще класики політичної економії А. Сміт і Д. Рікардо, коли розрізняли у своїх дослідженнях галузеву й міжгалузеву конкуренцію. Але провідним видом конкуренції вони вважали конкуренцію між капіталами.

По-перше, відповідність вимогам світових ринків означає здатність спрощувати, виробити та розподілити товари і послуги за цінами, які були б конкурентоспроможними на світових ринках. Центральними чинниками тут є вартість виробництва та застосування новітніх технологій. Якщо вартість виробництва всередині країни є високою або зростає, застосування новітніх технологій, які збільшують продуктивність основних факторів виробництва, є вирішальним моментом для збереження або підвищення конкурентоспроможності. Якщо ж вартість виробництва всередині країни є низькою, застосування технологій, що збільшують продуктивність, тим паче підвищує конкурентоспроможність [13, с.18].

Слід відзначити, що у світовій економічній літературі існує чимало розробок, в яких показано що міжнародна конкуренція є ефективним засобом підвищення продуктивності не тільки в малих країнах з високим ступенем відкритості зовнішньому ринку (Бельгія, Люксембург тощо), але й у великих промислових країнах. Так, порівняльне дослідження продуктивності в Японії та Німеччині, здійснене М. Бейлі та Х. Гербахом, показує, що міжнародна конкуренція підвищує продуктивність більшою

мірою, ніж конкуренція на регіональному або локальному рівнях, оскільки країни опиняються перед необхідністю використовувати найдосконаліші промислові технології. Відкритість економіки стимулює економічне зростання за рахунок імпорту засобів виробництва, вироблених на основі нових технологій, та потенційного розширення ринку, яке підвищує доходність інновацій. Результати цих емпіричних досліджень викладено у С. Едвардса, Д. Френкеля і Д. Ромера, А. Харрісон і Т. Хансона та Д. Сакса і А. Ворнера [1, с.35].

По-друге, йдеться про те, наскільки вільними й справедливими є умови ринку. «Дискримінація іноземних товарів здатна викривити оцінку конкурентоспроможності», - зауважують Д. Рєпнін і Дж. Стренд. Якщо умови ринку несправедливі, то деякі країни можуть бути конкурентоспроможними завдяки цьому, оскільки їхні внутрішні ринки закриті або ж національні компанії отримують чималі субсидії від держави. Будь-яка країна може «симулювати» конкурентоспроможність, здійснюючи політику обмежень імпорту та протекціонізму. І, навпаки, ті країни, що є насправді конкурентоспроможними, можуть виявитися неконкурентоспроможними, оскільки їхнім національним компаніям, що не отримують субсидій і не захищені політикою протекціонізму, доводиться конкурувати з компаніями, які субсидуються урядами своїх країн.

По-третє, це проблема реальних доходів населення. «Якщо в країні значно зростає експорт, а реальні доходи населення не зростають або навіть знижуються, то це може означати, що робітники та інші громадяни субсидують національну конкурентоспроможність», - вважає Дж. Харт. «Конкурентоспроможність, на думку С. Коєна і Д. Зісмєна, - насамперед співвідноситься зі зростаючими реальними доходами населення та підвищенням зайнятості». Будь-яка країна може проводити політику скорочення реальної заробітної плати на внутрішньому ринку праці з метою покращення своїх позицій на світових ринках, проте подібна

практика не має нічого спільного із справжньою конкурентоспроможністю. Така практика доволі часто застосовується країнами, які розвиваються, а також країнами з перехідною економікою, що спричиняє різні торговельні конфлікти у їхніх відносинах із ринково розвиненими країнами та поміж собою. Отже, як справедливо відзначають російські дослідники конкурентоспроможності країни Ю. Куренков і В. Попов, ані позитивний баланс зовнішньої торгівлі, ані позитивний платіжний баланс, ані зростання золотовалютних резервів не можуть бути достатніми критеріями конкурентоспроможності, якщо немає інтерактивних зв'язків зростання в складній системі «Освітній рівень економічна інфраструктура – якість життя»[7, с.26].

Враховуючи наведені уточнення, пропонується визначення конкурентоспроможності галузі як сукупності притаманних конкретній національній економіці факторів, здатних забезпечити пропозицію товарів і послуг, виготовлених за умов застосування новітніх технологій, вільного і справедливого ринку та зростаючих доходів населення, що є прийнятним для міжнародної торгівлі за співвідношенням ціна - якість. Дія цієї сукупності чинників повинна мати своїм наслідком позитивну динаміку випуску продукції, зайнятості та факторних доходів, а, також зміцнення позицій національної економіки на світовому ринку[48, с.36].

Слід зазначити, що в сучасному світі як в ринково розвинутих країнах, так і в країнах з перехідною економікою приділяється неабияка увага використанню адекватних заходів з метою підтримки та розвитку конкурентних переваг.

Отже, все це мотивує розробку теоретичних засад конкурентоспроможності і складових економічної політики нашої країни, які її забезпечують. Загалом, до шляхів підвищення конкурентоспроможності галузі відносять:

- внутрішньополітичну стабільність;
- створення гнучких економічних структур;

- розвиток наступальної стратегії на міжнародних експортних ринках;
- акцент на якості та швидкості при виконанні реформ;
- інвестування у покращення умов праці;
- вкладення капіталу в традиційні галузі та в промисловість;
- широке інвестування освіти, а також системи безперервного навчання;
- сприяння заощадженням населення та інвестиціям у власну економіку;
- підтримання соціальної згоди шляхом скорочення різниці у заробітній платі та зміцнення середнього класу тощо.

Конкурентоспроможність компаній є найважливішим локомотивом конкурентоспроможності галузей і країн, базисом, який оцінюють за стабільним зростанням продажу, частки ринку та прибутку. Для того щоб утримати конкурентну перевагу, необхідно розширювати набір її джерел і удосконалювати їх, переходити до переваг вищого порядку, які довше зберігаються. [10, с.19].

Тому при системному вивченні понять «конкурентні переваги» й «конкурентоспроможність» виділяють ієрархічну структуру (рис.1.1), що послідовно включає оцінку товару, підприємства, галузі, економіки з погляду їхньої переваги над аналогічними конкуруючими об'єктами[35, с.45].

Для галузі конкурентоспроможність означає наявність у ній вагомій кількості конкурентоспроможних національних фірм, здатних захопити й утримати значну частку світового ринку. Застосування теорії конкурентоспроможності до країни є специфічним, оскільки країни не можуть зникати під впливом конкуренції, як збанкрутілі фірми. У вузькому розумінні, коли беруться вартісні показники зовнішньоекономічної діяльності, країни справді конкурують на світових ринках. За такого підходу беруться до уваги питомі витрати виробництва в обробній промисловості, ціни, реальний обмінний курс — словом, усе те,

що формує конкурентні позиції вітчизняних галузей у глобальній економіці [20, с.55].

Конкурентоспроможність тієї чи іншої країни можна розглядати як «суму» міжнародної конкурентоспроможності національних експортерів

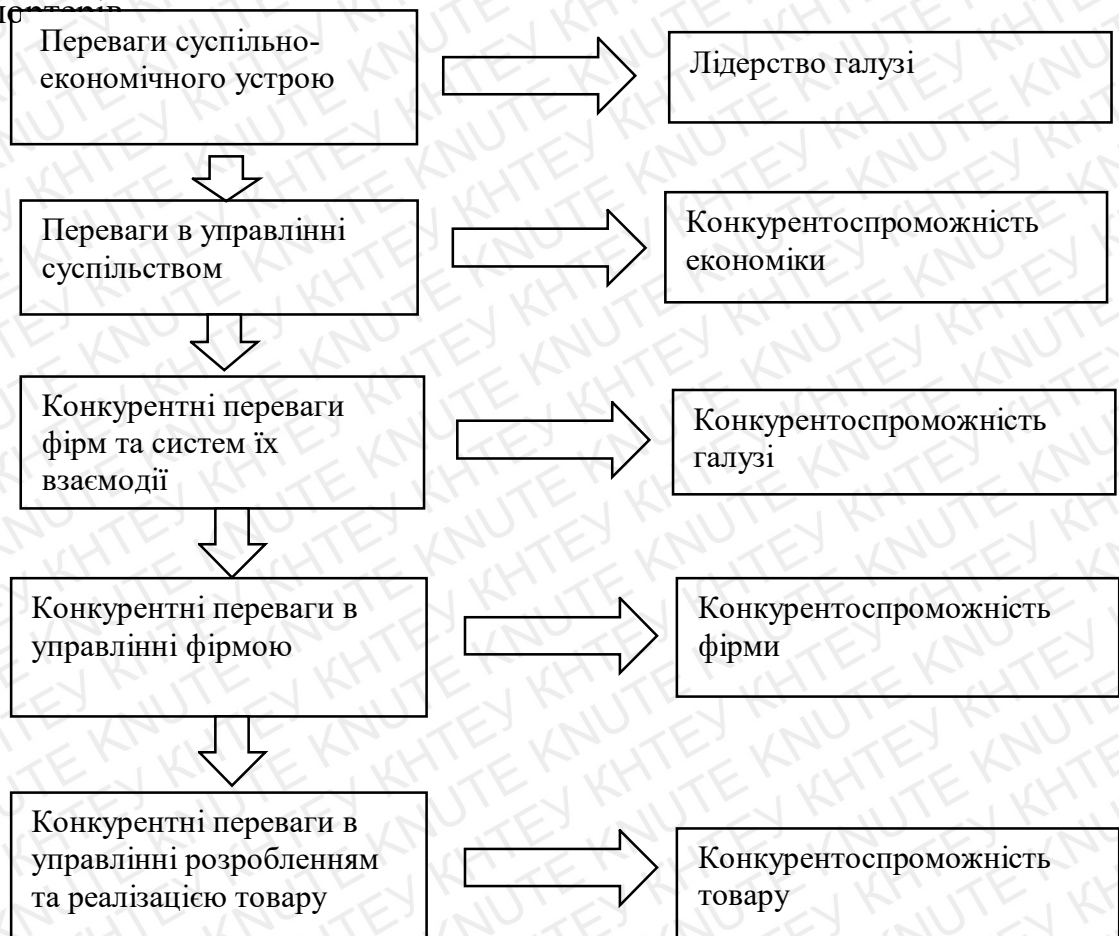


Рис. 1.1. Ієрархічна структура конкурентоспроможності

За визначенням Європейської економічної комісії ООН, для досягнення високого рівня конкурентоспроможності мають виконуватися такі умови (або хоча б частина із них): 1) експортери зберігають і збільшують свою частку на зовнішніх ринках; 2) на продукцію з високою доданою вартістю та сучасні технології припадає постійно зростаюча частка експорту; 3) зростає середня питома вартість експорту країни.

1.2. Детермінанти формування конкурентних переваг

виробничого підприємства на міжнародному ринку

Зовнішня конкурентна перевага базується на визначних якостях товару, які створюють цінність для покупця завдяки або скороченню витрат, або підвищенню ефективності. Зовнішня конкурентна перевага посилює «ринкову міць» фірми, оскільки вона (фірма) може примусити ринок приймати ціну продажу вищу, ніж у пріоритетного конкурента, який не забезпечує відповідної визначної якості.

Здатність фірми реалізувати і захистити свої конкурентні переваги залежить від того, наскільки успішно вона може протистояти тиску конкурентних сил, діючих на ринку.

До зовнішніх конкурентних переваг підприємства можна віднести такі:

- інформаційні - діючі на підприємстві системи збирання та обробки даних, ступінь поінформованості підприємства про стан і тенденції розвитку ринку, дію сил та умов навколишнього бізнес-середовища, поведінку споживачів, конкурентів та інших суб'єктів господарювання;
- конструктивні - технічні характеристики продукції, її дизайн, упаковка;
- якісні - рівень якості продукції за оцінками споживачів;
- поведінкові - ступінь поширення філософії маркетингу серед працівників підприємства, націленість його діяльності на задоволення потреб споживачів конкретних цільових ринків;
- кон'юнктурні - ринкові умови діяльності, конкурентне середовище (кількість і поведінка конкурентів, гострота конкуренції);
- сервісні - рівень та якість послуг, що надаються підприємством;
- іміджеві - загальні уявлення споживачів про підприємство та його товари, популярність;
- цінові - рівень ринкової влади підприємства та можливості зміни цін;
- збутові - портфель замовлень, прийоми та методи розподілу продукції;

- комунікаційні - канали і способи поширення інформації про підприємство, наявність і використання зворотного зв'язку.

М. Портер розрізняє кілька рівнів конкурентних переваг:

1. *«Переваги низького рівня»* базуються на доступності сировини, дешевій робочій силі, великих масштабах виробництва;
2. *«Переваги більш високого рівня»* визначаються репутацією фірми, ефективними зв'язками з клієнтами, інвестиційною привабливістю тощо;
3. *«Переваги найбільш високого порядку»* становлять власні патенти та ліцензії, високу кваліфікацію персоналу, ефективні системи управління (зокрема, застосування системи стратегічного управління) тощо.

Неабияке значення має оцінка здібності того чи іншого конкурента до створення конкурентних переваг. Конкурентні переваги можуть виявлятися як у зовнішньому, так і у внутрішньому середовищі.

Головне для будь-якого підприємства чи організації — це створення та підтримка різних «навичок», які створюють їхню конкурентоспроможність і є основою їхньої стратегії. Велике значення при цьому мають рівень та профіль виробничого потенціалу.

Так, успішне поєднання організаційної структури та зовнішнього оточення не виникає самотійно, воно є результатом цілеспрямованої діяльності набуття підприємством конкурентних переваг, зокрема організаційних, якими є досконалі організаційні структури управління (ОСУ).

До ключових факторів успіху (табл. 2) належить сукупність чинників ринкової та ресурсної орієнтації, які можуть вплинути на формування довгострокової конкурентоспроможності фірми і, відповідно, на її стратегічний успіх. Більшість спеціалістів вважають, що ключові фактори успіху:

- мають виражений галузевий характер;
- є спільними орієнтирами для всіх підприємств певної галузі.

Теоретичні та емпіричні дослідження свідчать, що набір ключових факторів успіху в різних галузях значно відрізняється. До того ж, з часом вони можуть змінюватись в одній і тій же галузі під впливом зрушень загальної ситуації в ній.

Ключові фактори успіху можуть бути класифіковані за різними ознаками: за сферою застосування (загальні та специфічні); за джерелами походження (ринкові, ресурсні); за можливостями реалізації (інструментальні, неінструментальні) (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Класифікація ключових факторів успіху підприємства

Ознаки класифікації	Види ключових факторів успіху	Зміст різновиду	Приклади
За сферою застосування	загальні	актуальні для багатьох різноманітних галузей	якість та ціна товару (послуги)
Специфічні	характерні лише для окремих галузей		
За джерелами походження	ринкові	пов'язані зі сприйняттям продукції та фірми споживання	ціна продукції, імідж підприємства
Ресурсні	засновані на оригінальній комбінації ресурсів підприємства	особливі знання персоналу, рівень технології	
За можливостями реалізації	інструментальні	їх реалізація безпосередньо залежить від дій фірми	розвиненість збутової мережі
не інструментальні	формується об'єктивно, незалежно від діяльності підприємства	зростання обсягів ринку	

З позицій конкретної фірми найбільш важливою є класифікація ключових факторів успіху за можливостями реалізації, оскільки зусилля підрозділів компанії треба спрямовувати на використання саме інструментальних факторів.

Сучасні швейцарські та німецькі економісти, які багато уваги приділяють розробці концепції факторів успіху підприємства, поділяють всі

реалізовані певною фірмою ключові фактори успіху на дві групи: стратегічні фактори успіху та ключові компетенції.

Перша група – стратегічні фактори успіху «ринкові» - включає реалізовані фактори успіху, які мають ринкове походження і безпосередньо сприймаються клієнтом. Прикладами ринкових факторів успіху можуть бути: якість продукції, додаткові послуги, ціна, завдяки яким споживачі отримують для себе додаткову корисність.

Друга група - ключові компетенції - являють собою сукупність навичок і технологій, яка базується на явних та прихованих знаннях, забезпечує формування цінностей у системі клієнта, є оригінальною по відношенню до конкурентів і відкриває доступ до нових ринків. Їх складно імітувати та передавати. Ресурси фірми приймають форму ключових компетенцій, якщо відбір і комбінація ресурсів здійснюється краще, оригінальніше, швидше за конкурентів. Ключові компетенції повинні стабільно забезпечувати конкурентні переваги та ресурсну асиметрію відносно ринкових суперників. Можливість відтворення конкурентами ключової компетенції веде до її знецінення.

Виділяють також наступні рівні компетенції:

- окремих індивідів (професійні компетенції);
- ролей, що виконують члени компанії в проектних й інших групах у процесі господарської діяльності (рольові компетенції)
- здійснення певних функцій у процесі виробництва та реалізації продукції (функціональні компетенції);
- взаємопов'язаний набір навичок, здібностей та технологій, який забезпечує унікальність підприємства у певній галузі чи сфері та може застосовуватись у багатьох видах бізнесу (ключові компетенції).

До особливостей ключових компетенцій слід віднести:

1. Ключові компетенції рідко спираються на досвід або діяльність одного відділу.

2. Формування і вдосконалення компетенцій – завдання вищого керівництва.
3. Для перетворення ключової компетенції фірми в конкретні можливості, що забезпечать довгострокову конкурентну перевагу, фірма повинна вкласти в їх створення і зміцнення більше зусиль, засобів і праці, ніж суперники.
4. Оскільки потреби клієнтів і ринкові умови змінюються часто і непередбачувано, компетенції фірми мають бути достатньо гнучкими і широкими, щоб відповідати будь-яким вимогам майбутнього.

Компетенції підприємства (організації) є невід'ємною складовою його стратегічних активів, яка віддзеркалює комплекс колективного знання, досвіду та здібностей підприємства, що в поєднанні з унікальною технологією дозволяє створювати (підтримувати) конкурентні переваги та забезпечувати неповторну відмінність підприємства у певному ринковому оточенні.

Як правило, ключові компетенції не мають прямого впливу на успіх чи невдачу товарної марки, оскільки не орієнтуються безпосередньо на потреби споживачів і тому не можуть сприяти закріпленню позиції торгової марки. Видатних досягнень на ринку можна домогтися не просто за допомогою чудових ресурсів і спроможностей підприємства, а завдяки їх адекватному застосуванню. Наприклад, такі параметри, як кваліфікація персоналу або організаційна культура, стають основою зміцнення позиції товарної марки у свідомості споживача, якщо завдяки їх використанню створюється ефективна послуга.

Чинник конкурентної переваги – це конкретний компонент зовнішнього/ внутрішнього середовища фірми, за яким вона переважає конкуруючі підприємства. Чинники конкурентної переваги можуть бути *тактичними і стратегічними*.

1. Тактичний чинник конкурентної переваги – це конкретний компонент зовнішнього / внутрішнього середовища фірми, за яким вона переважає або буде переважати у найближчий період (до року) конкуруючі підприємства.

2. Стратегічний чинник конкурентної переваги – це конкретний компонент зовнішнього / внутрішнього середовища фірми, за яким вона може випередити конкурентів після виконання у перспективі конкретних умов, які визначають перевагу підприємства за даним компонентом порівняно з конкуруючими фірмами.

У свою чергу стратегічні чинники конкурентної переваги підприємства можна поділити на наступні підчинники:

1. Чинники макросередовища:

- міжнародні;
- політичні;
- економічні;
- природно-кліматичні;
- правові;
- екологічні;
- соціально-демографічні;
- науково-технічні.

2. Чинники інфраструктури регіону:

- ринкова інфраструктура;
- моніторинг оточуючого природного середовища;
- охорона здоров'я;
- наука і освіта;
- культура;
- будівництво;
- торгівля;
- транспорт і зв'язок.

3. Чинники мікросередовища фірми:

- конкуренти фірми;
- постачальники;
- контактні аудиторії (медіа, фінанси тощо);
- маркетингові посередники (реклама, консалтинг);
- законодавство з податкової системи та зовнішньоекономічної діяльності [156].

Типові причини новацій, що дають конкурентну перевагу:

1. Зміна технології може створити нові можливості для розроблення товару, нові способи маркетингу, виробництва або доставки й поліпшення супутніх послуг. Саме вона найчастіше передує стратегічно важливим нововведенням. Нові галузі з'являються тоді, коли зміни технології уможливають появу нового товару. Зміна лідерства, найімовірніше, відбувається у тих галузях, де різка зміна технології спричинює застарівання знань та фондів колишніх лідерів.

2. Часто конкурентна перевага виникає або переходить із рук у руки тоді, коли в покупців з'являються зовсім нові запити або ж їхнє уявлення «ідеального» товару різко змінюється. Ті фірми, які вже закріпилися на ринку, можуть цього не помітити або виявитися не в змозі відреагувати належним чином, бо реакція вимагає створення нового ланцюжку цінності.

3. Конкурентна перевага часто переходить із рук в руки через зміну абсолютної або відносної вартості компонентів виробництва, таких як робоча сила, сировина, енергія, транспорт, зв'язок, засоби інформації та устаткування. Гнучкий менеджмент домагається конкурентної переваги, пристосовуючись до нових умов, у той час як конкуренти зв'язані капіталовкладеннями і тактикою, пристосованими до старих умов.

4. Ще одна можливість одержання конкурентної переваги з'являється, коли утворюється зовсім новий сегмент галузі або відбувається перегрупування існуючих сегментів. Саме звідси є можливість не лише вийти на нову групу покупців, а й знайти новий, більш ефективний спосіб випускати деякі види продукції.

5. Зміна політики уряду в таких областях, як стандарти, охорона навколишнього середовища, вимоги до нових галузей і торговельні обмеження, – ще один поширений стимул для новацій, що тягнуть за собою конкурентну перевагу. Існуючі лідери ринку пристосувались до певних «правил гри», і коли ці правила раптом змінюються, вони можуть виявитися не в змозі відповісти на ці зміни.

1.3. Методичні підходи до оцінювання рівня конкурентних переваг виробничого підприємства на міжнародному ринку

Виробничі підприємства України не є єдиними гравцями на світовому ринку чорних металів. В ході своєї діяльності вони стають учасником конкурентної боротьби за споживача (покупця). Тому одним з важливих етапів роботи з розробки стратегії діяльності є визначення стану конкуренції на ринку діяльності та визначення позиції підприємства на ринку.

Можливість виживання підприємства в умовах постійної конкурентної боротьби залежить від його конкурентоспроможності. Ця категорія має різні тлумачення в економічній літературі. Незважаючи на різні підходи до визначення суті поняття, усі дослідники визначають такі риси цього показника[23, с.116].

