

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРИВОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ І АДМІНІСТРУВАННЯ

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до кваліфікаційної роботи

магістра

(ступінь вищої освіти)

зі спеціальності 073 Менеджмент

«Менеджмент організацій і бізнес-адміністрування»

(освітньо-професійна програма)

на тему: «Обґрунтування заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності продукції гірничо-збагачувального підприємства»

Виконав: студент 2-го курсу,
групи МОБ-23м

_____ / Гуменюк М.С. /
(підпис)

Керівник

_____ / Ртищев С.А. /
(підпис)

Нормоконтролер

_____ / Варава Л.М. /
(підпис)

Завідувач кафедри

_____ / Варава Л.М. /
(підпис)

м. Кривий Ріг
2024 р.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРИВОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки
та управління бізнесом

Кафедра менеджменту
і адміністрування

Спеціальність: 073 Менеджмент
Освітньо-професійна програма:
«Менеджмент організацій і бізнес-адміністрування»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри МіА
проф., доктор екон. наук
Варава Л.М.

_____ (підпис)

« ____ » _____ 2024 року

ЗАВДАННЯ
на магістерську кваліфікаційну роботу

Гуменюку Микиті Сергійовичу
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Обґрунтування заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності продукції гірничо-збагачувального підприємства»

керівник роботи Ртищев С.А., кандидат економічних наук, доцент
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затвержені наказом вищого навчального закладу від «11» липня 2024 року № 639 с

2. Строк подання студентом роботи _____ 05.12.2024 р.

3. Вихідні дані до роботи джерела інформації з питань сутності конкурентоспроможності, теоретичні основи конкурентоспроможності продукції, методичні підходи до підвищення конкурентоспроможності продукції, аналітичні матеріали щодо методів оцінки конкурентоспроможності продукції, фінансова звітність ПРАТ «Центральний ГЗК» за 5 років, електронні ресурси.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):
- дослідити основні теоретичні аспекти підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства; - проаналізувати виробничо-господарську діяльність ПРАТ «Центральний ГЗК»; - проаналізувати фінансово-економічні показники діяльності ПРАТ «Центральний ГЗК»; - оцінити позиції підприємства на ринку та його конкурентне середовище; - розробити комплекс заходів для підвищення конкурентоспроможності продукції; - оцінити ефективність запропонованих заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності продукції ПРАТ «Центральний ГЗК».

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

1) Класифікація чинників конкурентоспроможності; 2) Основні техніко-економічні показники ПРАТ «Центральний ГЗК» за 2017-2021 рр.; 3) Ключові показники агрегованого балансу ПРАТ «Центральний ГЗК» за 2017-2021 рр.; 4) Конкурентна карта ринку залізорудної сировини України; 5) PEST-аналіз та SWOT-матриця ПРАТ «Центральний ГЗК»

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 1	Ртищев С.А., доцент	12.07.2024	23.10.2024
Розділ 2	Ртищев С.А., доцент	12.07.2024	20.11.2024
Розділ 3	Ртищев С.А., доцент	12.07.2024	05.12.2024
Нормоконтроль	Зав. каф. МіА Варава Л.М.	12.07.2024	13.12.2024

7. Дата видачі завдання 12.07.2024

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів магістерської кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Співбесіда зі студентом за тематикою роботи, видача переліку рекомендованої нормативної, інструктивної бази та учбової літератури	10.07.2024 – 11.07.2024	
2	Збір матеріалів до магістерської кваліфікаційної роботи	12.07.2024 – 10.09.2024	
3	Групування та аналіз зібраного матеріалу, уточнення завдань магістерської кваліфікаційної роботи	11.09.2024 – 24.09.2024	
4	Підготовка I розділу магістерської кваліфікаційної роботи та подання його консультанту	25.09.2024 – 23.10.2024	
5	Підготовка II розділу магістерської кваліфікаційної роботи та подання його консультанту	24.10.2024 – 20.11.2024	
6	Підготовка III розділу магістерської кваліфікаційної роботи та подання його керівнику	21.11.2024 – 02.12.2024	
7	Підготовка вступної частини	03.12.2024 – 04.12.2024	
8	Перевірка роботи керівником та доопрацювання роботи	05.12.2024 – 06.12.2024	
9	Отримання відгуку керівника та рецензії	12.12.2024	
10	Попередній захист роботи	16.12.2024	
11	Захист роботи в ЕК	17.12.2024	