1. Порівняльний характер. Конкурентоспроможність не є явищем, притаманним конкретному об'єкту, вона не витікає з його внутрішньої природи, а виявляється тільки за умов порівняння цього об'єкта з іншими. Виходячи з цього, можна стверджувати, що конкурентоспроможність підприємств можливо оцінити шляхом порівняння найбільш суттєвих показників їх діяльності. Результатом цього порівняння є визначення рівня конкурентоспроможності.

2. Часовий характер (динамічність). Досягнутий в окремий проміжок часу рівень конкурентоспроможності торговельного підприємства не може

розглядатися як довгострокова характеристика його ринкової позиції незалежно від ефективності його діяльності. Протидія інших суб'єктів господарювання, рішучість та активність їх конкурентних стратегій можуть призвести до втрати досягнутої позиції та зниження рівня конкурентоспроможності [35, с.58].

В зв'язку з динамічністю переваги, окремі дослідники використовують поняття «життєвий цикл конкурентної переваги». Окремі етапи життєвого циклу конкурентної переваги становлення, прискорене зростання, обмежене зростання, зрілість, спад пов'язуються з рівнем використання ресурсного потенціалу підприємства та ефективністю його конкурентної стратегії.

Конкурентоспроможність окремого підприємства на певному сегменті товарного чи регіонального ринку виступає як узагальнююча оцінка його конкурентних переваг в питаннях формування ресурсного потенціалу, якості задоволення споживчого попиту та досягнутої завдяки цьому ефективності функціонування господарчої системи, які мають місце на момент чи протягом періоду оцінювання. Підтримка високої конкурентоспроможності означає, що всі ресурси підприємства використовуються настільки продуктивно, що воно опиняється більш прибутковим, чим його головні конкуренти [13, с.83].

Це одночасно передбачає, що підприємство займає стабільне місце на ринку товарів та послуг, та його продукція користується постійним попитом.

Однак в житті цей стан не являється незмінним. Тому керівництво підприємства повинно вміти відслідковувати зміни, що відбуваються в умовах господарювання, і проводити відповідні перетворення в політиці ведення виробництва та реалізації товарів. Такими перетвореннями можуть бути: зміна товарної політики, впровадження нових технологій, диверсифікація виробництва, зміна організаційно-правового статусу

підприємства, модернізація форм збуту продукції, вихід на нові ринки, створення спільних виробництв і т. д.

Важливим моментом в проведенні перетворень по підвищенню конкурентоспроможності підприємства являється вибір їх здійснення. В ряді вітчизняних та зарубіжних робіт пропонується виходити із так званого циклу конкурентної переваги фірми – КПФ (рис. 1.2).

З рисунку ми бачимо, що на кожному етапі стан конкурентоспроможності підприємства різний. Але коли вона переходить в так звану зрілість, тобто стає незмінною, то рахується, що настав момент для проведення перетворень. Але при такому підході може виникнути ситуація, при якій проведення перетворень нічого не дасть.



Рис. 1.2. Життєвий цикл конкурентної переваги підприємства

Справа в тому, що в силу різночасовості змін подій, які відбуваються в параметрах, що впливають на конкурентоспроможність підприємства в стадії загальної зрілості деякі з них будуть знаходитись в стані занепаду, і на їх зміни буде потрібно багато часу. Тому у відповідності з прийнятою стратегією розвитку підприємства необхідно відслідковувати зміни кожного фактора. Всі фактори, що впливають на конкурентоспроможність, можна розділити на дві великі групи: внутрішні та зовнішні[41, с.53].

Зовнішні фактори - це ті, на які підприємство впливати не може і в своїй політиці повинно сприймати їх як дещо незмінне. До них відносяться наступні:

1. Діяльність державних владних структур (фіскальна та кредитно-грошова політика, законодавство). Наприклад, в залежності від характеру податкової політики (розміри податкових ставок) підприємство буде отримувати високий прибуток чи, навпаки, зовсім його не отримувати.
2. Господарська кон'юнктура, що складається. Вона включає кон'юнктуру ринків сировинних та матеріальних ресурсів, ринків трудових ресурсів, ринків засобів виробництва, ринків фінансових ресурсів.
3. Розвиток родинних та підтримуючих галузей. В даному випадку мова йде про розвиток нових технологій (ресурсозберігаючих, технологій глибокої переробки), нових матеріалів та джерел енергії. Їх впровадження у виробництво підвищує науковий та виробничий потенціал підприємства.
4. Параметри попиту. Вони включають ріст попиту на товари, що виробляються підприємством, його стабільність і дозволяють підприємству отримувати високий прибуток, а також закріпити своє положення на ринку. Нестабільний попит, зміна вимог покупця до якості продукції підприємства, зниження покупної можливості населення, навпаки, не створюють умов для забезпечення певної конкурентоспроможності підприємства[19, с.56].

До внутрішніх факторів відносяться наступні:

1. Діяльність керівництва та апарату управління підприємства (організаційна та виробнича структури управління, професійний та кваліфікований рівень керуючих кадрів і т. д.).
2. Система технологічного оснащення. Обновлення устаткування та технологій, тобто заміна їх на більш прогресивні, забезпечує підвищення конкурентоспроможності підприємства, підсилює внутрішню гнучкість виробництва.

3. Сировина, матеріали і напівфабрикати. Якість сировини, комплектність її перероблення та величина відходів серйозно впливають на конкурентоспроможність підприємства. Зменшення виходу готової продукції із використовуємо сировини (це особливо характерно для харчової промисловості), не комплексна її переробка приводять до збільшення витрат виробництва, а значить, до зменшення прибутку, що, в свою чергу, не дозволяє розширити виробництво. В наслідок цього знижується конкурентоспроможність. І навпаки, покращення використання сировини, його комплексна переробка понижують витрати виробництва, а значить, підвищують конкурентоспроможність.

4. Збут продукції: його об'єм та витрати реалізації. Цей фактор серйозно впливає на підвищення конкурентоспроможності підприємства: можна добитися непоганих результатів в виробництві, випускаючи продукцію вищої якості і відносно невисокої собівартості, але все буде зведене нанівець із-за непродуманої збутової політики. Тому підприємство намагається здійснити ефективний збут за рахунок продажі продукції, необхідної ринкові, стимулювання збільшення об'ємів продаж, завойовуючи нові ринки збуту. Все це робиться, з однієї сторони, на основі формування «свого» покупця, проведення ефективної цінової політики.

А з іншої - шляхом ефективного забезпечення сировиною, необхідними матеріалами та устаткуванням по доступним цінам[22, с.46].

Визначивши середовище, в якому воно буде працювати, підприємству необхідно перейти до установлення своєї ролі, положення на ринку. Тут важливо виходити із максималізації тих можливостей підприємства, які відрізняють його від конкурентів.

До форм та методів максимізації внутрішніх можливостей основі проведення технологічної політики, направленої, по-перше, на постійне внесення підприємства необхідно перш за все віднести гнучке їх використання на "ноу-хау" в технологію виробництва та образ своєї

продукції, що дозволяє підприємству стати лідером у випуску даної продукції, по-друге, на забезпечення високої якості, по-третє, на поставку продукції в строк[26, с.71].

Прагнучи до гнучкого використання своїх внутрішніх можливостей, підприємство повинно забезпечити собі технологічну та економічну ефективність не нижче галузевої. Іншими словами, воно повинно знайти спосіб оптимального поєднання бажаної технологічної та економічної ефективності, щоб забезпечити найкращі технологічні та економічні умови пропозиції.

Конкурентоспроможність є одним з вагомих показників стану підприємства як господарчої (виробничої) системи, який визначає перспективи його подальшого розвитку, можливість досягнення стратегічних цілей та завдань. Підтримування або підвищення конкурентоспроможності може розглядатися і як одна з функціональних стратегічних цілей (завдань) підприємства [35, с.63].

Оцінка конкурентоспроможності конкретного підприємства шляхом маркетингових досліджень передбачає проведення такої роботи. Перший етап - визначення кола підприємств-конкурентів. Як вже було зазначено вище, конкурентоспроможність підприємства є показником порівняльним. Конкурентоспроможність підприємства може бути оцінена тільки шляхом порівняння умов, ресурсів та результатів діяльності конкретного торговельного підприємства з певною групою підприємств, які визнані його конкурентами.

Формування групи підприємств-конкурентів є дуже важливим етапом роботи, оскільки підприємство може бути конкурентноздатним в межах певного сегменту ринку, а в межах іншого бути не конкурентноздатним.

Підприємства, що визначаються конкурентами певного підприємства, повинні відповідати наступним ознакам:

1. Єдиний регіональний ринок діяльності або його певний сегмент район діяльності, визначений в межах міста, району або області.
2. Відповідність асортиментної структури товарообороту, широту та глибину асортименту товарів, та торговельних послуг що пропонується.
3. Зіставлення фаз життєвого циклу підприємства та основних стратегічних цілей розвитку.
4. Застосування однакових каналів розповсюдження товарів.
5. Наявність доступу та рівність можливостей щодо формування ресурсного потенціалу підприємства (перш за все, на ринку закупівлі товарних ресурсів, ринку інвестицій та інновацій) [7, с.15].

Перші дві ознаки є визначальними для початку конкурентної взаємодії. Невідповідність підприємств за трьома іншими ознаками допускає їх конкуренцію, але визначає нерівність стартових умов конкурентної боротьби.

Другий етап - збір інформації про діяльність підприємств-конкурентів.

Інформація, необхідна для оцінки конкурентоспроможності підприємства, може бути добута кількома шляхами:

1. Шляхом отримання об'єктивної кількісної інформації про основні результати господарсько-фінансової діяльності підприємств-конкурентів. Джерелом її отримання можуть бути форми бухгалтерської, статистичної або податкової звітності; кон'юнктурні огляди регіонального споживчого ринку, виконані відповідними маркетинговими фірмами; матеріали галузевої та спеціальної преси, спеціально замовлені дослідження.
2. Шляхом збору якісної інформації про діяльність підприємств-конкурентів, стратегію та тактику їх діяльності. Така інформація може бути отримана шляхом проведення соціологічних опитувань, вибірових спостережень, залучення експертів тощо. Неповнота, а іноді й відсутність доступу до інформації про діяльність фірм-конкурентів нерідко обумовлює

не об'єктивно оптимістичну оцінку стосовно переваги підприємства над його конкурентами[10, с.16].

Повнота збору інформації та широта використаних джерел є запорукою об'єктивності висновків, які будуть отримані на стадії її обробки, третій етап - формування системи оціночних показників.

Виходячи з теоретичних основ оцінки конкурентоспроможності підприємства та враховуючи наявну інформацію, формують перелік основних критеріїв та показників оцінки конкурентоспроможності.

Загалом в процесі оцінки конкурентоспроможності підприємства можуть використовуватися як кількісні, так і якісні показники.

Якісні показники використовуються в процесі оцінки у вигляді опису (образу) або у вигляді бальної оцінки якості, отриманої на основі експертного співставлення фактичного стану з найкращим [30, с.36].

Оцінка конкурентоспроможності підприємства може проводитися різними методами. Основними з них є:

1. Метод різниць. Його суть полягає у визначенні переваг та недоліків підприємства за окремими показниками, що порівнюються (об'єктами оцінки). Для цього послідовно замінюються базисні значення кожного фактора (планові, минулого періоду) на фактичні його дані (звітні). Отримані результати почергової заміни кожного фактора-показника порівнюються. Різниця між кожним наступним і попереднім показниками характеризуватиме вплив фактора, за умови усунення впливу всіх інших чинників. У випадках, коли в аналітичній моделі є декілька кількісних чи якісних показників, серед них встановлюють черговість – спочатку замінюють основні, первинні (загальні) показники, а потім – вторинні, похідні.

При застосуванні даного методу підприємство, що оцінюється, порівнюється тільки з одним підприємством-конкурентом. За кожним з показників, що порівнюються, визначається не тільки позиція оцінюваного підприємства, а й кількісний розрив у досягнутих значеннях.

2. Метод рангів. Він визначає загальні положення, сильні та слабкі сторони підприємства, що оцінюється, в боротьбі з конкурентами.

Застосування даного методу ґрунтується на визначенні місця підприємств конкурентів за кожним об'єктом оцінки шляхом ранжування досягнених значень показників. Проведення такої роботи дозволяє визначити, за якими порівняльними критеріями оцінки підприємство випереджає конкурентів, а за якими - відстає (кількісна оцінка відставання (випередження) в цьому разі не проводиться)[48, с.34].

Підсумовування місць (рангів) окремих підприємств за всіма показниками оцінки дозволяє виявити найбільш конкурентоспроможне підприємство за критерієм мінімуму набраних рангів (якщо найкращий стан показника оцінки визначається як мінімальний ранг) або за критерієм максимуму набраних рангів (якщо найкращий стан оцінюється максимальним рангом). Обраний принцип оцінювання повинен дотримуватися стосовно всіх показників оцінки [3, с.39].

Порівняння суми рангів, отриманих підприємством, що оцінюється за найкращими показниками дозволяє визначити місце підприємства та його основного конкурента в конкурентній боротьбі.

Перевагою даного методу є його простота, можливість застосування для оцінок як кількісних, так і якісних показників. В той же час даний метод дає тільки посередній результат, не дозволяє оцінити ступінь відставання підприємства від його основного конкурента.

3. Метод балів. Його застосування дозволяє визначити узагальнюючу кількісну оцінку становища підприємства в конкурентній боротьбі при наявності кількох конкурентів.

Застосування даного методу передбачає:

- складання матриці оціночних показників для порівняння підприємства з його конкурентами.

- виділення найкращого значення окремого оціночного показника з даної сукупності підприємств та присвоєння йому визначеної бального значення (за самостійно встановленою шкалою оцінювання).
- розрахунок балів, отриманих іншими підприємствами за даним оціночним показником шляхом порівняння їх фактичних значень найкращими в даній сукупності.
- встановлення значущості (вкладу) конкретного показника оцінки в загальну оцінку конкурентоспроможності підприємства.

Рівень значущості окремих оціночних показників задається експертно з урахуванням уявлення про роль даного показника в формуванні загального висновку про ступінь конкурентоспроможності підприємства.

Отримання узагальненої бальної оцінки конкурентоспроможності. Застосування цього методу дозволяє не тільки визначити основних конкурентів та місце в конкурентній боротьбі підприємства, яке оцінюється (за критерієм максимуму набраних балів), а й оцінити ступінь його наближення до найбільш конкурентоспроможного підприємства[13, с.16].

4. Метод «еталону» (графічний метод). Цей метод використовується для наочного відображення зон конкурентних переваг та недоліків підприємства.

Для застосування методу необхідно:

- визначити напрямки (зони) оцінки конкурентоспроможності. Для наочності отриманого результату рекомендовано обмежитись 5-6 напрямками (зонами) оцінки.
- встановити максимальну (еталонну) кількість балів оцінювання, однакова за кожним напрямком.
- визначити кількість балів, набраних підприємством, що оцінюється, в порівнянні з еталонним значенням.

-
здійснити побудову графічної ілюстрації стану конкурентоспроможності підприємства.

Радіус еталонного кола та масштабування вісей еталонного багатокутника визначається встановленим максимальним балом оцінювання.

5. Ряди динаміки. Аналіз рядів динаміки є найефективнішим засобом оцінки тенденції і закономірностей розвитку підприємства.

Ряд динаміки складається з двох елементів: статистичних показників; моментів або періодів часу, до яких належать ці рівні. На основі елементів ряду динаміки визначають систему показників [35, с.105]. Ця система включає такі показники:

- абсолютний приріст;
- темп зростання;
- темп приросту;
- абсолютне значення 1% приросту.

Абсолютний приріст - це показник ряду динаміки, який характеризує на скільки одиниць змінився рівень показника порівняно з рівнем попереднього або базисного періоду:

- а) Ланцюговий $\Delta i = U_i - U_{i-1}$
- б) Базисний $\Delta b = U_i - U_0$

Темп зростання - це показник ряду динаміки, який показує у скільки разів змінився поточний рівень показника, що аналізується порівняно з рівнем попереднього, або базового періоду.

- а) Ланцюговий $T_{зрі} = U_i : U_{i-1}$
- б) Базисний $T_{зрб} = U_i : U_0$

Темп приросту - це показник ряду динаміки, який показує на скільки % змінився поточний рівень показника, порівняно з попереднім або базовим періодів.

- а) Ланцюговий $T_{прі} = T_{зрі}(\%) - 100$ $T_{прі} = T_{зрі} - 1$
- б) Базисний $T_{прб} = T_{зрб}(\%) - 100$ $T_{прб} = T_{зрб} - 1$

Абсолютний приріст 1% - це одна сота базового рівня, або відношення абсолютного до відповідного темпу приросту $A_i = U_{n-1}:100$ [46]

Висновки до розділу 1

Поняття конкурентоспроможності інтерпретується і аналізується в залежності від економічного об'єкту, який розглядається. Безумовно, критерії, характеристики і фактори динаміки конкурентоспроможності на рівні товару, фірми, корпорації, галузі, національного господарства, або нації мають свою специфіку.

Для того, щоб проаналізувати конкурентоспроможність українських металургійних підприємств у розрізі світового ринку чорних металів потрібно спочатку визначити теоретичні основи поняття конкурентоспроможності підприємств.

З перевагами «найвищого рівня» тісно пов'язані метакомпетенції, під якими якраз і розуміють спроможності підприємства до формування нових конкурентних переваг. До них відносяться, в першу чергу, взаємодії соціального характеру, зокрема реакція на критику, здатність до навчання, комунікації та підтримання зв'язків з колом осіб, які зацікавлені в успіху підприємства. Все це створює передумови для ефективного розвитку, збереження і використання конкретних матеріальних і нематеріальних ключових компетенцій. Серед найбільш важливих метакомпетенцій виокремлюють здатність організації до навчання й орієнтацію на клієнта як при формуванні, так і при трансформації ресурсів фірми.

Конкурентоспроможність окремого підприємства на певному сегменті товарного чи регіонального ринку виступає як узагальнююча оцінка його конкурентних переваг в питаннях формування ресурсного потенціалу, якості задоволення споживчого попиту та досягнутої завдяки цьому ефективності функціонування господарчої системи, які мають місце на момент чи протягом періоду оцінювання. Діяльність підприємства нерозривно пов'язана з співвідношенням та тенденціями змін, що відбуваються в його зовнішньому середовищі. В умовах переходу до ринкової економіки і формування жорсткого конкурентного середовища

особливо гостро стає проблема підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників.

Підтримка високої конкурентоспроможності означає, що всі ресурси підприємства використовуються настільки продуктивно, що воно опиняється більш прибутковим, чим його головні конкуренти. Це одночасно передбачає, що підприємство займає стабільне місце на ринку товарів та послуг, та його продукція користується постійним попитом.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

2.1 Аналіз показників фінансово-господарської діяльності ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ».

Компанія «МЕТІНВЕСТ» – міжнародна вертикально інтегрована гірничо-металургійна група компаній, що управляє кожною ланкою у виробничому ланцюжку створення вартості, від видобутку залізорудної сировини і вугілля до виробництва напівфабрикатів і готової металопродукції. У структуру Групи входять видобувні і металургійні підприємства, що знаходяться в Україні, ЄС та США, а також мережа продажів з охопленням всіх ключових світових ринків.

ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ», в свою чергу, створена як сервісний металоцентр (СМЦ), метою якого є продаж продукції корпорації та надання супутніх послуг: з виробу профнастилу (покрівельного, стінового); послуги з порізки металопрокату; зберігання металопрокату; безпосередньо доставка металопрокату. Основні види продукції, які підприємство пропонує споживачам, це: плоский металопрокат, який включає холоднокатані, гарячекатані та холоднокатані оцинковані листи та рулони, сортовий металопрокат: арматура, катанка, квадрат та ін., трубний одношовний прокат: профільні та водогазопровідні (електрозварні) труби, фасонний прокат, який включає балки, швелери та кутики.

Протягом останніх років відбулося зростання обсягів чистого доходу підприємства з 319074,18 тис. грн. до 852748,83 тис. грн., при чому зменшення обсягів діяльності спостерігалось лише у 2014 р. Обсяги собівартості продукції зменшилися за останні 5 років у 2,31 рази, у

результаті чого обсяги валового прибутку зросли з 23739,42 тис. грн. до 170689,95 тис. грн., тобто у 7,19 рази (табл. 2.1).

Таблиця 2.1.

Динаміка доходів та витрат ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» у 2013 – 2017 рр., тис. грн.

Стаття	Обсяг доходів/витрат, тис. грн.					Абсолютне відхилення, тис. грн.					Відносне відхилення				
	2013	2014	2015	2016	2017	2014/2013	2015/2014	2016/2015	2017/2016	2017/2013	2014/2013	2015/2014	2016/2015	2017/2016	2017/2013
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	319074,18	309010,14	363177,45	407882,34	852748,83	-10064,04	54167,31	44704,89	444866,49	533674,65	0,97	1,18	1,12	2,09	2,67
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	295334,77	268739,10	315090,09	342845,46	682058,88	-26595,67	46350,99	27755,37	339213,42	386724,11	0,91	1,17	1,09	1,99	2,31
Валовий прибуток/збиток	23739,42	40271,04	48087,36	65036,88	170689,95	16531,62	7816,32	16949,52	105653,07	146950,53	1,70	1,19	1,35	2,62	7,19
Інші операційні доходи	2,12	1449,63	6632,19	5692,32	33155,64	1447,51	5182,56	-939,87	27463,32	33153,52	682,50	4,58	0,86	5,82	15610,00
Адміністративні витрати	0,00	12993,57	25535,79	20294,82	20932,02	12993,57	12542,22	-5240,97	637,20	20932,02	-	1,97	0,79	1,03	-
Витрати на збут	0,00	8304,84	10550,97	6754,32	7614,54	8304,84	2246,13	-3796,65	860,22	7614,54	-	1,27	0,64	1,13	-
Інші операційні витрати	15511,04	1354,05	1635,48	37568,25	65275,83	-14156,99	281,43	35932,77	27707,58	49764,79	0,09	1,21	22,97	1,74	4,21
Фінансовий результат від операційної діяльності	8230,50	19068,21	16997,31	6111,81	110023,20	10837,71	-2070,90	-10885,50	103911,39	101792,70	2,32	0,89	0,36	18,00	13,37
Фінансові витрати	0,00	0,00	3801,96	14777,73	23034,78	0,00	3801,96	10975,77	8257,05	23034,78	-	-	3,89	1,56	-
Фінансовий результат до оподаткування	8230,50	19068,21	13195,35	-8665,92	86988,42	10837,71	-5872,86	-21861,27	95654,34	78757,92	2,32	0,69	-0,66	-10,04	10,57
Витрати (дохід) з податку на прибуток	1909,48	4078,08	3377,16	0,00	15659,19	2168,60	-700,92	-3377,16	15659,19	13749,71	2,14	0,83	0,00	-!	8,20
Чистий фінансовий результат	6321,02	14990,13	9818,19	-8665,92	71329,23	8669,11	-5171,94	-18484,11	79995,15	65008,21	2,37	0,65	-0,88	-8,23	11,28

Протягом досліджуваного періоду відбулося зростання обсягів інших операційних доходів до 33155,64 тис. грн., відбулося також зростання адміністративних витрат та витрат на збут порівняно з 2013 р., хоча найбільші обсяги видатків спостерігалися у 2015 р. Інші операційні витрати склали у 2017 р. 65275,83 тис. грн., що у 4,21 рази більше за обсяг 2013 р.

Фінансові результати ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» від операційної діяльності збільшилися у 2017 р. порівняно з 2013 р. у 13,37 разів, при чому найбільше зростання спостерігалось у 2017 р., тоді як у 2014 та 2016 рр. мало місце значне зниження обсягів фінансових результатів від операційної діяльності.

У 2015 – 2017 рр. підприємство мало значні фінансові витрати, обсяг яких мав тенденцію до зростання, у результаті чого у 2016 р. ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» навіть отримало збитки в обсязі 8665,92 тис. грн.

Загалом, з огляду на те, що доходи підприємства зростали здебільшого швидше за витрати, за винятком 2016 р. підприємство було прибутковим, при чому обсяги чистого прибутку мали тенденцію до зростання та склали у 2017 р. 71329,23 тис. грн..

Протягом останніх років відбулося зростання обсягів майна ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» у 4,07 рази. Зростання вартості активів було обумовлене зростанням обсягів основних засобів з 558,08 до 114865,92 тис. грн., збільшенням вартості запасів з 5904,9 до 111892,32 тис. грн. (у 3,57 рази) та дебіторської заборгованості за продукцію, товари, роботи, послуги з 56453,27 до 107001,81 тис. грн. (у 1,89 рази) (табл. 2.2).

Загалом, в структурі активів ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» переважають оборотні активи, на які на 31.12.2017 р. припадало 68,78%. При цьому структура майна підприємства протягом останніх років істотно змінилася за рахунок зростання обсягів основних засобів, оскільки на 31.12.2013 р. на оборотні активи припадало 98,05% майна. У структурі оборотних активів

переважали запаси та дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги, частка якої зменшилася за останні 5 років з 58,79 до 27,37%.

Таблиця 2.2.

Динаміка вартості майна ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» у 2013 – 2017 рр., тис. грн.

Стаття	Обсяг, тис. грн.					Абсолютне відхилення, тис. грн.					Відносне відхилення				
	31.12.13	31.12.14	31.12.15	31.12.16	31.12.17	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2013	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2013
Нематеріальні активи	0,00	0,00	69,03	31,86	5,31	0,00	69,03	-37,17	-26,55	5,31	-	-	0,46	0,17	-
Незавершені капітальні інвестиції	1314,23	13493,77	0,00	0,00	7078,23	12179,55	-13493,77	0,00	7078,23	5764,01	10,27	0,00	-	-	5,39
Основні засоби	558,08	442,32	76894,11	80919,09	114865,92	-115,76	76451,79	4024,98	33946,83	114307,84	0,79	173,84	1,05	1,42	205,82
Усього необоротні активи	1872,31	13936,10	76963,14	80956,26	121954,77	12063,79	63027,05	3993,12	40998,51	120082,46	7,44	5,52	1,05	1,51	65,14
Запаси	31355,02	76209,12	72523,98	63496,98	111892,32	44854,10	-3685,14	-9027,00	48395,34	80537,30	2,43	0,95	0,88	1,76	3,57
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	56453,27	45275,18	52409,70	53429,22	107001,81	-11178,08	7134,52	1019,52	53572,59	50548,55	0,80	1,16	1,02	2,00	1,90
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	0,00	0,00	8193,33	20608,11	28227,96	0,00	8193,33	12414,78	7619,85	28227,96	-	-	2,52	1,37	-
з бюджетом	5154,42	8548,57	24500,34	5394,96	0,00	3394,15	15951,77	-19105,38	-5394,96	-5154,42	1,66	2,87	0,22	0,00	0,00
Інша поточна дебіторська заборгованість	0,00	20910,25	0,00	0,00	419,49	20910,25	-20910,25	0,00	419,49	419,49	-	-	-	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1098,64	1384,85	950,49	313,29	20910,78	286,21	-434,36	-637,20	20597,49	19812,14	1,26	0,69	0,33	66,75	19,03
Витрати майбутніх періодів	96,11	24,96	10,62	90,27	281,43	-71,15	-14,34	79,65	191,16	185,32	0,26	0,43	8,50	3,12	2,93
Усього оборотні активи	94157,45	152352,93	158588,46	145387,80	268627,59	58195,48	6235,53	-13200,66	123239,79	174470,14	1,62	1,04	0,92	1,85	2,85
Баланс	96029,76	166289,02	235551,60	226344,06	390582,36	70259,27	69262,58	-9207,54	164238,30	294552,60	1,73	1,42	0,96	1,73	4,07

У структурі капіталу підприємства переважають позикові ресурси, попри те, що за останні роки обсяг власного капіталу збільшився у 7,46 рази з 2085,8 до 15552,0 тис. грн (табл. 2.3). При цьому у 2,59 рази зросли обсяги поточних зобов'язань, частка яких при цьому зменшилася з 88,47 до 56,35%.

Істотно збільшилися за досліджуваний період обсяги довгострокових зобов'язань, на які припадало на 31.12.15 р. 22,51% капіталу. При цьому у 2015 – 2016 рр. підприємство мало довгостроковий кредит, з огляду на що частка довгострокових зобов'язань у структурі джерел фінансування складала 42,62%.

На основі даних фінансової звітності було розраховано показники ліквідності, платоспроможності, ділової активності та рентабельності. Здійснені розрахунки свідчать, що баланс досліджуваного підприємства є достатньо ліквідним, при чому коефіцієнт покриття, внаслідок зростання вартості оборотних активів, у порівнянні з 2013 р. зріс до 1,22.

Коефіцієнт швидкої ліквідності підприємства є достатньо високим, хоча протягом досліджуваного періоду відбувалося його зниження. На 31.12.2017 р. ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» підприємство було спроможне покрити поточні зобов'язання за рахунок дебіторської заборгованості та грошових коштів на 71%.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності підприємства була протягом досліджуваного періоду заниженим, і навіть за умови його зростання у 2017 р. до 0,1 був істотно меншим за нормативне значення (табл. 2.4).

Динаміка показників платоспроможності ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» була позитивною. Коефіцієнт автономії підприємства збільшився з 0,12 до 0,21, таким чином на 31.12.2017 р. 21% капіталу підприємства припадало на власні ресурси. Коефіцієнт фінансування при цьому мав тенденцію до зниження і склав на 31.12.2017 р. 0,79.

Таблиця 2.3.

Динаміка обсягів капіталу ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» у 2013 – 2017 рр., тис. грн.

Стаття	Обсяг, тис. грн.					Абсолютне відхилення, тис. грн.					Відносне відхилення				
	31.12.13	31.12.14	31.12.15	31.12.16	31.12.17	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2013	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2013
Зареєстрований (пайовий) капітал	127,44	127,44	127,44	127,44	127,44	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	10948,16	23023,63	23693,22	13965,30	82453,68	12075,47	669,59	-9727,92	68488,38	71505,52	2,10	1,03	0,59	5,90	7,53
Усього власний капітал	11075,60	23151,07	23820,66	14092,74	82581,12	12075,47	669,59	-9727,92	68488,38	71505,52	2,09	1,03	0,59	5,86	7,46
Довгострокові кредити банків	0,00	0,00	37281,51	38693,97	0,00	0,00	37281,51	1412,46	-38693,97	0,00	-	-	1,04	0,00	-
Інші довгострокові зобов'язання	0,00	18736,34	29284,65	57772,80	87928,29	18736,34	10548,32	28488,15	30155,49	87928,29	-	1,56	1,97	1,52	-
Усього довгострокові зобов'язання і забезпечення	0,00	18736,34	66566,16	96466,77	87928,29	18736,34	47829,83	29900,61	-8538,48	87928,29	-	3,55	1,45	0,91	-
Короткострокові кредити банків	0,00	0,00	0,00	0,00	53100,00	0,00	0,00	0,00	53100,00	53100,00	-	-	-	-	-
Векселі видані	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-	-	-	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за: товари, роботи, послуги	84688,66	124401,62	145164,78	98718,21	132994,26	39712,96	20763,16	-46446,57	34276,05	48305,60	1,47	1,17	0,68	1,35	1,57
розрахунками з бюджетом	265,50	0,00	0,00	0,00	14910,48	-265,50	0,00	0,00	14910,48	14644,98	0,00	-	-	-	56,16
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	0,00	0,00	0,00	15547,68	7014,51	0,00	0,00	15547,68	-8533,17	7014,51	-	-	-	0,45	-
Інші поточні зобов'язання	0,00	0,00	0,00	1518,66	12059,01	0,00	0,00	1518,66	10540,35	12059,01	-	-	-	7,94	-
Усього поточні зобов'язання і забезпечення	84954,16	124401,62	145164,78	115784,55	220078,26	39447,46	20763,16	-29380,23	104293,71	135124,10	1,46	1,17	0,80	1,90	2,59
Баланс	96029,76	166289,02	235551,60	226344,06	390587,67	70259,27	69262,58	-9207,54	164243,61	294557,91	1,73	1,42	0,96	1,73	4,07

Таблиця 2.4.

**Динаміка показників ліквідності ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ»
у 2013 – 2017 рр.**

Показник	Нормативне значення	31.12.13	31.12.14	31.12.15	31.12.16	31.12.17	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2013
Коефіцієнт покриття	Більше 1	1,11	1,22	1,09	1,25	1,22	0,12	-0,13	0,16	-0,04	0,11
Коефіцієнт швидкої ліквідності	Більше 0,8	0,74	0,61	0,59	0,71	0,71	-0,13	-0,02	0,11	0,00	-0,03
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	Більше 0,2	0,01	0,01	0,01	0,00	0,10	0,00	0,00	0,00	0,09	0,08
Чистий оборотний капітал	Тенденція до збільшення	1715,1	5259,2	2526,0	5558,0	9090,0	3544,1	-2733,2	3032,0	3532,0	7374,9
Коефіцієнт автономії	Більше 0,5	0,12	0,14	0,10	0,06	0,21	0,02	-0,04	-0,04	0,15	0,10
Коефіцієнт фінансування	Менше 0,5	0,88	0,86	0,90	0,94	0,79	-0,02	0,04	0,04	-0,15	-0,10
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	Тенденція до збільшення	0,10	0,18	0,08	0,20	0,18	0,09	-0,10	0,12	-0,02	0,08
Коефіцієнт автономії	Тенденція до збільшення	0,12	0,14	0,10	0,06	0,21	0,02	-0,04	-0,04	0,15	0,10

Динаміка показників ділової активності ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» була здебільшого позитивною. З огляду на зростання обсягів чистого доходу, за останні 5 років коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості зріс на 1,07, дебіторської заборгованості – на 2,04. При цьому, внаслідок зростання вартості основних засобів, коефіцієнт оборотності основних засобів знизився з 278,84 до 7,44. Негативним при цьому є зниження коефіцієнта оборотності матеріальних запасів, що вказує на те, що ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» доцільно вдосконалити політику управління запасами (табл. 2.5).

Таблиця 2.5.

**Динаміка показників ділової активності ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ»
у 2013 – 2017 рр.**

Показник	Значення показника					Абсолютне відхилення				
	2013	2014	2015	2016	2017	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2013
Коефіцієнт оборотності активів	4,34	2,36	1,81	1,77	2,76	-1,98	-0,55	-0,04	1,00	-1,57
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	4,86	2,95	2,69	3,14	6,34	-1,91	-0,26	0,45	3,19	1,47
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	5,89	4,53	4,54	4,96	7,93	-1,36	0,01	0,41	2,98	2,04
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	17,28	5,00	4,24	5,04	7,78	-12,28	-0,76	0,80	2,74	-9,50
Коефіцієнт оборотності основних засобів	278,84	228,08	8,78	4,69	7,44	-50,76	-219,30	-4,09	2,76	-271,39
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	40,31	18,06	15,46	21,52	17,64	-22,26	-2,59	6,05	-3,87	-22,67
Строк погашення дебіторської заборгованості, днів	61,12	79,42	79,22	72,61	45,38	18,30	-0,20	-6,61	-27,23	-15,74
Строк погашення кредиторської заборгованості, днів	74,03	121,95	133,60	114,49	56,82	47,92	11,65	-19,12	-57,67	-17,21

З огляду на динаміку фінансових результатів ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ», протягом досліджуваного періоду відбулося покращення показників рентабельності підприємства. Лише у 2016 р. компанія отримала збитки, тоді як у 2017 р. показники рентабельності були найвищими за весь досліджуваний період (коефіцієнт рентабельності активів — 0,2312, коефіцієнт рентабельності власного капіталу — 1,476, коефіцієнт рентабельності діяльності — 0,0836) (табл. 2.6).

Таблиця 2.6.

**Динаміка показників рентабельності ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ»
у 2013 – 2017 рр.**

Показник	Значення показника					Абсолютне відхилення				
	2013	2014	2015	2016	2017	2014/ 2013	2015/ 2014	2016/ 2015	2017/ 2016	2017/ 2013
Коефіцієнт рентабельності активів	0,0860	0,1143	0,0489	-0,0375	0,2312	0,028	-0,065	-0,086	0,269	0,1453
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	0,799	0,876	0,418	-0,457	1,476	0,077	-0,458	-0,875	1,933	0,6771
Коефіцієнт рентабельності діяльності	0,0198	0,0485	0,0270	-0,0212	0,0836	0,029	-0,021	-0,048	0,105	0,0638

Загалом, аналіз фінансової звітності підприємства дозволив констатувати, що на сьогодні фінансовий стан підприємства є нестійким, втім динаміка фінансових результатів є позитивною і за збереження існуючих тенденцій можливим є покращення показників господарської діяльності підприємства.

2.2 Моніторинг міжнародного конкурентного середовища ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ»

Компанія «Метінвест» - найбільший в Україні і один з найбільших в СНД виробників залізорудної сировини і стали. Компанія зайняла в 2016 році 40 місце в топ-50 металургійних компаній світу за версією Всесвітньої асоціації виробників сталі (World Steel Association). Виробничі потужності Метінвесту по виплавці сталі складають 15 млн тонн на рік.

Основні виробничі потужності Метінвесту знаходяться в Україні, проте частина виробничої структури Метінвесту присутня також в Італії, Великій Британії та Болгарії. Підприємства Метінвесту розташовані поблизу великих транспортних вузлів і морських портів, що забезпечує компанії додаткові переваги при поставках продукції споживачам як і в Україні, так і в інших країнах світу.

Група Метінвест присутня на всіх великих ринках світу — в Європі, на Близькому Сході і в Африці, в Північній, Центральній і Південній Америці, на Далекому Сході. До складу Групи входять наступні підприємства: ірниче видобування:

- United Coal Company (США)
- Інгuleцький гірничо-збагачувальний комбінат (Україна)
- Північний гірничо-збагачувальний комбінат (Україна)
- Центральний гірничо-збагачувальний комбінат (Україна)
- Комсомольське рудоуправління (Україна)
- Краснодонвугілля (Україна)

Металургія:

- Промет Стіл (Болгарія)
- Ferriera Valsider (Італія)
- Metinvest Trameal (Італія)
- Spartan UK (Велика Британія)
- Металургійний комбінат «Азовсталь» (Україна)
- Маріупольський металургійний комбінат імені Ілліча (Україна)
- Єнакієвський металургійний завод (Україна)*
- «Харцизький трубний завод» (Україна)*
- Авдіївський коксохімічний завод (Україна)
- НВО Інкор і Ко (Україна)
- Метінвест-Ресурс (Україна)

Метінвест- Євразія — оптовий канал збуту служби продажів Дивізіону сталі і прокату Групи Метінвест у Росії. Компанія займається збутом продукції ВАТ "МК «Азовсталь». Обсяги продажів металопродукції: у 2015 році — 0,2 млн т, у 2016 році — 0,4 млн т, 2017 році — 0,6 млн т, 2017 році — 0,45 млн т.

Метінвест-Україна — найбільша металоторговельна компанія в Україні. ТОВ «Метінвест-Україна» — оптовий канал збуту служби продажів Дивізіону сталі і прокату Групи Метінвест в Україні та СНД (окрім Росії). Компанія займається збутом продукції ВАТ "МК «Азовсталь» на ринках України та країн СНД.

Обсяги продажів металопродукції ТОВ «Метінвест-Україна» на внутрішньому ринку: у 2015 році — 1,0 млн т, у 2016 році — 1,5 млн т, у 2017 році — 1,7 млн т, 2017 році — 1,4 млн т, продажу в країнах СНД: у 2015 році — 0,15 млн т, 2007 році — 0,2 млн т, 2008 році — 0,25 млн т, 2009 році — 0,21 млн т.

Метінвест-СМЦ — мережа сервісних металоцентрів — роздрібний канал збуту служби продажів Дивізіону сталі і прокату Групи Метінвест в

Україні та Східній Європі. Компанія займається збутом продукції підприємств Групи Метінвест та інших підприємств України та країн СНД.

«Євраз Груп С.А.» — Evraz Group — російська холдингова компанія, є однією з найбільших у світі вертикально-інтегрованих металургійних і гірничодобувних компаній. У 2007 році підприємства «Євраз» виробили 16,4 млн тонн сталі, 12,6 млн тонн чавуну і 15,2 млн тонн сталевого прокату. У червні 2005 року «Євраз Груп С. А.» стала публічною компанією - 8,3% акцій компанії у формі глобальних депозитарних розписок було внесено до лістингу Лондонської фондової біржі. В кінці січня 2006 року на біржі було розміщено ще 6% акцій «Євраз Груп С. А.».

У 2004-2005 роках компанія придбала «Шахту 12», 50-процентний пакет акцій ОАО «Южжужбассуголь» і частку у ВАТ «Распадская». Придбання прокатного заводу «Паліні і Бертолі» (Італія) в серпні 2005 року і найбільшого виробника листової сталі в Чехії «Вітковіце Стіл» в листопаді 2005 року розширило продуктову лінійку «Євраз» за рахунок продукції з високою доданою вартістю, а також відкрило доступ на ринки країн, що входять в Європейський союз.

У 2006 році «Євраз» придбав 73% акцій компанії «Стратіджик Мінералз Корпорейшн» («Страткор»), одного з провідних світових виробників ванадієвих і титанових сплавів і хімікатів, зі штаб-квартирою у США, і 24,9% «Хайвелд Стіл енд Ванадіум Корпорейшн» (ПАР), збільшивши цю частку до 54,1% в травні 2007 року. Завдяки придбанню «Орегон Стіл Мілз» в січні 2007 року «Євраз» забезпечив собі значну присутність на ринку товстого листа і в трубному бізнесі США і Канади, і став провідним світовим виробником рейок.

У грудні 2007 року «Євраз» підписав угоду про придбання мажоритарних пакетів акцій ряду виробничих підприємств Привату в Україні: Відкритого акціонерного товариства «Суша Балка», Дніпропетровського металургійного заводу ім. Петровського і трьох

коксухімічних підприємств (Дніпродзержинського коксохімічного заводу, заводів «Баглейкокс» і «Дніпрококс»). Операція з придбання була завершена у вересні 2008 року.

У 2008 році «Євраз» оголосив про покупку канадських підприємств з виробництва листового і трубного прокату північноамериканської компанії IPSCO, тим самим розширивши свою присутність в Північній Америці. Також цього року «Євраз» підписав договір на покупку до 51% акцій китайської металургійної компанії «Делонг» (стаом на літо 2008 «Євраз» вже викупив 10% акцій «Делонг»).

Гірничодобувний підрозділ «Євраз Груп» об'єднує гірничорудні підприємства ВАТ «Євразруда», Качканарській і Високогористий гірничо-збагачувальні комбінати. «Євразу» також належить компанія «Южжубассуголь» і 40% акцій провідного виробника коксівного вугілля в Росії ВАТ «Распадская». Наявність власної бази залізняку і вугілля дозволяє «Євразу» виступати як інтегрований виробник сталі. Структура підприємства:

Металургія:

- Palini e Bertoli (Італія)
- Oregon Steel Mills (США)
- Claymont Steel (США)
- Нижньотагільський металургійний комбінат (Росія)
- Західно-Сибірський металургійний комбінат (Росія)
- Ванадієвий підрозділ:
- Стратіджик Мінералз Корпорейшн (США)
- Хайвелд Стіл енд Ванадіум Корпорейшн (ПАР)

Гірнича промисловість:

- Південний гірничо-збагачувальний комбінат (Україна)
- Коксохімічний завод «Баглійкокс» (Росія)
- Дніпрококс (Україна)

- Дніпродзержинський коксохімічний завод (Україна)

«**Ferrexpo AG**» — група компаній, що зареєстрована у Швейцарії. У групу входять кілька виробників залізної руди в Полтавській області України. Входить до *FTSE 250 Index*.

Таблиця 2.7

Провідні світові компанії — виробники сталі 2017 року

№ з/п	Компанія	Виробництво, млн тонн
1	ArcelorMittal (Люксембург)	98,2
2	Baosteel (Китай)	37,0
3	POSCO (Південна Корея)	35,4
4	Nippon Steel (Японія)	35,4
5	JFE Steel (Японія)	31,1
6	Jiangsu Shagang (Китай)	23,2
7	Tata Steel (Індія)	23,2
8	US Steel (США)	22,3
9	Ansteel (Китай)	22,1
10	Gerdau (Бразилія)	18,7

ArcelorMittal — найбільша металургійна компанія світу, на кінець 2008 року контролювала 10% світового ринку сталі^[3]. Зареєстрована у Люксембурзі, має представництва в 60 країнах світу. АрселорМіттал займає провідні позиції на основних світових ринках збуту металу, включаючи такі галузі як автомобілебудування, будівництво, виробництво побутової техніки та упаковки. Також компанія володіє великими запасами сировини та ефективною системою збуту:

- АрселорМіттал Кривий Ріг, Україна
- Острава, Чехія

- ArcelorMittal Poland Dabrowa Gornicza, Польща
- ArcelorMittal Poland у Кракові, Польща
- ArcelorMittal Hunedoara, Румунія
- Галацький металургійний комбінат, Румунія

Близько 35% сталі виробляється в Америці, 47% – в Європі і 18% – в інших регіонах, серед яких Казахстан, Південна Африка та Україна. ArcelorMittal веде видобуток руди в таких країнах, як Алжир, Боснія і Герцеговина, Бразилія, Канада, Казахстан, Ліберія, Мексика, Росія, Україна і США. У планах – розвиток гірничодобувних підприємств в Австралії, Мавританії, Мозамбіку, Сенегалі та Південній Африці. Група поділена на 6 операційних сегментів.