Студент

_____ (підпис) _____ **Гуменюк М.С.** (прізвище та ініціали)

Керівник роботи

_____ (підпис) _____ **Ртищев С.А.** (прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

на магістерську кваліфікаційну роботу студента спеціальності 073 Менеджмент освітньо-професійної програми «Менеджмент організацій і бізнес-адміністрування». Гуменюк М. С. «Обґрунтування заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності продукції гірничо-збагачувального підприємства». – КНУ, 2024 р.

Магістерську кваліфікаційну роботу виконано на 64 сторінках, містить 14 таблиць, 16 рисунків. При підготовці роботи використано 34 літературних джерела.

Мета магістерської кваліфікаційної роботи:
обґрунтувати та розробити комплекс заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності продукції ПРАТ «Центральний ГЗК».

Завдання дослідження:

- дослідити основні теоретичні аспекти підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства;
- проаналізувати виробничо-господарську діяльність ПРАТ «Центральний ГЗК»;
- проаналізувати фінансово-економічні показники діяльності ПРАТ «Центральний ГЗК»;
- оцінити позиції підприємства на ринку та його конкурентне середовище;
- розробити комплекс заходів для підвищення конкурентоспроможності продукції;
- оцінити ефективність запропонованих заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності продукції ПРАТ «Центральний ГЗК»;

Об'єкт дослідження:

діяльність ПРАТ «Центральний ГЗК», пов'язана з формуванням конкурентоспроможності продукції

Предмет дослідження:

сукупність теоретичних, методичних і практичних аспектів підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства

Одержаний економічний ефект (ефективність): очікуване зростання показника чистого прибутку на 1,35 млрд. грн.

Ключові слова: продукція, конкуренція, конкурентоспроможність, ефективність, концентрат, гірничо-збагачувальний комбінат.

ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА	8
1.1. Сутність конкурентоспроможності продукції	8
1.2. Фактори, що впливають на конкурентоспроможність продукції	11
1.3. Методи оцінювання конкурентоспроможності продукції	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ЦЕНТРАЛЬНИЙ ГЗК»	24
2.1. Загальна характеристика підприємства	24
2.2. Аналіз виробничо-господарської діяльності ПРАТ «Центральний ГЗК»	27
2.3. Аналіз фінансово-економічних показників ПРАТ «Центральний ГЗК»	33
РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ ЗАХОДІВ, СПРЯМОВАНИХ НА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПРАТ «ЦЕНТРАЛЬНИЙ ГЗК»	39
3.1. Оцінка конкурентного середовища та позицій підприємства на ринку	39
3.2. Розробка заходів для підвищення конкурентоспроможності продукції	48
3.3. Оцінка ефективності заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності продукції ПРАТ «ЦЕНТРАЛЬНИЙ ГЗК»	51
ВИСНОВКИ	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	60
ДОДАТКИ	64

ВСТУП

У сучасному економічному середовищі конкурентоспроможність продукції є одним із ключових чинників успішного функціонування підприємств. Особливо це стосується підприємств гірничо-збагачувального комплексу промисловості України, які працюють у висококонкурентному середовищі як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках. Підвищення конкурентоспроможності продукції потребує системного підходу, що враховує технологічні, економічні, маркетингові та організаційні аспекти.