У червні 2010 року Єврокомісія наклала на ArcelorMittal штраф у розмірі 315 млн євро. Компанія була звинувачена у картельній ціновій змові про вартість напруженої арматури (використовується при будівництві споруд з попередньо напруженого залізобетону) з 16 іншими металургійними компаніями, у тому числі австрійською Voestalpine. Загальна сума штрафів, накладена на всі компанії, склала 518 млн євро.

Baosteel (Китай) - БАОШАНЬСКАЯ КОРПОРАЦІЯ ЧОРНОЇ МЕТАЛУРГІЇ ("БАОСТІЛ"). Baosteel є її найбільшим постачальником сталі в Китаї.

POSCO (в минулому **Pohang Iron and Steel Company** кор.*Пхосикхо*, NYSE: PKX , TYO: 5412 5412 , LSE: PIDD) — міжнародна транснаціональна корпорація-конгломерат зі штаб-квартирою в Сеулі, Республіка Корея. Корпорація об'єднує численні дочірні підприємства у різних галузях економіки. Серед основних напрямів діяльності: металургія, торгівля, будівництво, енергетика, інформаційні технології, хімічна промисловість, тощо. POSCO неодноразово визнавалась найбільш конкурентною металургійною компанією світу, другою найбільшою металургійною компанією світу за ринковою вартістю, найбільш прибутковою металургійною компанією Азії, однією з найбільш

шанованих металургійних компаній світу, найбільш шанованою компанією в Республіці Корея протягом (12 років поспіль). У 2013 році компанію було визнано 146 найбільшою корпорацією світу за рейтингом Fortune global 500.

Основний бізнес компанії — металургія. Компанія керує двома металургійними заводами в Республіці Корея (Пхоханський металургійний комбінат і Кван'янський металургійний комбінат) та багатьма поза її межами в США, Індонезія, Китай, Бразилія, тощо). У 2015 році сукупне виробництво сталі склало 41,428 мільйони тон, — п'ятий показник у світі після ArcelorMittal, NSSMC, Hebei та Baosteel.

Nippon Steel (Японія) - японська компанія чорної металургії. Основними напрямками роботи компанії є виробництво листового металу та сталених труб, у тому числі великого діаметра. Штаб-квартира компанії розташовується в Осаці, Японія. Входить до кейрецу Sumitomo Group. Асортимент продукції за час існування компанії істотно розширився: сталевий лист, різноманітні металоконструкції, сталеві труби, дроти, штамповані деталі для автомобільного та залізничного транспорту, сталеві заготовки і сляби, чавун, титанові вироби; різні електронні модулі; оренда і продаж нерухомості; випробування матеріалів і виробів; інжиніринг.

JFE Holdings, Inc. - японська компанія чорної металургії і важкого машинобудування. Була утворена 2002 року шляхом об'єднання металургійних компаній Nippon Kokan і Kawasaki Steel, які на той момент за обсягами виробництва були відповідно другою і третьою металургійними компаніями Японії.^[3] Аббревіатура «JFE» означає Japan Future Enterprise — «Підприємство майбутнього Японії».

Jiangsu Shagang (Китай) - Щорічно компанія виробляє приблизно 18 мільйонів тонн заліза, щоб щорічно випускати близько 23 мільйонів тонн сталі, що робить його одним з п'яти провідних китайських виробників сталі. Лінійка продуктів Цзянсу-Шаганга включає в себе арматуру, дротяні

плити, плити та гарячекатані котушки. Крім заліза та сталі, Цзянсу Шаганг виробляє нержавіючу сталь та оцинковані сталеві аркуші.

U.S. Steel, повна назва **United States Steel Corporation** (*Юнайтед Стейтс стіл корпорейшн* (Сталева корпорація США, також Сталевий трест США^{[2][3]}), у 1986—2001 — **USX Corporation**) — найбільша компанія США у галузі чорної металургії. Штаб-квартира компанії розташована у місті Піттсбург. Компанія володіє також іншими металургійними заводами з повним металургійним циклом. Завод «Грейт-Лейкс», розташований у містечках Ікорс і Рівер-Руж в штаті Мічиган, біля міста Детройта. Потужність — 3,8 млн т сталі на рік. Завод у місті Граніт-Сіті має продуктивність 2,8 млн т сталі на рік.

Ansteel (Китай) - китайський сталепромисловий холдинг Ansteel Group Corporation, який входить в 500 найбільших світових транснаціональних корпорацій.

Gerdau (Бразилія) - найбільший виробник електросталі в Бразилії. У 2017 році обсяг виробництва склав 15, 6 млн. Т. Доходи компанії в 2017 році зросли на 17, 4% і склали 12, 9 млрд. Дол. Спеціалізується на випуску довгомірного прокату, активного використовується в будівельній індустрії. Компанія володіє виробництвами в Бразилії, Аргентині, Канаді, Чилі, Колумбії, Перу, Уругваї та США (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

Провідні нетто-експортери та нетто-імпортери сталі у 2006–2008 рр., млн т:

Місце	Країна нетто-експортер	Обсяг	Місце	Країна нетто-імпортер	Обсяг
1	Китай	32,6	1	США	32,6
2	Японія	30,1	2	Таїланд	8,5
3	Україна	29,1	3	Іспанія	7,4
4	РФ	25,6	4	Італія	6,9
5	Бразилія	10,7	5	ОАЕ	6,7
6	Бельгія, Люксембург	7,6	6	Іран	5,6
7	Німеччина	4,9	7	НАФТА	5,1
8	Словаччина	2,7	8	ЄС-25 (перераховано)	5,1

9	Південна Африка	2,6	9	Канада	4,9
10	Австрія	2,6	10	Південна Корея	4,4

Таблиця 2.9

Провідні світові експортери сталі, млн т.

Держави	2006 рік	2007 рік	Зміни, %
Китай	49,2	65,2	33
Японія	34,2	35,9	5
ЄС-27	32,3	32,4	-
Україна	30,3	29,6	-1
Росія	31	29,2	-6
Південна Корея	17,3	18,1	5
Туреччина	12,7	14	10
Тайвань	10,4	10,9	5
Бразилія	12,5	10,4	-17
США	9	10,3	14
Канада	5,9	6,8	16
Індія	6,7	6,3	-6
Інші	33	34,7	5

Таблиця 2.10

Виплавка сталі найбільшими державами-виробниками в 2007–2008 рр.

Держава	2017	2017	Темп приросту, %		
млн т.	%	млн т.	%		
Китай	489,2	36	502,0	38	3
ЄС	209,6	16	198,6	15	-5
Японія	120,2	9	118,7	9	-1
США	98,2	7	91,5	7	-7
Росія	72,4	5	68,5	5	-5
Індія	53,1	4	55,1	4	4
Південна Корея	51,5	4	53,5	4	4
Україна	42,8	3	37,1	3	-13
Інші	208,4	15	204,7	15	-2

Всього	1 345,4	100	1 329,7	100	-1
--------	---------	-----	---------	-----	----

2.3 Аналіз рівня конкурентних переваг ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» на міжнародному ринку.

Ринок країн ЄС в структурі експортних поставок вітчизняної металопродукції, який займав в 2017 р 21,7%, є для ТОВ «МЕТІНВЕСТ ХОЛДІНГ» одним з найпріоритетніших, внаслідок його географічну близькість, більш високих цін на продукцію і затребуваності високоякісних виробів. Однак зазначені можливості не завжди вдається реалізувати через обмеження, існуючих як на даному ринку, так і походять із конкурентів.

Перевагами країн ЄС є використання більш прогресивних і постійно удосконалюються техніки і технології, велика ємність внутрішнього ринку металопродукції, яке споживає готову продукцію, в тому числі високотехнологічну, більш легке пристосування до вимог Регламенту REACH і значний досвід в застосуванні правил СОТ при вирішенні спорів та захисту власних ринків.

Основними ринками збуту ТОВ «МЕТІНВЕСТ ХОЛДІНГ» є країни ЄС, СНД, Північної Африки, Близького Сходу і Південно-Східної Азії Рис 2.1

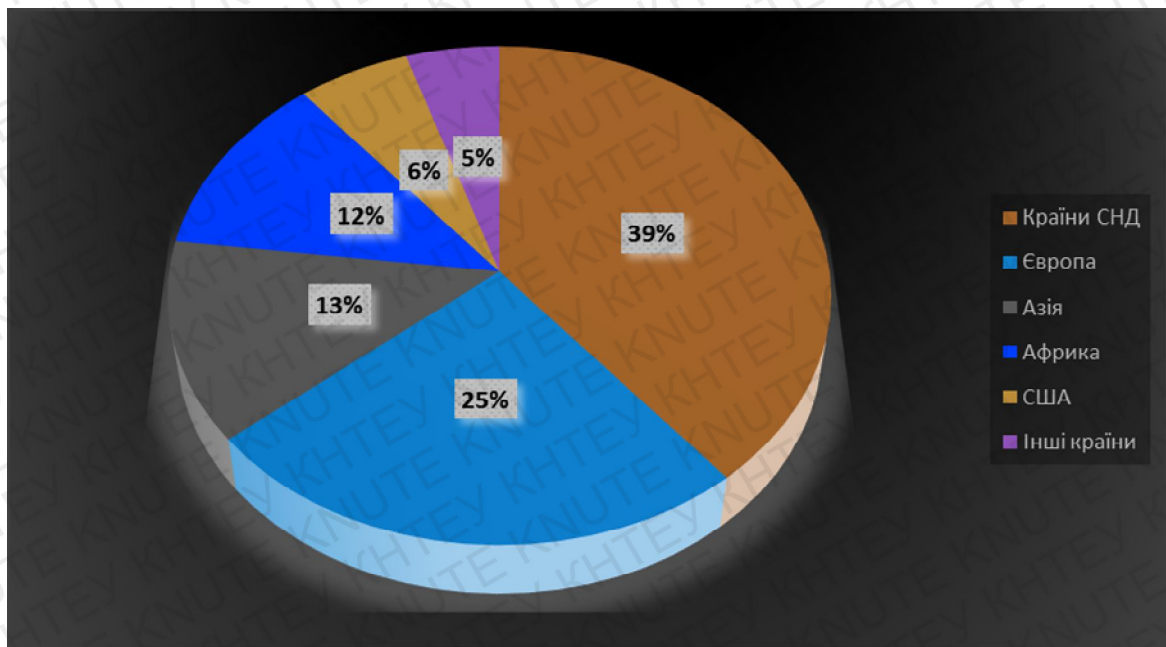


Рис. 2.1 Географічна структура експорту металопродукції з України у 2017 р..

Переваги ТОВ «МЕТІНВЕСТ ХОЛДІНГ» на європейському ринку полягають в:

- географічній близькості регіонів, що знижує витрати на транспортування металопродукції;
- відносно низькій ціні напівфабрикатів, які становлять в 2013-2017 рр. 45-55% в структурі товарного експорту України (тал. 2.11);
- придбанні металургійних активів, розташованих на території ЄС;
- наявності власної сировинної бази (в першу чергу вугілля, що коксується)
- відносно низькій собівартості металопродукції, яка забезпечується за рахунок більш низьких вартості сировини і рівня оплати праці;
- широкому асортименті продукції, що випускається продукції з поступовою переорієнтацією на виробництво високоякісних виробів.

Слід зазначити, що Україна значною мірою забезпечена власними рудними ресурсами (вона має 20% світових запасів залізної руди, розвідані запаси становлять 68 млрд. т), однак їх якість істотно поступається

середньосвітового: зміст заліза на 3-4% нижче, вологи і кремнезему на 1-2% більше, сірки - на 0,5% вище [1;143].

Конкурентною перевагою ТОВ «МЕТІНВЕСТ ХОЛДІНГ», яка носить природний характер, є її географічне положення. Розташування між Європою і Азією, вихід до Азовського і Чорного морів дозволяють налагоджувати торговельні відносини з багатьма країнами і полегшують транспортування експортної металопродукції.

Ринок країн СНД в загальному обсязі експорту ТОВ «МЕТІНВЕСТ ХОЛДІНГ» в 2017 р займав 12,7%. Одним з основних споживачів ТОВ «МЕТІНВЕСТ ХОЛДІНГ» є країни Північної Африки, на які припадає близько 7% вітчизняного металоекспорту. Ємність північноафриканської ринку оцінюється в 14-15 млн. т металопродукції на рік [3].

Таблиця 2.11

Динаміка загального обсягу експорту різних видів металопродукції в Україні *, тис.

Вид металопродукції	2015	2016	2017	Питома вага в середньому в 2016-2017 рр. %
Чугун	1257,9	2066,2	1472,4	5,1
Феросплави	1198,7	1217,1	992,7	3,63
Відходи та брухт чорних металів	745,9	688,2	637,2	2,21
Напівфабрикати з заліза і нелегованої сталі	12288,8	11752,1	12531,0	39,08
Плоский прокат з заліза або нелегованої сталі без покриття	6951,8	7158,8	6828,3	22,34
Плоский металопродукат або Нелегованої сталі холодної прокатки без покриття	1074,1	1015,4	794,1	3,07
Плоский прокат з заліза або нелегованої сталі з покриттям	124,4	129,5	134,9	0,42
Прутки і бруски	5274,1	5153,6	4028,4	15,37

Кутники, фасонні та спеціальні сталі профілі і нелегованої сталі	1218,7	1597,7	1085,1	4,14
Дріт із заліза і нелегованої сталі	234,1	250,5	175,5	0,70
Вироби з нержавіючої сталі	43,5	40,8	29,2	0,12
Вироби з іншої легованої сталі	1221,4	1127,4	887,1	3,44
Вироби з заліза або сталі для залізничних і трамвайних колій	69,0	72,3	84,7	0,24
Всього металопродукції	31730,3	32318,0	29725,4	100

Це пояснюється тим, що в регіоні активно розвивається будівництво інфраструктурних проектів, житла і торгових площ. Конкурентними перевагами ТОВ «МЕТІНВЕСТ ХОЛДІНГ» на даному ринку є:

- орієнтація на експорт напівфабрикатів, необхідних для завантаження місцевих прокатних станів (в країнах Північної Африки активний розвиток металургії почався 10-15 років тому, тому там спочатку використовувалися новіші обладнання і технології);
- відносно низька ціна продукції;
- відносна географічна близькість ринків збуту з урахуванням виходу до портів Чорного і Азовського морів.

Для більш детального аналізу використовується індекс RCA для оцінки ринкової конкурентоспроможності металургійної продукції підприємств холдингу. індексу *RCA* дозволить виявити порівняльні конкурентні переваги інтегрованого підприємства в торгівлі конкретним видом продукції на кожному регіональному ринку і в світі в цілому.

Для розрахунку індексу ринкової конкурентоспроможності металопродукції інтегрованих підприємств холдингу модифікуємо формулу Б. Баласса, в якій з макроекономічного рівня експорту (експорту країни) переходимо на мікроекономічний - рівень експорту продукції

підприємств в холдингу. У розрахунковій формулі змінюємо значення позначень e_{ij} і E_i :

$$RCA_{ij} = (e_{ij} / E_i) / (e_{aj} / E_a),$$

де RCA_{ij} – модифікований коефіцієнт виявлених порівняльних переваг;

e_{ij} – експорт продукту j з i підприємства холдингу;

E_i – загальний експорт з i підприємства холдингу;

e_{ij} / E_i – частка продукту j в загальному експорті i підприємства;

e_{aj} – загальний обсяг продукту j з регіону a ;

E_a – загальний експорт з регіону a ;

e_{aj} / E_a – доля продукту j в загальному експорті регіону a .

Використовуючи формулу RCA 'для визначення рівня конкурентоспроможності металургійної продукції інтегрованого підприємства, необхідно провести деякі коригування при виборі даних (таблиця 2.12).

Таблиця 2.12

Коригування вибору даних для розрахунку індексу RCA

Дані	Індекс RCA Б. Баласса	Модифікований індекс RCA
	Рівень країни	Рівень підприємства (країни)
Експорт продукту j (e_{ij}, e_{aj})	Використовуються дані експорту продукції по укрупненим товарним групам ЗЕД	Використовуються дані експорту кожного конкретного виду продукції однієї товарної групи ЗЕД
Загальний експорт з регіону a (E_a)	Використовується загальна сума експорту продукції всіх галузей конкретного регіону	Використовується сума експорту з конкретного регіону продукції досліджуваної галузі

Таблиця 2.13

Дані по експорту металургійної продукції за 2017 р

(тис.т)

Регіон (країна)	Металопродукція	Напівфабрикати	Довгий	Плоский	Труби	Чавун
-----------------	-----------------	----------------	--------	---------	-------	-------

підприємство)	(всього)	(сляби злитки)	(сортовий прокат)	прокат		
Світ (усього)	413154	60568	103449	199721	46473	12469
в тому числі:						
Європа	161679	14595	53883	75320	16525	1173
Америка	36245	9207	8539	13125	5027	3298
Африка	2833	193	634	1783	204	647
Середній Схід	931	128	112	398	277	35
Азія	155343	9319	30088	93261	21557	1343
Океанія	1063	21	178	770	51	0
СНД	55059	27105	10015	15066	2830	5974
Україна	24142	10101	5937	6562	1536	1966
Холдинг «МЕТІНВЕСТ»	9822,82	1084	1835,1	5092	517	58272
В тому числі:						
Маріупольський МК ім. Ілліча	3242,14	328,87	0	2613,25	9,3	290,72
МК «Азовсталь»	2688	682	980	925	0	101

Розрахунок індексу ринкової конкурентоспроможності металургійної продукції провідних вітчизняних підприємств даної галузі на кожному регіональному ринку і в світі в цілому представлений в таблиці 2.14

Таблиця 2.14

Розрахунок індексу ринкової конкурентоспроможності металургійної продукції (Модифікований RCA ') на кожному регіональному ринку

Підприємство (країна)	Металопродукція (всього)	Напівфабрикати (сляби злитки)	Довгий (сортовий прокат)	Плоский прокат	Труби	Чавун
Регіональний ринок: Європа						
Маріупольський МК ім. Ілліча	0,977	1,124	-	1,730	0,028	12,359
МК «Азовсталь»	0,810	2,811	1,094	0,739	-	5,179
Холдинг «МЕТІНВЕСТ»	1,040	1,222	0,561	1,113	0,515	8,177
Україна		4,635	0,738	0,583	0,622	11,224
Регіональний ринок: СНД						
Маріупольський МК ім. Ілліча	2,868	0,206	-	2,946	0,056	0,826
МК «Азовсталь»	2,377	0,515	2,004	1,258	-	0,346
Холдинг «МЕТІНВЕСТ»	3,053	0,224	1,027	1,894	1,024	0,547
Україна		0,850	1,352	0,993	1,238	0,751

Регіональний ринок: Америка						
Маріупольський МК ім. Ілліча	4,356	0,399	-	2,226	0,021	0,985
МК «Азовсталь»	3,611	0,999	1,548	0,950	-	0,413
Холдинг «МЕТІНВЕСТ»	4,638	0,434	0,793	1,432	0,379	0,652
Україна		1,647	1,044	0,751	0,459	0,895
Регіональний ринок: Африка						
Маріупольський МК ім. Ілліча	55,73	1,489	-	1,281	0,040	0,393
МК «Азовсталь»	46,205	3,724	1,629	0,805	-	0,165
Холдинг «МЕТІНВЕСТ»	59,337	1,620	0,835	0,824	0,731	0,260
Україна		6,142	1,099	0,432	0,884	0,357
Регіональний ринок: Середній Схід						
МК «Азовсталь»	169,585	0,738	-	1,885	0,010	2,385
Холдинг «МЕТІНВЕСТ»	140,599	1,845	3,031	0,805	-	0,999
Україна	180,561	0,803	1,553	1,213	0,177	1,578
Маріупольський МК ім. Ілліча		3,043	2,044	0,636	0,214	2,166
Регіональний ринок: Азія						
МК «Азовсталь»	1,016	1,691	-	1,343	0,021	10,372
Холдинг «МЕТІНВЕСТ»	0,843	4,299	1,882	0,573	-	4,346
Україна	1,082	1,840	0,965	0,863	0,379	6,862
Маріупольський МК ім. Ілліча		6,795	1,270	0,453	0,458	9,419

Продовження табл. 2.14

Підприємство (країна)	Металопродукція (всього)	Напівфабрикати (сляби злитки)	Довгий (сортовий прокат)	Плоский прокат	Труби	Чавун
Регіональний ринок: Океанія						
Маріупольський МК ім. Ілліча	148,526	5,135	-	1,113	-	-
МК «Азовсталь»	123,140	12,843	2,177	0,475	-	-
Холдинг «МЕТІНВЕСТ»	158,140	5,586	1,116	0,716	1,097	-
Україна		21,179	1,469	0,375	1,326	-
Світ в цілому						
Маріупольський МК ім. Ілліча	0,382	0,692	-	1,667	0,026	2,971
МК «Азовсталь»	0,317	1,731	1,456	0,712	-	1,245
Холдинг «МЕТІНВЕСТ»	0,407	0,753	0,746	1,072	-	2,478
Україна		2,854	0,982	0,562	0,566	2,698

Розрахунок індексу ринкової конкурентоспроможності металургійної продукції дозволив зробити наступний висновок. В Україні до найбільш конкурентоспроможною металопродукції на світовому ринку відносяться напівфабрикати ($RCA' = 2,854$) і чавун ($RCA' = 2,698$). Серед продукції високих переділів найвищу позицію займає довгий (сортовий) прокат ($RCA' = 0,982$). На регіональних ринках також переважає продукція низьких переділів (напівфабрикатів, чавуну). Таким чином, перед українськими підприємствами чорної металургії гостро стоїть проблема вибору: або нарощувати виробництво металопродукції з незначною часткою доданої вартості (чавун, сляби, підкат, злитки, чушки і т. д.), або докласти зусиль для істотного збільшення обсягу виробництва високоякісної продукції. Динаміка світового ринку демонструє зростання частки високоякісного прокату в загальному обсязі споживання металопродукції.

Поряд з проблемами на ринках металопродукції з високою доданою вартістю металургійні підприємства України відчувають тиск і на ринках металопродукції низьких переділів з боку третіх країн. Маючи невеликі витрати на виробництво і високоякісну рудну базу, багато країн зуміли залучити значні інвестиції транснаціональних корпорацій для створення сучасної металургійної промисловості. Так, за останні роки істотно збільшив обсяги виробництва сталі Китай, високими темпами нарощують виробництво Корея, Бразилія, Індія та ін.

Досить цікава ситуація спостерігається на регіональних ринках металопродукції. Як показують результати розрахунків, на європейському ринку найбільш конкурентоспроможна продукція низьких переділів, зокрема чавун, по всіх підприємствах холдингу і України в цілому. Це ще раз доводить направленість українських підприємств чорної металургії на виробництво металопродукції з незначною часткою доданої вартості (чавуну, слябів, злитків, чушок). На регіональних ринках СНД, Америки, Середнього Сходу переважає продукція високих переділів: довгий (сортовий прокат) - ПАТ "МК Азовсталь "; плоский прокат - ПАТ "ММК ім. Ілліча ". На ринках Африки, Азії, океанії найбільш

конкурентоспроможною є продукція з меншою часткою доданої вартості, а саме напівфабрикати і чавун - ПАТ "ММК ім. Ілліча", ПАТ "МК Азовсталь", причому напівфабрикати останнього займають лідируючі позиції на кожному ринку.

В цілому, на основі аналізу і порівняння інтегрованих промислових підприємств в холдингу на кожному регіональному ринку можна зробити висновок, що найбільш конкурентоспроможною є металопродукція ПАТ "ММК ім. Ілліча", оскільки вона має найвищий ринковий індекс конкурентоспроможності.

У холдингу "Метінвест" до конкурентоспроможної на світовому ринку продукції відноситься чавун, серед готової продукції - плоский прокат. при порівнянні інтегрованих підприємств холдингу "Метінвест" за індексом конкурентоспроможності продукції на світовому ринку виявлені конкурентні переваги продукції по наступним підприємствам: ПАТ "ММК ім. Ілліча" - чавун (2,971), плоский прокат (1,667); ПАТ "МК Азовсталь" - напівфабрикати (1,731). В цілому за всіма видами металопродукції найвищу позицію на світовому ринку займає ПАТ "ММК ім. Ілліча", оскільки індекс ринкової конкурентоспроможності (RCA) у нього найвищий (0,382).

Таблиця 2.15

**Порівняльний аналіз показників світового попиту,
структури товарної продукції підприємств, індексу RCA '**

Продукція	Попит на світовому ринку (%)	ПАТ "ММК ім. Ілліча "		ПАТ "МК Азовсталь"		Холдинг «МЕТІНВЕСТ»	
		Доля в об'ємі товарної продукції (%)	RCA	Доля в об'ємі товарної продукції (%)	RCA	Доля в об'ємі товарної продукції (%)	RCA
Листовий прокат	45,58	53,99	1,67	24,08	0,71	47,61	1,07
Сортовий прокат	46,71	0,00	0,00	23,68	1,46	19,39	0,75

Трубний прокат	7,71	0,71	0,03	0,00	0,00	4,24	0,47
----------------	------	------	------	------	------	------	------

Зіставляючи отримані в таблиці 2.15 значення, можна простежити таку тенденцію: найбільшим попитом на світовому ринку користується сортовий прокат (46,71%), який в структурі товарної продукції холдингу "Метінвест" складає 19,36% і має індекс конкурентоспроможності 0,75. Попит на листовий прокат становить 45,58%, частка якого (47,61%) і конкурентоспроможність по холдингу ($1,07 \geq 1$) - найвища, тобто він має конкурентні переваги у виробництві і реалізації плоского прокату на світовому ринку і відповідає світовому попиту. Серед аналізованих підприємств холдингу конкурентні переваги в реалізації листового прокату має ПАТ "ММК ім. Ілліча", оскільки індекс RCA у нього найвищий (1,67), що відповідає структурі товарної продукції підприємства (частка листового прокату - 54%). Трубні вироби мають менший попит на світовому ринку (7,71%) і складають всього 4,24% в структурі товарної продукції холдингу "Метінвест". Таким чином, з урахуванням низького індексу конкурентоспроможності (0,47), холдинг менш конкурентоздатний у виробництві даного виду продукції - так само, як і що входять в нього підприємства. В результаті порівняльного аналізу відбив наближеність і відповідність структури товарної (експортного) продукції холдингу світового попиту.

Висновки до розділу 2.

Аналіз фінансової звітності підприємства дозволив констатувати, що на сьогодні фінансовий стан підприємства є нестійким, втім динаміка фінансових результатів є позитивною і за збереження існуючих тенденцій можливим є покращення показників господарської діяльності підприємства. Тому немає ніяких перешкод для здійснення стратегічної мети ТОВ «Метінвест Холдинг», а саме його становлення як лідера серед глобальних компаній металургійної промисловості, забезпечення зростання акціонерної вартості шляхом постійного підвищення якості продукції і ключових процесів, ефективності всіх бізнес-процесів і забезпечення гарантованої стабільної високої якості продукції, що відповідає очікуванням наших партнерів.

На світовому ринку чорних металів спостерігається понижувальна форма прояву економічної кон'юнктури, в умовах якої відбувається стабільна перевага пропозиції товару над попитом, падіння цін на товар, скорочення числа укладених угод. Ситуація на ринку чорних металів залишається складною та двоїстою. З одного боку, багато компаній у різних регіонах світу як і раніше розраховують на підвищення цін у найближчому часі, але, з іншого боку, спеціалісти спостерігають значне погіршення ринкової кон'юнктури. Різке збільшення об'ємів китайського експорту і ріст об'єму запасів готової продукції призводить до зниження об'єму продаж, яке може прийняти довгостроковий характер. Низка меткомпаній уже скоротили виплавку сталі, інші – збираються наслідувати їх приклад.

Метінвест - найбільший в Україні і один з найбільших в СНД виробників залізорудної сировини і сталі. Компанія зайняла в 2016 році 40 місце в топ-50 металургійних компаній світу за версією Всесвітньої асоціації виробників сталі (World Steel Association) . Виробничі потужності Метінвесту по виплавці сталі складають 15 млн тонн на рік. Основні

виробничі потужності Метінвесту знаходяться в Україні, проте частина виробничої структури Метінвесту присутня також в Італії, Великій Британії та Болгарії. Підприємства Метінвесту розташовані поблизу великих транспортних вузлів і морських портів, що забезпечує компанії додаткові переваги при поставках продукції споживачам як і в Україні, так і в інших країнах світу.

В Україні до найбільш конкурентоспроможною металопродукції на світовому ринку відносяться напівфабрикати. В цілому, на основі аналізу і порівняння інтегрованих промислових підприємств в холдингу на кожному регіональному ринку можна зробити висновок, що найбільш конкурентоспроможною є металопродукція ПАТ "ММК ім. Ілліч", оскільки вона має найвищий ринковий індекс конкурентоспроможності.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

3.1 Резерви активізації конкурентних переваги ТОВ «МЕТІНВЕСТ» на міжнародних ринках.

В умовах динамізації розвитку національного господарства та посилення конкуренції в усіх сферах господарського життя, особливого значення для ефективного функціонування на ринку набуває формування конкурентної політики, що враховувала б сильні сторони компанії та дозволяла нівелювати негативний вплив загроз та зовнішніх викликів. Саме конкуренція є, з одного боку, одним з основних бар'єрів для суб'єктів господарської діяльності, а з іншого - стимулятором розвитку та передумовою підвищення ефективності функціонування підприємств, розробки нових продуктів та більш повного задоволення потреб споживачів.

Наявність конкурентної боротьби формує перед ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» необхідність мислити системно. З огляду на це необхідним на сьогодні є формування конкурентної політики, що являє собою довгостроковий план, що конкретизує і визначає підходи, за допомогою яких підприємство буде діяти в кожній окремій області бізнесу з метою досягнення встановленого рівня конкурентоспроможності.

Активізація конкурентних переваг ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» має відповідати на питання, з використанням яких інструментів можна конкурувати на цільовому ринку. Процес управління конкурентними перевагами ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» має бути націлений на формування конкурентних переваг, що забезпечують вигідні позиції на цільовому ринку.

У процесі активізації конкурентних переваг ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» необхідно брати до уваги, що конкурентна політика підприємства не має обов'язково бути загальною для підприємства, оскільки для окремих напрямків діяльності може розроблятися власна конкурентна політика. Зважаючи на те, що досліджуване підприємство входить у склад холдингу, та, окрім цього, спеціалізується не лише на продажу товарів, але і на наданні додаткових послуг, доцільним є вжиття різних заходів на різних сегментах діяльності підприємства.

У процесі активізації конкурентних переваг ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» необхідно визначити орієнтири функціональних та оперативних дій підприємства, а також скорегувати існуючу конкурентну політику відповідно до них. Лише за умови існування тісних взаємозв'язків між усіма ієрархічними рівнями управління на підприємстві його цілі у довгостроковій перспективі можуть бути досягнуті.

Активізація конкурентних переваг ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» має відбуватися з врахуванням даних про діяльність конкурентів. Помилковим є підхід, за якого підприємства працюють над вдосконаленням конкурентних переваг виходячи виключно з амбіцій, не оцінюючи об'єктивно власний потенціал та умови зовнішнього середовища: оцінка поточних конкурентних позицій та кваліфікована оцінка можливостей підприємства щодо формування конкурентних переваг має стати основою розвитку конкурентних стратегій. Управління міжнародною конкурентоспроможністю має базуватися на формуванні та впровадженні адекватної конкурентної політики, націленої на формування конкурентних переваг періодом на 5-10 років.

Активізація конкурентних переваг ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» має формуватися з врахуванням таких стратегічних показників діяльності підприємства, як специфіка галузі, у якій працює підприємство, рівень обізнаності клієнтів про продукцію підприємства, використання інструментів прямого та непрямого маркетингу, диверсифікованість

каналів збуту, якісні характеристики продукції, рівень витрат, цінова політика підприємства тощо. Рівень спеціалізації визначає напрям, за яким підприємство формуватиме конкурентні переваги. Залежно від того, наскільки широким є асортимент підприємства, можна визначити, що саме: якість продукції чи її різноманітність буде служити базисом конкурентної боротьби компанії.

Рівень ідентифікації марки визначає, наскільки важливими для формування конкурентних переваг є маркетингові інструменти. У випадку, якщо марка є впізнаваною, зусилля підприємства мають бути націлені на підтримку бренду. Якщо споживач не обізнаний з перевагами підприємства, як у випадку з ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ», маркетингові заходи мають бути націлені на формування лояльної до підприємства групи споживачів.

Рівень якості продукції підприємства визначає, на якій конкурентній перевазі має базуватися конкурентна політика ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ». У випадку, якщо рівень якості товарів чи послуг є вищим за конкурентів, політика покращення конкурентних позицій має базуватися на переважанні характеристик продукції над аналогами. У випадку невисокої якості продукції підприємства акцентувати увагу доцільно на інших аспектах, важливих для споживача, шукаючи при цьому шляхи підвищення якості без значного збільшення витрат.

На сьогодні в науковій літературі існує значна кількість підходів до класифікації конкурентних стратегій, при цьому саме наявні у підприємства конкурентні переваги визначають можливість підприємства застосовувати ту чи іншу стратегію. Одним з ключових є підхід М. Потрета, який в якості класифікаційної ознаки визначає специфіку конкурентних переваг підприємства. Відповідно до запропонованої класифікації, автор виділяє стратегію диференціації, стратегію цінового лідерства та стратегію фокусування. Так, стратегія диференціації полягає у набутті конкурентних переваг шляхом вдосконалення однієї чи декількох

якісних характеристик продукції (підвищення функціональності, надання додаткових послуг, покращення упаковки, збільшення періоду експлуатації тощо) або надання споживачам можливості задовольняти одночасно декілька потреб, використовуючи лише один товар (наприклад, відрахування частки коштів від продажу продукції на користь дитячих будинків, що дозволить споживачам задовольнити потребу “причетності”). Сильними сторонами зазначеної стратегії є покращення іміджу підприємства, збільшення кола споживачів, прихильних до компанії, і як наслідок зростання доходів підприємства. При цьому недоліком стратегії можна вважати її високу ризикованість (вимагає значних стартових витрат, які можуть не окупитися внаслідок непрогнозованої поведінки споживачів) та неможливість використовувати протягом тривалого часу (через зміну формату попиту та високу вірогідність наслідування конкурентами).

Стратегія цінового лідерства передбачає встановлення мінімальних цін на продукцію шляхом зниження витрат підприємства. Зниження витрат може бути досягнуте за рахунок впровадження нових технологій, ефекту масштабу, знаходження нових джерел постачання сировини та комплектуючих, оптимізації витрат на оплату праці, спрощення продукції тощо. Зазначена стратегія дозволить підприємству досягти підвищення конкурентоспроможності за достатньо високих фінансових результатів, хоча, з іншого боку, її використання не дозволяє оперативно реагувати на зміни формату попиту, оскільки будь-які регулюючі заходи можуть позбавити підприємство наявних конкурентних переваг внаслідок зростання видатків.

Стратегія фокусування передбачає концентрацію зусиль на задоволенні потреб споживачів на одному сегменті ринку. Дана стратегія є ризикованою, оскільки підприємство не має можливість диверсифікувати ризики внаслідок діяльності на різних сегментах. При цьому витрати підприємства істотно зростають через необхідність приведення продукції у повну відповідність з потреба цільової групи споживачів. При цьому за

умови вибору стратегії фокусування підприємство зазвичай створює бар'єри для входження конкурентів на зайнятий ним сегмент ринку, в результаті чого воно має можливість отримувати монопольне становище у певній сфері діяльності.

На нинішньому етапі ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» використовує стратегію диференціації, намагаючись максимально адаптувати асортимент товарів, які пропонуються споживачам, до їх потреб. На наш погляд, доцільним є подальше дотримання існуючої стратегії і формування конкурентної політики відповідно до даної стратегії, оскільки будучи, як зазначалося, сервісним підприємством, його головною метою є налагодження діалогу зі споживачами.

Активізація конкурентних переваг ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» – тривалий та складний процес, що потребує системного підходу та ретельної підготовки. Перший етап активізації конкурентних переваг ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» має полягати в аналізі структури і рушійних сил галузі, та охоплювати такі процедури як комплексне дослідження конкурентного середовища галузі, оцінка конкурентів, споживачів та стратегічного потенціалу підприємства. Окрім цього, надзвичайно важливим є визначення місця галузі в народному господарстві країни, стадія життєвого циклу ринку, кількості конкурентів і розподілу ринку між ними, інтенсивності конкуренції, обсягу попиту, рівня купівельної спроможності споживачів.

На другому етапі має здійснюватися діагностика конкурентних сил і конкурентної позиції ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» в галузі, що була нами здійснена у параграфі 2.3. Послідовність реалізації другого етапу є наступною: визначаються основні конкурентні сили у галузі, на основі чого формуються альтернативні конкурентні політики.

На третьому етапі, керуючись результатами аналізу, проведеного на першому, конкурентні переваги структуруються та ранжуються за ступенем їх досяжності. Це дозволяє обрати ті конкурентні переваги, які

стануть підґрунтям конкурентної політики підприємства. Після їх вибору відбувається аналіз можливих конкурентних стратегій та вибір тієї з них, що може бути найбільш ефективною для підприємства.

Для ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ», як було виявлено, конкурентними перевагами є оптимальне для ринку співвідношення ціни та якості, достатньо широкий асортимент продукції від перевірених зарубіжних постачальників, висока ефективність експорту товарів, які пропонуються споживачам.

На четвертому етапі на ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» має розроблятися комплекс заходів, реалізація яких дозволить посилити наявні конкурентні переваги та сформувати нові. Формується бюджет та встановлюються строки для виконання поставлених завдань.

Необхідно відзначити, що активізація конкурентних переваг ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» має практичне значення для підприємства, тому надзвичайно важливим є не лише розроблення конкурентної політики, яка відповідає наявним конкурентним перевагам, але й її впровадження, корегування та оцінення результатів у контексті пошуку нових джерел конкурентних переваг. Таким чином, для досліджуваного підприємства ваги набуває не лише робота з існуючими конкурентними перевагами, але й постійна адаптація до зміни умов внутрішнього та зовнішнього середовища та пошук нових конкурентних переваг.

Таким чином, у процесі активізації конкурентних переваг ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ», необхідно:

- виходити з існуючої конкурентної стратегії підприємства. Оцінка сильних та слабких сторін існуючої стратегії та її відповідності внутрішньому потенціалу та умовам зовнішнього середовища дозволить сформувати конкурентну стратегію, яка не йтиме у розріз з цілями підприємства та базуватиметься на наявних у підприємства конкурентних перевагах;

- враховувати вплив на діяльність підприємства конкурентних сил, інтенсивність конкурентної боротьби, конкурентну структуру ринку - наявність ярко виражених лідерів та аутсайдерів, кількість підприємств, які формують олігопольне ядро тощо).
- брати до уваги організаційно-правову форму, розмір та сферу діяльності підприємства. Це дозволить визначити, дотримання яких нормативно-правових норм є обов'язковим для підприємства, які вимоги до підприємств висуваються з боку постачальників, споживачів та підприємств, що обслуговують бізнес-процеси у галузі тощо.
- враховувати життєвий цикл ринку та тенденції його динаміки;
- орієнтуватися на конкурентний статус підприємства.

У процесі управління конкурентними перевагами ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» необхідно брати до уваги, що підприємство протягом періоду свого функціонування пройшло декілька стадій: орієнтація на товар, орієнтація на споживачів і звернення уваги на своїх конкурентів; концентрація на конкурентах; орієнтація на ринок в цілому. Активна робота з конкурентними перевагами є доцільною лише тоді, коли підприємство переходить до стадії орієнтації на ринок, і саме на цій стадії знаходиться нині підприємство. З огляду на це, ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» повинне постійно відслідковувати дії конкурентів, аналізувати причини та наслідки зміни їх стратегії з метою уникнення помилок та адаптації їх позитивного досвіду та постійно аналізувати попит та шукати нові підходи до підвищення споживчої цінності товарів та послуг, що пропонуються споживачам.

З огляду на зазначене, нами було обґрунтовано резерви активізації конкурентних переваг ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ». Усі заходи, які мають бути реалізовані, нами було поділено на 2 складові: заходи, пов'язані з посиленням існуючих конкурентних переваг, та заходи, націлені на формування нових конкурентних переваг.

До заходів, метою яких є утримання існуючих конкурентних переваг, нами було віднесено: утримання позицій на сегменті low-cost, що може бути досягнуто шляхом збільшення рівня завантаженні виробничих потужностей; подальше розширення міжнародної присутності за рахунок злиття з зарубіжними компаніями; фокусування на потребах клієнтів та розширення асортиментного портфелю. Дії і зазначених напрямках наразі здійснюються, і їх подальша реалізація сприятиме активізації існуючих конкурентних переваг.

До заходів, які сприятимуть формуванню нових конкурентних переваг, належать: зниження екологічних ризиків та позиціонування підприємства як екологоорієнтованого; розширення асортименту послуг, які надаються сервісним підприємством; підвищення рівня соціальної відповідальності у контексті підвищення вірогідності подальшої інтеграції у міжнародні ланцюги створення вартості; посилення міжнародної впізнаваності шляхом членства у міжнародних організаціях та спілках (рис. 3.1)



Рис. 3.1. Напрями вдосконалення управління конкурентними перевагами
ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ»

Таким чином, процес активізації конкурентних переваг ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» має відповідати стратегічним цілям підприємства та враховувати тенденції розвитку відповідного ринку. Існуючими конкурентними перевагами підприємства є: оптимальне для ринку співвідношення ціни та якості продукції, достатньо широкий асортимент, висока ефективність експортних поставок. Основою метою підприємства на сьогодні є перехід у сегмент компаній з сильною конкурентною позицією, інструментами чого є посилення рівня обізнаності споживачів щодо продуктів компанії; розширення асортименту товарів, що постачаються на ринок.

Складність управління конкурентними перевагами ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» полягає в тому, що підприємству необхідно задовольняти інтереси всіх груп впливу: власників і менеджерів компанії, споживачів. Окрім цього, має братися до уваги інформація про глобальні тенденції розвитку ринку; погляди та очікування галузевих експертів, вітчизняних і зарубіжних аналітиків.

Активізація конкурентних переваг ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» вимагає зваженого підходу та консультацій з фахівцями в окремих сферах функціонування підприємства, аналізу статистичних даних і аналітичних звітів, що відображають рівень розвитку підприємства та його перспективи.

3.2 Розробка заходів щодо посилення конкурентних переваг ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» в районі Близького Сходу.

Країни Близького Сходу наразі є цільовим ринком для компанії «МЕТІНВЕСТ», що обумовлює необхідність пошуку шляхів посилення позицій підприємства саме у зазначеному напрямі. Ключовими конкурентними перевагами, які визначають попит на цьому ринку, є відповідність асортименту продукції вимогам покупців, а також забезпечення низьких цін на продукцію.

На нинішньому етапі підприємству доцільно реалізувати заходи за кожним із напрямів, за яким здійснюється розвиток, для адаптації асортименту продукції до вимог споживачів на цільовому ринку.

Розглядаючи напрями вдосконалення співпраці ТОВ «Метінвест» з будівельними компаніями, відзначимо, що доцільним є постійне вдосконалення пакету продукції будівельного призначення, забезпечення гнучкості у процесі формування партії, надання клієнтам можливостей вибрати оптимальну форму оплати за продукцію, посилення позицій на зарубіжних ринках у тому числі як інвестора у проектах з високою часткою продукції металургії.

На наш погляд, за умови реалізації наданих рекомендацій можна очікувати на суттєве покращення результатів підприємства на ринках Близького Сходу, щот справить позитивний вплив на фінансові результати компанії.

Наступним напрямом, за яким підприємству доцільно посилювати позиції, є машинобудування. Ця сфера є однією з найперспективніших сфер розвитку, і, з огляду на це, близько третини нових видів продукції, яку щороку впроваджує Метінвест, розробляється для потреб машинобудівників. Наразі конкурентною перевагою підприємства є те, що металопрокат Метінвесту має міжнародні сертифікати якості та виробляється за європейськими, американськими стандартами та вимогами ГОСТ.

На ринках Близького Сходу попитом наразі користуються такі сорти прокату для машинобудування: товстолистовий прокат комерційної якості;

високоміцний товстий лист (у стані термомеханічної прокатки й у стані «гарт з відпусткою»); прокат зі зносостійких марок сталі; фасонний прокат та спеціальні профілі.

На наш погляд, для посилення конкурентних позицій на ринку, досліджуваному підприємству доцільно впровадити послугу надання технологічної підтримки та експертизи для виробництва продукції згідно зі спеціальними умовами замовника. Також позитивний вплив на конкурентні переваги підприємства справить надання можливості комплектувати необхідні партії з широкого асортименту продукції українських та європейських заводів Групи, а також укладання довгострокових угод і спільна участь в проектах із високою часткою металопрокату в собівартості.

Одним з перспективних напрямів для ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» є гірничодобувний комплекс. Зазначена сфера висуває високі вимоги до металопродукції, що використовується для зміцнення виробок і виробництва техніки, оскільки все обладнання піддається значним навантаженням з боку гірської породи. Таким чином, для підвищення рівня конкурентоспроможності на цьому сегменті, доцільним є вдосконалення експлуатаційних характеристик конструкцій і механізмів (у контексті підвищення терміну їх служби, вантажопідйомності, металоемності).

Окрім цього, додатковими конкурентними перевагами підприємства на цьому сегменті можуть стати: технічна підтримка та розробка індивідуальних інженерних рішень, можливість укладання довгострокових угод, гнучкі схеми фінансування.

На нинішньому етапі компанія «Метінвест» є активним учасником світового ринку суднобудування. Підприємства Групи в Україні, Італії та Великій Британії постачають судосталь і прокат для будівництва офшорних конструкцій верфям у Європі, на Близькому Сході та Азії. До напрямів активізації конкурентних переваг належить отримання сертифікатів на продукцію визнаних міжнародних сертифікаційних

товариств (LR, RINA, GL, DNV, BV, ABS, NKK, IRS, RSU, RR), а також надання технологічної підтримки та експертизи для виробництва продукції

згідно зі Заходи щодо формування конкурентних переваг на ринках країн Близького Сходу уувати
необхідні іх та

європейських заводів групи «Метінвест». привабливі умови

довгострокових угод. Сукупністі окремих напрямів діяльності

→ Співпраця з будівельними компаніями іх пер

Постійне вдосконалення пакету продукції будівельного призначення; Забезпечення гнучкості у процесі формування партії; Надання клієнтам можливостей вибрати оптимальну форму оплати за продукцію; Посилення позицій на зарубіжних ринках у тому числі як інвестора у проектах зі значною потребою у продукції металургійної галузі

→ Співпраця з машинобудівними

Впровадження послуг надання технологічної підтримки та експертизи для виробництва продукції згідно зі спеціальними умовами замовника; Надання можливості комплектації необхідної партії; Укладання довгострокових угод і спільна участь в проектах із високою часткою металопрокату в собівартості.

→ Співпраця з підприємствами гірничовидобувного

Вдосконалення експлуатаційних характеристик конструкцій і механізмів; Технічна підтримка та розробка індивідуальних інженерних рішень; Гнучкі схеми фінансування.

→ Співпраця з суднобудівними підприємствами

Отримання сертифікатів на продукцію визнаних міжнародних сертифікаційних товариств; Привабливі умови довгострокових угод.

Рис. 3.2. Заходи щодо формування конкурентних переваг на ринках країн Близького Сходу

До напрямів підвищення конкурентоспроможності на ринках країн Близького Сходу належить також посилення позиціонування як екологієорієнтованого підприємства. Зважаючи на те, що усе більша кількість міжнародних компаній співпрацює з постачальниками лише за умови дотримання ними соціальних та екологічних стандартів, рух у цьому напрямку є для підприємства надзвичайно важливим.

Уже на нинішньому етапі щороку на підприємствах групи розробляють і реалізують екологічні програми, мета яких – зменшити вплив на довкілля. На додаток до традиційних екологічних заходів підприємства впроваджують нові технології, що дозволяють запобігти утворенню забруднень і використовувати відпрацьовані ресурси для повторної переробки.

Зважаючи на сферу діяльності підприємства, одним із ключових напрямів підвищення рівня екологізації має стати утилізація відходів без шкоди для довкілля. Можливими заходами, які сприятимуть досягненню поставленої цілі, є: передача відходів спеціалізованим організаціям, що займаються утилізацією відходів, продаж відходів організаціям, що використовують їх для своїх потреб, використання спеціалізованого устаткування для зменшення шлакових відвалів, використання шлаків конвертерного виробництва як матеріалу шихти в доменному виробництві.

До інших напрямів екологізації діяльності у металургійній сфері, що можуть бути використані ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ», належать: гірничотехнічна та біологічна рекультивація земель, створення заказників або інших природних об'єктів на території відпрацьованих кар'єрів тощо.

Важливу роль у формуванні конкурентних переваг підприємства має також відігравати посилення соціальної відповідальності підприємства. Зважаючи на те, що сфера діяльності підприємства є небезпечною для здоров'я працівників, важливим є перехід до політики управління трудовими ресурсами, орієнтованої на підвищення рівня охорони праці.

У першу чергу, керівництву підприємства необхідно провести аналіз діяльності підприємства та виявити основні загрози для персоналу. Після цього необхідно сформувавши політику у сфері охорони праці, метою якої буде зміна ставлення співробітників до своєї безпеки та безпеки оточення.

Підприємству необхідно розробити правила безпечної роботи на висоті, в замкнутих просторах, на будмайданчиках, встановлюють вимоги для підрядних організацій і відвідувачів та забезпечити дотримання кожним з працівників встановлених норм.

Значну увагу доцільно також приділяти навчанню співробітників корпоративним стандартам, при чому спікерами під час таких заходів мають бути як представники персоналу, так і запрошені фахівці.

Для підвищення соціальних стандартів на підприємстві доцільно впровадити систему управління виробничими ризиками. Цей процес має бути автоматизований, а у систему повинні вноситися усі без виключення характеристики діяльності працівників різних структурних підрозділів.

Наразі на підприємстві застосовуються дві методики оцінки та управління ризиками: HAZID – оцінка ризиків у сфері охорони праці, промислової безпеки та охорони довкілля та HAZOP – оцінка працездатності технологічної лінії. На наш погляд, доцільно також впровадити у практичну діяльність компанії такі інструменти ризик менеджменту як ENVID – оцінка екологічних ризиків та соціального впливу та JSA – оцінка безпеки робіт.

Зважаючи на те, що бюджетом підприємства передбачено виділення коштів на управління ризиками, реалізація наданих рекомендацій може здійснюватися без понесення додаткових витрат.

Окрім покращення іміджу підприємств, важливу роль у посиленні конкурентних переваг ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» має відігравати формування механізму управління міжнародною конкурентоспроможністю. Процес управління міжнародною конкурентоспроможністю має посісти одне з центральних місць в системі менеджменту підприємством. Як зазначалося, рівень конкурентоспроможності є інтегруючим показником, що формується під впливом результатів прийнятих управлінських рішень. Таким чином, реалізація усіх функцій менеджменту, націлених на підвищення конкурентних позицій, являє собою комплекс заходів у різних сферах діяльності підприємства.

Так, функція планування міжнародної конкурентоспроможності має полягати у встановленні для ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» короткострокових та довгострокових цілей, результатом досягнення яких є підвищення рівня міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

Функція організації повинна передбачати створення такої організаційної структури компанії, що найбільшою мірою відповідала б вимогам ринків, на яких працюватиме підприємство. Організація в контексті менеджменту міжнародної конкурентоспроможності має полягати також в безпосередній реалізації комплексу заходів, націлених на покращення конкурентних позицій ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ».

Функція мотивації в системі управління міжнародною конкурентоспроможністю ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» має бути націлена на створення системи матеріальних та нематеріальних стимулів персоналу, що сприятиме їх націленості на підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку країн Близького Сходу.

Функція контролю ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» повинна передбачати систематичну оцінку конкурентних позицій підприємства, нагляд за процесом впровадження заходів, націлених на підвищення рівня міжнародної конкурентоспроможності, порівняння фактичних результатів

реалізації заходів із запланованими показниками та виявлення причин відхилення.

Функція регулювання на досліджуваному підприємстві має полягати у внесенні корегувальних дій в конкурентну стратегію підприємства відповідно до змін умов внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.

Окрім цього, на підприємстві доцільно впровадити систему управління якістю, оскільки саме спроможність продукції задовольнити потреби споживачів здебільшого визначає можливості підприємства щодо досягнення високого конкурентного статусу.

Тотальне управління якістю як конкурентна перевага ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» має являти собою цілеспрямоване та добре скоординоване застосування систем і методів управління якістю в усіх сферах діяльності підприємства з метою раціонального використання потенціалу підприємства.

Механізм управління міжнародною конкурентоспроможністю на ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» має формувати цикл безперервного покращення всіх показників господарської діяльності, за умови використання якого покращення конкурентних позицій відбуватиметься за рахунок швидкого задоволення потреб за нижчих витрат у порівнянні з конкурентами.

На нинішньому етапі ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» доцільно використовувати у господарській діяльності два з чотирьох існуючих підходів до управління якістю: статистичного управління якістю та постійного циклічного управління якістю.

Для ефективного функціонування механізму управління міжнародною конкурентоспроможністю на засадах управління якістю, необхідними є стандартизація вимог до якості продукції, процесів та систем управління, сертифікація та оцінка відповідності продуктів, процесів, систем управління вимогам нормативних документів, постійне

проведення аудиту якості продукції, що виробляється та експортується ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ».

Таким чином, до заходів, що мають бути реалізовані для посилення конкурентних переваг підприємства на ринку країн Близького Сходу, належать: розширення асортименту послуг, що надаються за кожним з напрямів діяльності підприємства; позиціонування підприємства як соціально відповідального та екологоорієнтованого, що створить для нього передумови для інтеграції у міжнародні виробничі мережі; перехід до системної роботи над підвищенням рівня конкурентоспроможності шляхом впровадження відповідного напрямку менеджменту; впровадження системи управління якістю та її постійний розвиток і вдосконалення (табл. 3.1).

Таблиця 3.1.

**Заходи щодо посилення конкурентних переваг ТОВ
«МЕТІНВЕСТ-СМЦ» на ринках країн Близького Сходу**

Захід	Очікуваний результат
Розширення асортименту послуг, що надаються за кожним з напрямів діяльності підприємства	Забезпечення максимальної відповідності пропозиції підприємства потребам клієнтів; укладання вигідних довгострокових контрактів за рахунок адаптації формату обслуговування до поточних потреб та можливостей партнерів; розширення сфер діяльності та знаходження додаткових каналів отримання доходів.
Позиціонування підприємства як соціально відповідального та екологоорієнтованого	Можливість залучення у міжнародні виробничі мережі у якості постачальника металургійної продукції для великих міжнародних корпорацій, які одним із критеріїв вибору постачальників вважають рівень соціальної відповідальності.
Перехід до системної роботи над підвищенням рівня конкурентоспроможності	Формування інформаційної бази для прийняття управлінських рішень у сфері формування конкурентних переваг; розробка алгоритмів поведінки на різних сегментах

	ринку та в умовах різної інтенсивності конкуренції.
Впровадження системи управління якістю	Формування довгострокових цілей виробничої та сервісної діяльності, розробка покрових планів їх досягнення; постійний перегляд завдань підприємства у контексті досягнення найвищого рівня обслуговування клієнтів.

На наш погляд, за умови впровадження наданих рекомендацій можна очікувати на покращення конкурентного статусу підприємства та посилення його конкурентних переваг на ринку країн Близького Сходу.

3.3 Прогнозування ефективності запропонованих заходів.

У результаті реалізації запропонованих нами заходів відбудеться зміна доходів та витрат підприємства, що має бути враховано при прийнятті рішень стосовно впровадження наданих рекомендацій.

Для розрахунку показників господарської діяльності ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» нами було розраховано середньорічні темпи зростання доходів та витрат підприємства, за 2013-2017 рр. та індексним методом, зважаючи на те, що на підприємстві прослідковуються стійкі тенденції, обчислено показники на наступні періоди. Для розрахунку показників майбутніх періодів за умови реалізації наданих пропозицій було враховано збільшення витрат та чистого доходу внаслідок зміни конкурентної поведінки.

На першому етапі було розраховано прогностичні показники господарської діяльності за незмінності конкурентної стратегії (табл. 3.2). Як видно з представленої таблиці, навіть за умови збереження існуючих тенденцій спостерігатиметься зростання чистого фінансового результату підприємства, що пов'язано з тим, що чистий дохід підприємства зростає швидше за собівартість та витрати.

Зокрема, до 2021 року, за умови збереження існуючих тенденцій, чистий жохід підприємства зросте до 2196543,36 тис. грн., у той час як собівартість складе усього 1571654,57 тис. грн., що пов'язано з тим, що чистий дохід підприємства зростатиме у середньому на 4% швидше за собівартість. Як наслідок, валовий прибуток підприємства протягом наступних років буде стрімко зростати та складе до 2021 р. 624888,79 тис. грн (табл. 3.2).

Зважаючи на значне зростання протягом останніх років інших операційних доходів, за умови збереження існуючих тенденцій до 2018 р. їх обсяг складе 906038,33 тис. грн.

Таблиця 3.2.

Прогнозні фінансові результати ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» у 2019 – 2021 рр. за умови збереження існуючих тенденцій, тис. грн.

Показник	Факт	План	Темп зростання середній 2018/2013	Прогноз			Абсолютне відхилення				
	2017	2018		2019	2020	2021	2018/ 2017	2019/ 2018	2020/ 2019	2021/ 2020	2021/ 2017
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	852748,83	1048881,06	1,28	1341932,76	1716861,53	2196543,36	196132,23	293051,70	374928,76	479681,84	1343794,53
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	682058,88	838932,42	1,23	1034197,98	1274912,54	1571654,57	156873,54	195265,56	240714,56	296742,03	889595,69
Валовий прибуток/збиток	170689,95	209948,64	-	307734,78	441948,99	624888,79	39258,69	97786,14	134214,21	182939,80	454198,84
Інші операційні доходи	33155,64	40781,44	2,81	114645,55	322293,75	906038,33	7625,80	73864,11	207648,20	583744,58	872882,69
Адміністративні витрати	20932,02	25746,38	1,17	30084,54	35153,65	41076,88	4814,36	4338,15	5069,11	5923,23	20144,86
Витрати на збут	7614,54	9365,88	0,97	9106,66	8854,62	8609,55	1751,34	-259,22	-252,05	-245,07	995,01
Інші операційні витрати	65275,83	80289,27	1,44	115969,04	167504,54	241941,91	15013,44	35679,76	51535,50	74437,37	176666,08
Фінансовий результат від операційної діяльності	110023,20	135328,54	-	267220,10	552729,94	1239298,78	25305,34	131891,56	285509,84	686568,84	1129275,58
Фінансові витрати	23034,78	28332,78	2,46	69795,32	171934,64	423545,90	5298,00	41462,54	102139,32	251611,26	400511,12
Фінансовий результат до оподаткування	86988,42	106995,76	-	197424,78	380795,30	815752,88	20007,34	90429,02	183370,52	434957,58	728764,46
Витрати (дохід) з податку на прибуток	15659,19	19260,80	-	35536,46	68543,15	146835,52	3601,61	16275,66	33006,69	78292,37	131176,33
Чистий фінансовий результат	71329,23	87734,95	-	161888,32	312252,15	668917,36	16405,72	74153,37	150363,83	356665,22	597588,13

При цьому адміністративні витрати та інші операційні витрати також матимуть тенденцію до збільшення (тем їх зростання за попередній період склав 1,17 та 1,44 відповідно), що обумовило прогноз стосовно їх обсягів у 2021 р.: 41076,88 тис. грн. та 241941,91 тис. грн. відповідно.

Єдиною статтею витрат, зменшення якої спостерігалось протягом попередніх періодів, є витрати на зуб. У середньому вони зменшувалися на 2,8% щороку, і, відповідно, до 2021 р. їх обсяг складе 8609,55 тис. грн.

За умови збереження існуючих тенденцій зміни доходів та витрат, до 2021 р. фінансовий результат ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» істотно збільшиться та складе 1239298,78 тис. грн. Водночас фінансові витрати, які протягом попередніх періодів мали тенденцію до стрімкого зростання, складуть 423545,90 тис. грн., що обумовить обсяг фінансового результату до оподаткування, рівний 815752,88 тис. грн., що після оподаткування дозволить підприємству акумулювати чистий фінансовий результат в обсязі 668917,36 тис. грн.

За негативного сценарію, який було нами використано при прогнозуванні, доходи підприємства залишаться незмінними, собівартість реалізованої продукції, відповідно, також не зміниться, у той час як інші операційні витрати та витрати на збут зростуть на 15% порівняно з базовим варіантом, а адміністративні витрати, зважаючи на те, що переважна частина рекомендацій націлена саме на їх підвищення, - на 20% (табл. 3.3).

Як наслідок, до 2021 р. адміністративні витрати складуть 49292,26 тис. грн., витрати на збут збільшаться до 9900,98 тис. грн., а інші операційні витрати – до 278233,20 тис. грн. За незмінності обсягів доходів підприємства фінансовий результат від операційної діяльності зросте зменшиться до 1318478,44 тис. грн., а чистий фінансовий результат складе, відповідно, 733844,69 тис. грн. Здійснені розрахунки засвідчили, що навіть досить відчутне для підприємства збільшення операційних витрат не призведе до негативних наслідків та збитковості господарської діяльності.

Таблиця 3.3.

**Прогнозні фінансові результати ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» у 2019 – 2021 рр. за умови реалізації заходів
(негативний прогноз), тис. грн.**

Показник	Факт	План	Прогноз			Абсолютне відхилення				
	2017	2018	2019	2020	2021	2018/ 2017	2019/ 2018	2020/ 2019	2021/ 2020	2021/ 2017
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	852748,83	1048881,06	1341932,76	1716861,53	2196543,36	196132,23	293051,70	374928,76	479681,84	1343794,53
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	682058,88	838932,42	1034197,98	1274912,54	1571654,57	156873,54	195265,56	240714,56	296742,03	889595,69
Валовий прибуток/збиток	170689,95	209948,64	307734,78	441948,99	624888,79	39258,69	97786,14	134214,21	182939,80	454198,84
Інші операційні доходи	33155,64	40781,44	114645,55	322293,75	906038,33	7625,80	73864,11	207648,20	583744,58	872882,69
Адміністративні витрати	20932,02	25746,38	36101,44	42184,38	49292,26	4814,36	10355,06	6082,93	7107,88	28360,24
Витрати на збут	7614,54	9365,88	10472,66	10182,81	9900,98	1751,34	1106,78	-289,85	-281,83	2286,44
Інші операційні витрати	65275,83	80289,27	133364,39	192630,22	278233,20	15013,44	53075,12	59265,83	85602,98	212957,37
Фінансовий результат від операційної діяльності	110023,20	135328,54	242441,83	519245,33	1193500,69	25305,34	107113,30	276803,50	674255,35	1083477,49
Фінансові витрати	23034,78	28332,78	69795,32	171934,64	423545,90	5298,00	41462,54	102139,32	251611,26	400511,12
Фінансовий результат до оподаткування	86988,42	106995,76	172646,52	347310,70	769954,79	20007,34	65650,76	174664,18	422644,09	682966,37
Витрати (дохід) з податку на прибуток	15659,19	19260,80	31076,37	62515,93	138591,86	3601,61	11815,57	31439,55	76075,94	122932,67
Чистий фінансовий результат	71329,23	87734,95	141570,14	284794,77	631362,93	16405,72	53835,19	143224,63	346568,16	560033,70

За оптимістичного підходу вважаємо, що зростання витрат ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» призведе до збільшення фінансових результатів на 20%. За такої умови чистий дохід підприємства до 2021 р. досягне 2635852,04 тис. грн. Зростання собівартості до 1885985,49 тис. грн., тобто пропорційно збільшенню доходу, при цьому не вплине суттєво на позитивні тенденції, і в результаті валовий прибуток ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» буде дорівнювати 749866,55 тис. грн.

Витрати ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» за позитивним сценарієм будуть дорівнювати витратам за негативним прогнозом, у результаті чого фінансовий результат від операційної діяльності складе 1318478,44 тис. грн. Зважаючи на те, що надані нами рекомендації не спрямовувалися на зміну фінансових витрат, вони у всіх прогнозах будуть однаковими. Загалом, за позитивного сценарію до 2021 р. фінансовий результат до оподаткування складе 894932,55 тис. грн., а чистий фінансовий результат - 733844,69 тис. грн (табл. 3.4).

Фінансові результати за позитивним сценарієм є істотно кращими за ті, які були отримані індексним методом. При цьому необхідно відзначити, що таке збільшення обсягів діяльності є досить вірогідним, оскільки підприємство працює на тому сегменті ринку, який передбачає здійснення великих обсягів поставок і, відповідно, укладання одного-двох додаткових договорів може призвести до зростання доходів на понад 20%.

Таким чином, можна прогнозувати, що за умови посилення конкурентних переваг на ринках країн Близького Сходу відбудеться зростання обсягів діяльності, що відповідає позитивному сценарію.

Нами було також розраховано фінансові результати ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» за наябільш вірогідним сценарієм. Нами було здійснено припущення, що позитивний та негативний сценарії мають однакову вірогідність, і, відповідно, середні між цими двома варіантами доходу та витрати характеризують найбільш вірогідний розвиток подій.

Таблиця 3.4.

**Прогнозні фінансові результати ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» у 2019 – 2021 рр. за умови реалізації заходів
(позитивний прогноз), тис. грн.**

Показник	Факт	План	Прогноз			Абсолютне відхилення				
	2017	2018	2019	2020	2021	2018/ 2017	2019/ 2018	2020/ 2019	2021/ 2020	2021/ 2017
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	852748,83	1048881,06	1610319,32	2060233,83	2635852,04	196132,23	561438,25	449914,52	575618,20	1783103,21
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	682058,88	838932,42	1241037,58	1529895,05	1885985,49	156873,54	402105,16	288857,47	356090,44	1203926,61
Валовий прибуток/збиток	170689,95	209948,64	369281,74	530338,78	749866,55	39258,69	159333,10	161057,05	219527,77	579176,60
Інші операційні доходи	33155,64	40781,44	114645,55	322293,75	906038,33	7625,80	73864,11	207648,20	583744,58	872882,69
Адміністративні витрати	20932,02	25746,38	36101,44	42184,38	49292,26	4814,36	10355,06	6082,93	7107,88	28360,24
Витрати на збут	7614,54	9365,88	10472,66	10182,81	9900,98	1751,34	1106,78	-289,85	-281,83	2286,44
Інші операційні витрати	65275,83	80289,27	133364,39	192630,22	278233,20	15013,44	53075,12	59265,83	85602,98	212957,37
Фінансовий результат від операційної діяльності	110023,20	135328,54	303988,79	607635,13	1318478,44	25305,34	168660,25	303646,34	710843,31	1208455,24
Фінансові витрати	23034,78	28332,78	69795,32	171934,64	423545,90	5298,00	41462,54	102139,32	251611,26	400511,12
Фінансовий результат до оподаткування	86988,42	106995,76	234193,47	435700,49	894932,55	20007,34	127197,72	201507,02	459232,05	807944,13
Витрати (дохід) з податку на прибуток	15659,19	19260,80	42154,83	78426,09	161087,86	3601,61	22894,02	36271,26	82661,77	145428,67
Чистий фінансовий результат	71329,23	87734,95	192038,65	357274,40	733844,69	16405,72	104303,70	165235,76	376570,28	662515,46

Як наслідок, за цього прогнозу, до 2021 р. чистий дохід підприємства складе 2416197,70 тис. грн., собівартість продукції - 1728820,03 тис. грн. Валовий прибуток, відповідно, дорівнюватиме 687377,67 тис. грн.

Інші операційні доходи за жодного з прогнозів нами змінено не було, витрати за зваженого сценарію є рівними видаткам, які було нами спрогнозовано за негативним підходом. За такої ситуації фінансовий результат від операційної діяльності ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» складе 1255989,56 тис. грн., фінансовий результат до оподаткування - 832443,67 тис. грн., а чистий фінансовий результат - 682603,81 тис. грн (табл. 3.5).

Загалом, аналіз, здійснений у роботі, довів, що конкурентні позиції ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» є на сьогодні достатньо сильними, проте в умовах високої конкурентності ринку, на якому працює підприємство, а також несприятливих змін кон'юнктури, компанії необхідно постійно працювати над розвитком та формуванням нових конкурентних переваг та впроваджувати заходи з підвищення конкурентоспроможності системно.

Основні пропозиції, які були нами надані в контексті управління конкурентними перевагами, направлені на вдосконалення процесу позиціонування ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» на ринку, оскільки якість продукції, які експортує підприємство, є достатньо високою, тоді як сприйняття продукції споживачами є основною проблемою для підприємства.

На наш погляд, за умови реалізації наданих пропозицій, ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» матиме можливість посилити позиції на ринку та підвищити рівень конкурентоспроможності. Нараз досліджуване підприємство є одним з найперспективніших серед українських компаній, а також має значний фінансовий потенціал для якісного оновлення та вдосконалення процесів і підходів до роботи зі споживачами. Усе зазначене свідчить про можливість істотного покращення конкурентних

позицій ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» на зовнішніх ринках, що, як наслідок, призведе, до покращення фінансових результатів.

Таблиця 3.5.

**Прогнозні фінансові результати ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» у 2019 – 2021 рр. за умови реалізації заходів
(найбільш вірогідний прогноз), тис. грн.**

Показник	Факт	План	Прогноз			Абсолютне відхилення				
	2017	2018	2019	2020	2021	2018/ 2017	2019/ 2018	2020/ 2019	2021/ 2020	2021/ 2017
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	852748,83	1048881,06	1476126,04	1888547,68	2416197,70	196132,23	427244,98	412421,64	527650,02	1563448,87
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	682058,88	838932,42	1137617,78	1402403,80	1728820,03	156873,54	298685,36	264786,01	326416,23	1046761,15
Валовий прибуток/збиток	170689,95	209948,64	338508,26	486143,89	687377,67	39258,69	128559,62	147635,63	201233,79	516687,72
Інші операційні доходи	33155,64	40781,44	114645,55	322293,75	906038,33	7625,80	73864,11	207648,20	583744,58	872882,69
Адміністративні витрати	20932,02	25746,38	36101,44	42184,38	49292,26	4814,36	10355,06	6082,93	7107,88	28360,24
Витрати на збут	7614,54	9365,88	10472,66	10182,81	9900,98	1751,34	1106,78	-289,85	-281,83	2286,44
Інші операційні витрати	65275,83	80289,27	133364,39	192630,22	278233,20	15013,44	53075,12	59265,83	85602,98	212957,37
Фінансовий результат від операційної діяльності	110023,20	135328,54	273215,31	563440,23	1255989,56	25305,34	137886,78	290224,92	692549,33	1145966,36
Фінансові витрати	23034,78	28332,78	69795,32	171934,64	423545,90	5298,00	41462,54	102139,32	251611,26	400511,12
Фінансовий результат до оподаткування	86988,42	106995,76	203420,00	391505,60	832443,67	20007,34	96424,24	188085,60	440938,07	745455,25
Витрати (дохід) з податку на прибуток	15659,19	19260,80	36615,60	70471,01	149839,86	3601,61	17354,80	33855,41	79368,85	134180,67
Чистий фінансовий результат	71329,23	87734,95	166804,40	321034,59	682603,81	16405,72	79069,44	154230,19	361569,22	611274,58

У цілому, можна констатувати, що перспективи досліджуваного підприємства є втішними, а реалізація заходів, націлених на покращення конкурентних позицій забезпечить ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» високі фінансові результати.

Висновки до розділу 3.

Усі заходи, які мають бути реалізовані, нами було поділено на 2 складові: заходи, пов'язані з посиленням існуючих конкурентних переваг, та заходи, націлені на формування нових конкурентних переваг.

До заходів, метою яких є утримання існуючих конкурентних переваг, нами було віднесено: утримання позицій на сегменті low-cost, що може бути досягнуто шляхом збільшення рівня завантаженні виробничих потужностей; подальше розширення міжнародної присутності за рахунок злиття з зарубіжними компаніями; фокусування на потребах клієнтів та розширення асортиментного портфелю. Дії і зазначених напрямках наразі здійснюються, і їх подальша реалізація сприятиме активізації існуючих конкурентних переваг.

До заходів, які сприятимуть формуванню нових конкурентних переваг, належать: зниження екологічних ризиків та позиціонування підприємства як екологоорієнтованого; розширення асортименту послуг, які надаються сервісним підприємством; підвищення рівня соціальної відповідальності у контексті підвищення вірогідності подальшої інтеграції у міжнародні ланцюги створення вартості; посилення міжнародної впізнаваності шляхом членства у міжнародних організаціях та спілках.

До заходів, що мають бути реалізовані для посилення конкурентних переваг підприємства на ринку країн Близького Сходу, належать: розширення асортименту послуг, що надаються за кожним з напрямів діяльності підприємства; позиціонування підприємства як соціально відповідального та екологоорієнтованого, що створить для нього передумови для інтеграції у міжнародні виробничі мережі; перехід до системної роботи над підвищенням рівня конкурентоспроможності шляхом впровадження відповідного напрямку менеджменту; впровадження системи управління якістю та її постійний розвиток і вдосконалення.

За умови реалізації наданих пропозицій до 2021 р. чистий дохід підприємства складе 2416197,70 тис. грн., собівартість продукції - 1728820,03 тис. грн. Валовий прибуток, відповідно, дорівнюватиме 687377,67 тис. грн. Інші операційні доходи за жодного з прогнозів нами змінено не було, витрати за зваженого сценарію є рівними видаткам, які було нами спрогнозовано за негативним підходом. За такої ситуації фінансовий результат від операційної діяльності ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» складе 1255989,56 тис. грн., фінансовий результат до оподаткування - 832443,67 тис. грн., а чистий фінансовий результат - 682603,81 тис. грн.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Поняття конкурентоспроможності інтерпретується і аналізується в залежності від економічного об'єкту, який розглядається. Безумовно, критерії, характеристики і фактори динаміки конкурентоспроможності на рівні товару, фірми, корпорації, галузі, національного господарства, або нації мають свою специфіку.

Для того, щоб проаналізувати конкурентоспроможність українських металургійних підприємств у розрізі світового ринку чорних металів потрібно спочатку визначити теоретичні основи поняття конкурентоспроможності підприємств.

З перевагами «найвищого рівня» тісно пов'язані метакомпетенції, під якими якраз і розуміють спроможності підприємства до формування нових конкурентних переваг. До них відносяться, в першу чергу, взаємодії соціального характеру, зокрема реакція на критику, здатність до навчання, комунікації та підтримання зв'язків з колом осіб, які зацікавлені в успіху підприємства. Все це створює передумови для ефективного розвитку, збереження і використання конкретних матеріальних і нематеріальних ключових компетенцій. Серед найбільш важливих метакомпетенцій виокремлюють здатність організації до навчання й орієнтацію на клієнта як при формуванні, так і при трансформації ресурсів фірми.

Конкурентоспроможність окремого підприємства на певному сегменті товарного чи регіонального ринку виступає як узагальнююча оцінка його конкурентних переваг в питаннях формування ресурсного потенціалу, якості задоволення споживчого попиту та досягнутої завдяки цьому ефективності функціонування господарчої системи, які мають місце на момент чи протягом періоду оцінювання. Діяльність підприємства нерозривно пов'язана з співвідношенням та тенденціями змін, що відбуваються в його зовнішньому середовищі. В умовах переходу до ринкової економіки і формування

жорстокого конкурентного середовища особливо гостро стає проблема підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників.

Підтримка високої конкурентоспроможності означає, що всі ресурси підприємства використовуються настільки продуктивно, що воно опиняється більш прибутковим, чим його головні конкуренти. Це одночасно передбачає, що підприємство займає стабільне місце на ринку товарів та послуг, та його продукція користується постійним попитом.

Аналіз фінансової звітності підприємства дозволив констатувати, що на сьогодні фінансовий стан підприємства є нестійким, втім динаміка фінансових результатів є позитивною і за збереження існуючих тенденцій можливим є покращення показників господарської діяльності підприємства. Тому немає ніяких перешкод для здійснення стратегічної мети ТОВ «Метінвест Холдинг», а саме його становлення як лідера серед глобальних компаній металургійної промисловості, забезпечення зростання акціонерної вартості шляхом постійного підвищення якості продукції і ключових процесів, ефективності всіх бізнес-процесів і забезпечення гарантованої стабільної високої якості продукції, що відповідає очікуванням наших партнерів.

На світовому ринку чорних металів спостерігається понижувальна форма прояву економічної кон'юнктури, в умовах якої відбувається стабільна перевага пропозиції товару над попитом, падіння цін на товар, скорочення числа укладених угод. Ситуація на ринку чорних металів залишається складною та двоїстою. З одного боку, багато компаній у різних регіонах світу як і раніше розраховують на підвищення цін у найближчому часі, але, з іншого боку, спеціалісти спостерігають значне погіршення ринкової кон'юнктури. Різке збільшення об'ємів китайського експорту і ріст об'єму запасів готової продукції призводить до зниження об'єму продаж, яке може прийняти довгостроковий характер. Низка меткомпаній уже скоротили виплавку сталі, інші – збираються наслідувати їх приклад.

Метінвест - найбільший в Україні і один з найбільших в СНД виробників залізорудної сировини і сталі. Компанія зайняла в 2016 році 40 місце в топ-50

металургійних компаній світу за версією Всесвітньої асоціації виробників сталі (World Steel Association) . Виробничі потужності Метінвесту по виплавці сталі складають 15 млн тонн на рік. Основні виробничі потужності Метінвесту знаходяться в Україні, проте частина виробничої структури Метінвесту присутня також в Італії, Великій Британії та Болгарії. Підприємства Метінвесту розташовані поблизу великих транспортних вузлів і морських портів, що забезпечує компанії додаткові переваги при поставках продукції споживачам як і в Україні, так і в інших країнах світу.

В Україні до найбільш конкурентоспроможною металопродукції на світовому ринку відносяться напівфабрикати. В цілому, на основі аналізу і порівняння інтегрованих промислових підприємств в холдингу на кожному регіональному ринку можна зробити висновок, що найбільш конкурентоспроможною є металопродукція ПАТ "ММК ім. Ілліч", оскільки вона має найвищий ринковий індекс конкурентоспроможності.

Усі заходи, які мають бути реалізовані, нами було поділено на 2 складові: заходи, пов'язані з посиленням існуючих конкурентних переваг, та заходи, націлені на формування нових конкурентних переваг.

До заходів, метою яких є утримання існуючих конкурентних переваг, нами було віднесено: утримання позицій на сегменті low-cost, що може бути досягнуто шляхом збільшення рівня завантаженні виробничих потужностей; подальше розширення міжнародної присутності за рахунок злиття з зарубіжними компаніями; фокусування на потребах клієнтів та розширення асортиментного портфелю. Дії і зазначених напрямках наразі здійснюються, і їх подальша реалізація сприятиме активізації існуючих конкурентних переваг.

До заходів, які сприятимуть формуванню нових конкурентних переваг, належать: зниження екологічних ризиків та позиціонування підприємства як екологоорієнтованого; розширення асортименту послуг, які надаються сервісним підприємством; підвищення рівня соціальної відповідальності у контексті підвищення вірогідності подальшої інтеграції у міжнародні ланцюги

створення вартості; посилення міжнародної впізнаваності шляхом членства у міжнародних організаціях та спілках.

До заходів, що мають бути реалізовані для посилення конкурентних переваг підприємства на ринку країн Близького Сходу, належать: розширення асортименту послуг, що надаються за кожним з напрямів діяльності підприємства; позиціонування підприємства як соціально відповідального та екологоорієнтованого, що створить для нього передумови для інтеграції у міжнародні виробничі мережі; перехід до системної роботи над підвищенням рівня конкурентоспроможності шляхом впровадження відповідного напрямку менеджменту; впровадження системи управління якістю та її постійний розвиток і вдосконалення.

За умови реалізації наданих пропозицій до 2021 р. чистий дохід підприємства складе 2416197,70 тис. грн., собівартість продукції - 1728820,03 тис. грн. Валовий прибуток, відповідно, дорівнюватиме 687377,67 тис. грн. Інші операційні доходи за жодного з прогнозів нами змінено не було, витрати за зваженого сценарію є рівними видаткам, які було нами спрогнозовано за негативним підходом. За такої ситуації фінансовий результат від операційної діяльності ТОВ «МЕТІНВЕСТ-СМЦ» складе 1255989,56 тис. грн., фінансовий результат до оподаткування - 832443,67 тис. грн., а чистий фінансовий результат - 682603,81 тис. грн.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 08.09.2011 № 3715-VI. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0396-99>.
2. Амоша О.І. Інноваційний шлях розвитку України: проблеми та рішення / О. І. Амоша // Економіст. – 2005. – №6. – С. 28–34.
3. Амоша О.І. Організаційно-економічні механізми активізації інноваційної діяльності в Україні / О.І. Амоша // Економіка пром-сті. – 2006. – № 5. – С. 15–21.
4. Андрощук Г.О. Інноваційна діяльність в Україні: економічний механізм стимулювання / Г.О. Андрощук // Інтелектуальна власність. — 2000. — №12. — С.23—28.
5. Андрушків Б.М. Інноваційна діяльність підприємств та організацій як метод стабілізації економіки регіонів України / Б. М. Андрушків, Н. Б.Кирич, О. Б. Погайдак // Вісн. економ. науки України. – 2009. – №1 (15). – С. 23–25.
6. Антонюк Л. Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації : монографія / Л. Л. Антонюк, А. М. Поручник, В. С. Савчук. – К. : КНЕУ, 2003. – 399 с.
7. Арєф'єва О.М. Методичний підхід до визначення резервів загального потенціалу розвитку підприємства та управління ним / О.М. Арєф'єва, О.В. Кравченко // Економіст - №9. – 2014. – с.45-47.
8. Богма О.С. Сутність інноваційного потенціалу / О.С. Богма // Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. – 2015. – №1. – С.12-15.
9. Василенко В.О. Стратегічне управління: [навч. посібник] / Василенко В.О., Ткаченко Т.І. - К.: ЦУЛ, 2003. - 396с.

10. Висоцька І. Б. Стан та проблеми інноваційної діяльності промисловості України / І.Б. Висоцька // Наук. вісн. НЛТУ України. – 2008. – №18.10 – С. 279 – 285.
11. Верба В.А. Методичні рекомендації з оцінки інноваційного потенціалу підприємства / В.А. Верба, І.В. Новікова // Проблеми науки. - №4. – 2010. – С. 22 – 28.
12. Войтко С.В. Критерії оцінювання інноваційного рівня промислового підприємства / С.В. Войтко, О.А. Козлова // Вісник Донецького інституту економіки та господарського права. – 2015. – №1–2. – С. 130–139.
13. Ганущак–Єфименко Л.М. Моделювання організації взаємодії процесу управління інноваційним розвитком підприємства / Л.М. Ганущак–Єфименко // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – №1. – С.90.
14. Герасимов В.В. Управление инновационным потенциалом производственных систем: [монография] / В.В. Герасимов, Л.С. Минина, А.В. Васильев / Новосиб. гос. Архитектурно-строит. ун-т. – Новосибирск : НГАСУ, 2009. – 64 с.
15. Говоруха Ж. А. Питання розвитку інноваційної діяльності підприємств України / Ж. А. Говоруха // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 8. – С. 107–114.
16. Давідов М.В. Шляхи організаційно-фінансового забезпечення інноваційного процесу на підприємствах України / М.В. Давідов // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 4 (82). – С. 130–134.
17. Денисенко М.П. Інвестиційно-інноваційна діяльність: теорія, практика, досвід: [монографія] / М.П. Денисенко, Л.І. Михайлової. – Суми: Університетська книга, 2008. – 1049 с.
18. Захарченков О.С. Проблеми інноваційного розвитку промислових підприємств в Україні та формування стратегій інноваційних перетворень / Захарченко О.С. // Бізнес Інформ № 2. — 2013. — С. 57—61.

19. Зятковський І. В. Державна підтримка нових форм інноваційної діяльності промислових підприємств / І. В. Зятковський // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 6. – С. 73–81.
20. Іванілов О.С. Інноваційний потенціал підприємства / О.С. Іванілов, О.М. Таряник // Економіка, фінанси, право. – 2014. – № 12. – С. 5–7.
21. Іванова К.В. Технологія оцінки гармонійності складових інноваційного потенціалу підприємств / К.В. Іванова, Я.А. Громова // Вісник Хмельницького нац. ун. – 2015. – № 6. – Т. 3. – С. 233–237.
22. Ільченко О.О. Управління інноваційними витратами на основі системи обліку: таргет-костінг / О.О. Ільченко // Наук. вісн. ДАСОА. – 2009. – № 1(22) – С. 43–46.
23. Кантаєва О.В. Формування обліково-аналітичного забезпечення інноваційної діяльності / О.В. Кантаєва // Вісн. Житомир. держ. технол. ун-ту. – 2009. – №1 (47) – С. 281–300.
24. Касич А. О. Досвід формування національних інноваційних систем в країнах, що розвиваються / А.О. Касич // Актуальні проблеми економіки. — 2014. — № 5 (143). — С. 46—49.
25. Ковальчук С. Сучасний стан інноваційного розвитку промислових підприємств України / С. Ковальчук // Економіст. – 2015. – № 10. – С. 27–32.
26. Корінько Н. Д. Інновації у діяльності суб'єктів господарювання / Н.Д. Корінько // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 5. – С. 149–154.
27. Кравченко М.О. Кадрова складова інноваційного потенціалу / М.О. Кравченко // Маркетинг в Україні. – 2009. – № 1. – С. 36–38.
28. Кравченко С.І. Оцінка достатності інноваційного потенціалу підприємства / С.І. Кравченко, О.В. Корнева // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: економічна. – 2013. – Вип. 36-1. – С.125-132.

29. Кульнєва Г.М. Сучасний стан та необхідні напрямки розвитку ринку інновацій в Україні / Г. М. Кульнєва, О. В. Алейнікова // Держава та регіони. – 2015. – № 5. – С. 159–163.
30. Лазарева Є. Дослідження закономірностей інноваційних перетворень у регіональній економіці / Є. Лазарева// Економіст. – 2009. – № 9. – С. 35–37.
31. Лапко О.О. Інноваційна діяльність як фактор підвищення ефективності вітчизняної економіки / О.О. Лапко // Фінанси України – 1998. – №6. – С. 31–36.
32. Луциків І.В. Інноваційна діяльність в Україні: реалії сьогодення та перспективи розвитку / І.В. Луциків // Інноваційна економіка. – 2010. – №4(18). – С. 23–26.
33. Лященко О.В. Проблеми оцінки ефективності використання інноваційного потенціалу підприємства / О.В. Лященко // Економічний вісник Донбасу. – 2015. – №2. – С.176-180.
34. Мостовенко Н. А. Джерела фінансування інноваційних проектів/ Н. А. Мостовенко // Економічні науки. – 2010. – №7 (25). – С. 1 – 9.
35. Мусієнко В.Д. Інноваційний потенціал України / В.Д. Мусієнко, О.О. Прокопенко// Тезиси першої всеукраїнської наукової web – конференції молодих учених «Особливості розвитку регіонів України в нових економічних умовах.», 4 марта. 2010р. – Симферополь: ДІАЙПІ, 2010 – С.149-150
36. Мусієнко В.Д. Можливості та перспективи джерел фінансування інноваційної діяльності в Україні / В.Д. Мусієнко, К.О. Заставна // В зб. наукових праць: «Вісник Криворізького економічного інституту КНЕУ», Кривий Ріг, КЕІ ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана», – 2010. - №1(21). – С. 19-23
37. Мусієнко В.Д. Дослідження проблеми розвитку інноваційного процесу українських підприємств. / В.Д. Мусієнко, Н.А. Молозіна, Д. Ясиненко // Актуальні проблеми і прогресивні напрямки управління економічним розвитком вітчизняних підприємств II Всеукраїнська науково – практична

конференція ,24-25 травня 2011р.: тези доп. – м.Кривий Ріг , KEI ДВНЗ «КНЕУ ім.В.Гетьмана» , 2011. –Том 2- С. 60 -65

38. Мусієнко В.Д. Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в умовах належного інформаційного та фінансового забезпечення. / В.Д. Мусієнко , Н.А. Молозіна, Г.М. Клімова// Особливості розвитку регіонів України в нових економічних умовах : друга всеукраїнська наукова WEB конференція, 3 березня 2011р.: тези доп. – Симферополь : ДИАЙПИ, 2011. – 139-141

39. Мусієнко В.Д. Моделювання інноваційного потенціалу підприємства ./ В.Д. Мусієнко// Науково практичний журнал «Економіка Криму» .- 2011. - №1(34) – С.53 – 58

40. Мусієнко В.Д. Венчурний капітал – перспективне джерело фінансування інноваційної діяльності в Україні/ В.Д. Мусієнко, К.О. Заставна// Актуальні проблеми і прогресивні напрямки управління економічним розвитком вітчизняних підприємств : всеукр. наук.-практ. конф., 21-22 травня 2009 р. : тези доп. – Кривий Ріг: KEI КНЕУ, 2009. – Т. 1. – С. 363-365.

41. Мусієнко В.Д.. Формування регіональних інноваційних стратегій / В.Д. Мусієнко, О.В. Тузніченко // В зб. наукових праць: « Формування ринкових відносин в Україні», Випуск №3(166), Київ: НДЕІ, 2016.- С.74-77

42. Мусієнко В.Д. Вибір стратегічного напрямку щодо ефективного відтворення основних засобів підприємств гірничо-збагачувального комплексу України./ В.Д. Мусієнко, Д.Д. Дворядкіна // В зб.наукових праць: «Формування ринкових відносин в Україні»: Випуск №4(167) – Київ: НДЕІ, 2016.-с.168-172

43. Мусієнко В.Д. Функціонування системи оцінки вартості основних засобів промислових підприємств в умовах інноваційного розвитку / В.Д. Мусієнко, К.О. Нирненко // Формування ринкових відносин в Україні: Зб. наук. праць.- Київ: НДЕІ, 2017.- №1(188), - С.56-61

44. Мусієнко В.Д. Теоретичне обґрунтування впровадження моделі інноваційного розвитку вертикально-інтегрованої компанії / В.Д. Мусієнко,

О.В. Чаусов // Формування ринкових відносин в Україні: Зб. наук. праць.- Київ: НДЕІ, 2017.- №1(188), - С.30-36

45. Мусієнко В.Д. Формування системи обліку основних засобів промислових підприємств в умовах інноваційного розвитку / В.Д. Мусієнко, В.О.Кодлубовська // Формування ринкових відносин в Україні: Зб. наук. праць.- Київ: НДЕІ, 2017.- №12(187), - С.62-66

46. Мусієнко В.Д. Проблеми і перспективи визначення показників конкурентоспроможності підприємств металургійного комплексу України на засадах інноваційного розвитку / В.Д. Мусієнко, І.В. Ширков // Формування ринкових відносин в Україні: Зб. наук. праць.- Київ: НДЕІ, 2017.- №6(181), - С.28-32

47. Мусієнко В. Д. Стратегічне управління інвестиційними ресурсами вітчизняних підприємств в умовах інноваційного розвитку / В.Д. Мусієнко, І.В. Руденко // Формування ринкових відносин в Україні: Зб. наук. праць.- Київ: НДЕІ, 2016.- №12(175), - С.73- 78

48. Мусієнко В. Д. Методика оцінки ефективності інноваційних проєктів / В. Д. Мусієнко // Актуальні проблеми і прогресивні напрямки управління економічним розвитком вітчизняних підприємств : Матеріали III Всеукр. наук.-практ. конф. (м.Кривий Ріг, 23-24 квітня 2014р.).- Кривий Ріг : КЕІ КНУ, 2014. - Том 1.-С.347-352

49. Мусієнко В.Д. Діяльність технопарків – запорука ефективності розвитку інноваційних процесів / В.Д. Мусієнко, Н.А. Молозіна, Е.В. Терлецький// В зб. наукових праць: Формування ринкових відносин в Україні Випуск №6(145) – Київ: НДЕІ, 2014. – с.82-86

50. Мусієнко В.Д. Комерціалізація новітніх технологій в умовах трансформаційної економіки України./ В. Д. Мусієнко, А.О. Підпанок, К.В. Новак// В зб. наукових праць : «Вісник Криворізького економічного інституту КНЕУ» Кривий Ріг, КЕІ ДВНЗ КНЕУ, 2009.- №2 (18). – С 37-41.

51. Мусієнко В.Д. Механізм формування ефективних умов залучення кредитів підприємствами гірничовидобувної галузі./ В. Д. Мусієнко, А.Ю.

Шахно, М.В. Дикович// Вісник Криворізького економічного інституту КНЕУ.- 2009.- №3 (19). – С.80-85.

52. Мусієнко В.Д. Концепція розвитку організаційної структури як інноваційно-інвестиційної моделі./ В.Д. Мусієнко, А.О. Підпанок, В.М. Літвінцова// Актуальні проблеми і прогресивні напрямки управління економічним розвитком вітчизняних підприємств : всеукр. наук.-практ. конф., 21-22 травня 2009 р. : тези доп. – Кривий Ріг: КЕІ КНЕУ, 2009. – Т. 1. – С. 360-362.

53. Мусієнко В.Д. Проблеми комерціалізації новітніх технологій та шляхи їх вирішення в сучасних ринкових умовах України./ В.Д. Мусієнко, А.О. Підпанок, К.В.Новак// Актуальні проблеми і прогресивні напрямки управління економічним розвитком вітчизняних підприємств : всеукр. наук.-практ. конф., 21-22 травня 2009 р. : тези доп. – Кривий Ріг: КЕІ КНЕУ, 2009. – Т. 1. – С. 365-367

54. Небава М. І. Економіка та організація виробничої діяльності підприємства:Навчальний посібник/ Небава М. І. Адлер О. О. Лесько О. Й. - Вінниця : ВНТУ. 2011. - 117 с.

55. Нежиборець В.І. Розвиток інноваційної діяльності в Україні як умова забезпечення конкурентоспроможності економіки / В.І. Нежиборець //Теорія і практика інтелектуальної власності. – 2009. – № 5. – С. 48–54.

56. Савицька Г.В. «Аналіз господарської діяльності підприємства». Підручник. Москва. ИНФРА-М. 2002р.

57. Чухрай Н.І. Моніторинг інноваційного потенціалу підприємств: [навчальний посібник] / Н.І. Чухнай, Є.В. Крикавського, С.О. Маяковського. – Львів: Львівське обласне управління статистики Державного комітету статистики України, Інститут регіональних досліджень НАН України, 2003. – 48 с.

58. Шатковська Л.С. Облік інноваційної діяльності / Л.С. Шатковська, Т.Г. Камінська // Облік і фінанси АПК. — 2006. — № 9/10. — С. 122—127.

59. Шипуліна Ю. С. Сучасні підходи до інтенсифікації інноваційного розвитку промислових підприємств: теоретичний огляд / Ю. С. Шипуліна // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2013. – № 3. – С. 128–140.
60. Шульгіна Л.М. Сучасні концепції стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства / Л.М. Шульгіна, В.В. Юхименко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – №3. – Т.2. – С.79-84.
61. Щербань В.М. Товарно-інноваційна політика: Навч. посіб. / В.М. Щербань, Л.Л. Козубенко. — К., 2006. — 398 с.
62. Ястремська О.М. Інноваційна діяльність промислових підприємств: результати оцінювання / О.М. Ястремська, П.О. Доуртмес // Бізнес Інформ № 4. — 2017. — С. 161—168.
63. Касич А.О. Особливості фінансування вищої освіти в Україні та інших країнах світу / А.О. Касич, В.А. Циган // Ефективна економіка. — 2014. — №12. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua>.
64. Наукова та інноваційна діяльність в Україні [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/ni/ind_rik/ind_u/2002.html.
65. Офіційний сайт Гірничовидобувного дивізіону «Метінвест»/ [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.metinvestholding.com/ua/activity/raw_iron.
66. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
67. Офіційний сайт Приватного акціонерного товариства «Центральний гірничозбагачувальний комбінат»/ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cgok.metinvestholding.com/ru>
68. Пирогова Ю.В. Інформаційне забезпечення інноваційної діяльності підприємств України [Електронний ресурс]./ Ю.В. Пирогова, И.А. Бондарева – Режим доступу: <http://masters.donntu.edu.ua/2011/iem/pirogorova/library/tez2.htm>

69. Сучасний стан та перспективи інноваційного розвитку промислових підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nikolaychuk.at.ua/news/2010-11-17-52>.

70. Фатенок–Ткачук А. О. Деякі аспекти обліку інноваційної діяльності [Електронний ресурс] / А.О. Фатенок–Ткачук, В.М. Пронь. – Режим доступу: http://www.nbuuv.gov.ua/portal/natural/Nvuu/Ekon/2010_29_1/statti/12.htm

71. Чоботар. С.В. Інноваційний потенціал підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.confcontact.com/Okt/18_Chebot.htm.

72. Офіційний сайт Smida [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://smida.gov.ua>

Додаток А

ТОВ "МЕТІНВЕСТ-СМЦ"
(найменування)

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

**Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
За рік 2013 р.**

Форма № 2-к Код за ДКУД

1801008

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	319074,18	284887,66
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	295334,77	263691,76
Валовий: прибуток	2090	23739,42	21195,91
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	2,12	1,89
Адміністративні витрати	2130		
Витрати на збут	2150		
Інші операційні витрати	2180	15511,04	13849,14
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	8230,50	7348,66
збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220		
Інші доходи	2240		
Фінансові витрати	2250		
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270		
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	8230,50	7348,66
збиток	2295		
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	1909,48	1704,89
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	6321,02	5643,77
збиток	2355		

Керівник

Головний бухгалтер

ТОВ "МЕТІНВЕСТ-СМЦ"
(найменування)Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

**Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
За рік 2014 р.**

Форма № 2-к Код за ДКУД

1801008

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	309010,14	319074,18
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	268739,10	295334,77
Валовий:			
прибуток	2090	40271,04	23739,42
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	1449,63	2,12
Адміністративні витрати	2130	12993,57	
Витрати на збут	2150	8304,84	
Інші операційні витрати	2180	1354,05	15511,04
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	19068,21	8230,50
збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220		
Інші доходи	2240		
Фінансові витрати	2250		
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270		
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	19068,21	8230,50
збиток	2295		
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	4078,08	1909,48
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	14990,13	6321,02

збиток	2355		
--------	------	--	--

Керівник

Головний бухгалтер

ТОВ "МЕТІНВЕСТ-СМЦ"
(найменування)

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

**Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
За рік 2015 р.**

Форма № 2-к Код за ДКУД

1801008

І. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	363177,45	309010,14
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	315090,09	268739,10
Валовий:			
прибуток	2090	48087,36	40271,04
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	6632,19	1449,63
Адміністративні витрати	2130	25535,79	12993,57
Витрати на збут	2150	10550,97	8304,84
Інші операційні витрати	2180	1635,48	1354,05
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	16997,31	19068,21
збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220		
Інші доходи	2240		
Фінансові витрати	2250	3801,96	
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270		

Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	12195,33	19068,21
збиток	2295		
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	3377,16	4078,08
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	9818,19	14990,13
збиток	2355		

Керівник

Головний бухгалтер

ТОВ "МЕТІНВЕСТ-СМЦ"
(найменування)

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

**Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
За рік 2016 р.**

Форма № 2-к Код за ДКУД

1801008

І. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	407882,34	363177,45
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	342845,46	315090,09
Валовий:			
прибуток	2090	65036,88	48087,36
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	5692,32	6632,19
Адміністративні витрати	2130	20294,82	25535,79
Витрати на збут	2150	6754,32	10550,97
Інші операційні витрати	2180	37568,25	1635,48
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	6111,81	16997,31
збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220		

Інші доходи	2240		
Фінансові витрати	2250	14777,73	3801,96
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270		
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290		12195,33
збиток	2295	8665,92	
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300		3377,16
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350		9818,19
збиток	2355	8665,92	

Керівник

Головний бухгалтер

ТОВ "МЕТІНВЕСТ-СМЦ"
(найменування)

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

**Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
За рік 2017 р.**

Форма № 2-к Код за ДКУД

1801008

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	852748,83	407882,34
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	682058,88	342845,46
Валовий:			
прибуток	2090	170689,95	65036,88
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	33155,64	5692,32
Адміністративні витрати	2130	20932,02	20294,82
Витрати на збут	2150	7614,54	6754,32
Інші операційні витрати	2180	65275,83	37568,25

Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	110023,20	6111,81
збиток	2195		
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220		
Інші доходи	2240		
Фінансові витрати	2250	23034,78	14777,73
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270		
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	86988,42	
збиток	2295		8665,92
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	15659,19	
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	71329,23	
збиток	2355		8665,92

Керівник

Головний бухгалтер

Додаток Б

Підприємство ТОВ "МЕТІНВЕСТ-СМЦ"
 Територія
 Організаційно-правова форма господарювання приватна
 Вид економічної діяльності
 Середня кількість працівників¹
 Адреса, телефон
 Одиниця виміру: тис. грн.

Дата (рік, місяць, число)
 за ЄДРПОУ
 за КОАТУУ
 за КОПФГ
 за КВЕД

КОДИ		
2014	01	01

Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):
 за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
 за міжнародними стандартами фінансової звітності

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
 На 31 грудня 2013 р.**

Форма № 1 Код за ДКУД 1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000		
первісна вартість	1001		
накопичена амортизація	1002		
Незавершені капітальні інвестиції	1005	1183,99	1314,23
Основні засоби	1010	502,77	558,08
первісна вартість	1011	618,41	686,44
знос	1012	115,64	128,36
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	1686,77	1872,31
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	28247,77	31355,02
Поточні біологічні активи	1110		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	50858,80	56453,27
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130		
з бюджетом	1135	4643,62	5154,42
у тому числі з податку на прибуток	1136		
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140		
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155		
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	989,77	1098,64
Витрати майбутніх періодів	1170	86,59	96,11

Інші оборотні активи	1190		
Усього за розділом II	1195	84826,53	94157,45
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	86513,30	96029,76
Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	127,44	127,44
Капітал у дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	9863,21	10948,16
Неоплачений капітал	1425		
Вилучений капітал	1430		
Усього за розділом I	1495	9978,02	11075,60
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Довгострокові кредити банків	1510		
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595		
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600		
Векселі видані	1605		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	76296,09	84688,66
розрахунками з бюджетом	1620	239,19	265,50
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625		
розрахунками з оплати праці	1630		
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635		
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645		
Поточні забезпечення	1660		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690		
Усього за розділом III	1695	76547,91	84954,16
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	86513,30	96029,76

Керівник

Головний бухгалтер

¹ Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Підприємство ТОВ "МЕТІНВЕСТ-СМЦ"
 Територія
 Організаційно-правова форма господарювання приватна
 Вид економічної діяльності
 Середня кількість працівників¹
 Адреса, телефон
 Одиниця виміру: тис. грн.

Дата (рік, місяць, число)
 за ЄДРПОУ
 за КОАТУУ
 за КОПФГ
 за КВЕД

КОДИ		
2015	01	01

Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):
 за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
 за міжнародними стандартами фінансової звітності

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
 На 31 грудня 2014 р.**

Форма № 1 Код за ДКУД 1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000		
первісна вартість	1001		
накопичена амортизація	1002		
Незавершені капітальні інвестиції	1005	1314,23	13493,77
Основні засоби	1010	558,08	442,32
первісна вартість	1011	686,44	544,05
знос	1012	128,36	101,73
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	1872,31	13936,10
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	31355,02	76209,12
Поточні біологічні активи	1110		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	56453,27	45275,18
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130		
з бюджетом	1135	5154,42	8548,57
у тому числі з податку на прибуток	1136		

Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140		
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155		20910,25
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	1098,64	1384,85
Витрати майбутніх періодів	1170	96,11	24,96
Інші оборотні активи	1190		
Усього за розділом II	1195	94157,45	152352,93
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	96029,76	166289,02
Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	127,44	127,44
Капітал у дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	10948,16	23023,63
Неоплачений капітал	1425		
Вилучений капітал	1430		
Усього за розділом I	1495	11075,60	23151,07
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Довгострокові кредити банків	1510		
Інші довгострокові зобов'язання	1515		18736,34
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595		18736,34
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600		
Векселі видані	1605		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	84688,66	124401,62
розрахунками з бюджетом	1620	265,50	
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625		
розрахунками з оплати праці	1630		
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635		
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645		
Поточні забезпечення	1660		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690		
Усього за розділом III	1695	84954,16	124401,62
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	96029,76	166289,02

Головний бухгалтер

¹ Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Підприємство ТОВ "МЕТІНВЕСТ-СМЦ"
 Територія
 Організаційно-правова форма господарювання приватна
 Вид економічної діяльності
 Середня кількість працівників¹
 Адреса, телефон
 Одиниця виміру: тис. грн.

Дата (рік, місяць, число)
 за ЄДРПОУ
 за КОАТУУ
 за КОПФГ
 за КВЕД

КОДИ		
2016	01	01

Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):
 за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
 за міжнародними стандартами фінансової звітності

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
 На 31 грудня 2015 р.**

Форма № 1 Код за ДКУД 1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000		69,03
первісна вартість	1001		91,12
накопичена амортизація	1002		22,09
Незавершені капітальні інвестиції	1005	13493,77	
Основні засоби	1010	442,32	76894,11
первісна вартість	1011	544,05	94579,76
знос	1012	101,73	17685,65
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	13936,10	76963,14
II. Оборотні активи	1100	76209,12	72523,98

Запаси			
Поточні біологічні активи	1110		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	45275,18	52409,70
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130		8193,33
з бюджетом	1135	8548,57	24500,34
у тому числі з податку на прибуток	1136		
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140		
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	20910,25	
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	1384,85	950,49
Витрати майбутніх періодів	1170	24,96	10,62
Інші оборотні активи	1190		
Усього за розділом II	1195	152352,93	158588,46
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	166289,02	235551,60
Пасив	Код рядка	На кінець звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	4	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	127,44	127,44
Капітал у дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	23023,63	23693,22
Неоплачений капітал	1425		
Вилучений капітал	1430		
Усього за розділом I	1495	23151,07	23820,66
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Довгострокові кредити банків	1510		37281,51
Інші довгострокові зобов'язання	1515	18736,34	29284,65
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595	18736,34	66566,16
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600		
Векселі видані	1605		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	124401,62	145164,78
розрахунками з бюджетом	1620		
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625		
розрахунками з оплати праці	1630		
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635		
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645		
Поточні забезпечення	1660		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690		

Усього за розділом III	1695	124401,62	145164,78
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	166289,02	235551,60

Керівник

Головний бухгалтер

Підприємство ТОВ "МЕТІНВЕСТ-СМЦ"

Територія

Організаційно-правова форма господарювання приватна

Вид економічної діяльності

Середня кількість працівників¹

Адреса, телефон

Одиниця виміру: тис. грн.

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

за КОАТУУ

за КОПФГ

за КВЕД

КОДИ		
2017	01	01

Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

Баланс (Звіт про фінансовий стан)**На 31 грудня 2016 р.**

Форма № 1

Код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	69,03	31,86
первісна вартість	1001	91,12	42,06
накопичена амортизація	1002	22,09	10,20
Незавершені капітальні інвестиції	1005		
Основні засоби	1010	76894,11	80919,09
первісна вартість	1011	94579,76	99530,48
знос	1012	17685,65	18611,39
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції:	1030		

які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств			
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	76963,14	80956,26
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	72523,98	63496,98
Поточні біологічні активи	1110		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	52409,70	53429,22
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	8193,33	20608,11
з бюджетом	1135	24500,34	5394,96
у тому числі з податку на прибуток	1136		
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140		
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155		
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	950,49	313,29
Витрати майбутніх періодів	1170	10,62	90,27
Інші оборотні активи	1190		
Усього за розділом II	1195	158588,46	145387,80
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття			
Баланс	1200		
	1300	235551,60	226344,06
Пасив	Код рядка	На кінець звітнього періоду	На початок звітнього періоду
1	2	4	3
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	127,44	127,44
Капітал у дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	23693,22	13965,30
Неоплачений капітал	1425		
Вилучений капітал	1430		
Усього за розділом I	1495	23820,66	14092,74
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Довгострокові кредити банків	1510	37281,51	38693,97
Інші довгострокові зобов'язання	1515	29284,65	57772,80
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595	66566,16	96466,77
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600		
Векселі видані	1605		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	145164,78	98718,21
розрахунками з бюджетом	1620		
у тому числі з податку на прибуток	1621		

розрахунками зі страхування	1625		
розрахунками з оплати праці	1630		
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635		15547,68
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645		
Поточні забезпечення	1660		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690		1518,66
Усього за розділом III	1695	145164,78	115784,55
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	235551,60	226344,06

Керівник

Головний бухгалтер

Підприємство ТОВ "МЕТІНВЕСТ-СМЦ"

Територія

Організаційно-правова форма господарювання приватна

Вид економічної діяльності

Середня кількість працівників¹

Адреса, телефон

Одиниця виміру: тис. грн.

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

за КОАТУУ

за КОПФГ

за КВЕД

КОДИ		
2018	01	01

Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

Баланс (Звіт про фінансовий стан)**На 31 грудня 2017 р.**

Форма № 1 Код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	31,86	5,31
первісна вартість	1001	42,06	7,01

накопичена амортизація	1002	10,20	1,70
Незавершені капітальні інвестиції	1005		7078,23
Основні засоби	1010	80919,09	114865,92
первісна вартість	1011	99530,48	141285,08
знос	1012	18611,39	26419,16
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	80956,26	121954,77
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	63496,98	111892,32
Поточні біологічні активи	1110		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	53429,22	107001,81
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	20608,11	28227,96
з бюджетом	1135	5394,96	
у тому числі з податку на прибуток	1136		
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140		
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155		419,49
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	313,29	20910,78
Витрати майбутніх періодів	1170	90,27	281,43
Інші оборотні активи	1190		
Усього за розділом II	1195	145387,80	268627,59
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття			
Баланс	1300	226344,06	390582,36
Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	127,44	96,44
Капітал у дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410		10,94
Резервний капітал	1415		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	13965,30	7890,28
Неоплачений капітал	1425		
Вилучений капітал	1430		
Усього за розділом I	1495	14092,74	7997,67
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Довгострокові кредити банків	1510	38693,97	
Інші довгострокові зобов'язання	1515	57772,80	
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595	96466,77	

III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600		4515,43
Векселі видані	1605		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	98718,21	45405,63
розрахунками з бюджетом	1620		978,12
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625		684,34
розрахунками з оплати праці	1630		848,50
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	15547,68	
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645		
Поточні забезпечення	1660		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	1518,66	5547,58
Усього за розділом III	1695	115784,55	57979,60
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
	1700		
Баланс	1900	226344,06	65977,27

Керівник

Головний бухгалтер