Гірничо-збагачувальні підприємства є стратегічно важливими для економіки України, адже забезпечують надходження значних валютних доходів, сприяють розвитку інших секторів економіки та є одними із найбільших роботодавців у регіонах своєї діяльності. У контексті глобальних економічних викликів, таких як коливання світових цін на залізорудну сировину, посилення екологічних вимог і зростання конкуренції на міжнародному ринку, українські підприємства змушені шукати нові шляхи для підвищення своєї конкурентоспроможності.

Актуальність обраної теми в магістерській кваліфікаційній роботі «Обґрунтування заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності продукції гірничо-збагачувального підприємства» зумовлена необхідністю посилення ринкових позицій вітчизняних гірничо-збагачувальних підприємств, зокрема ПРАТ «Центральний ГЗК», у контексті постійного зростання вимог до якості продукції, зниження витрат і підвищення рівня екологічної відповідальності.

Мета дослідження в магістерській кваліфікаційній роботі – обґрунтувати та розробити комплекс заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності продукції ПРАТ «Центральний ГЗК».

Об'єкт дослідження – діяльність ПРАТ «Центральний ГЗК», пов'язана з формуванням конкурентоспроможності продукції.

Предмет дослідження – сукупність теоретичних, методичних і практичних аспектів підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства.

Завдання дослідження:

- дослідити основні теоретичні аспекти підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства;
- проаналізувати виробничо-господарську діяльність ПРАТ «Центральний ГЗК»;
- проаналізувати фінансово-економічні показники діяльності ПРАТ «Центральний ГЗК»;
- оцінити позиції підприємства на ринку та його конкурентне середовище;
- розробити комплекс заходів для підвищення конкурентоспроможності продукції;
- оцінити ефективність запропонованих заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності продукції ПРАТ «Центральний ГЗК»;

У роботі використано загальнонаукові методи аналізу та синтезу, порівняння, узагальнення, а також спеціальні економічні методи, зокрема SWOT-аналіз, фінансовий аналіз, методи оцінки конкурентоспроможності та ін.

Для виконання роботи використано внутрішню звітність ПРАТ «Центральний ГЗК» за період 2017–2021 рр., матеріали з офіційного сайту підприємства, офіційні дані Державної служби статистики України, наукову літературу з питань конкурентоспроможності продукції, а також інформаційні ресурси мережі Інтернет.

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність конкурентоспроможності продукції

Конкуренція є надважливою складовою ринкового середовища в діяльності будь-якого підприємства, організації або компанії. Конкуренція відноситься до факторів, які не підлягають контролю, але здійснюють суттєвий вплив на діяльність підприємства. Конкуренція вважається дієвим інструментом регулювання економіки і відображається в загостренні відносин на ринку та у виробничих процесах, а також сприяє прискоренню НТП та підвищенню ефективності діяльності.

Разом з таким поняттям як «конкуренція» важливо розглядати поняття «конкурентоспроможність». У розвинених країнах конкурентоспроможність підприємства розглядається як наслідок взаємодії факторів, що виникають в результаті постійного розвитку продуктивних сил і відображаються у політиці організацій щодо поліпшення продукції та підвищення їх якості, взаємній боротьбі за ринкові частки та отримання прибутку. Конкурентоспроможність є різноаспектним поняттям, що часто використовується в практичній та теоретичній сферах економічного аналізу, маркетингу, менеджменту тощо [18].

Теоретичні підходи до методології дослідження понять «конкуренція» та «конкурентоспроможність» розглянуті в роботах таких закордонних та українських науковців як І. Ансофф, С.М. Клименко, В.О. Літвінова, Л.І. Піддубна, М. Портер, Д. Рікардо, Я. В. Ріпенко, Р.А., В.В. Швед та інших вчених [14, 17, 18, 26, 29, 33].

Для того, аби охарактеризувати поняття «конкурентоспроможність» науковці використовують такі визначення як: порівняння конкурентних переваг, порівняльні переваги, конкурентний статус фірми, чинники управління та

продуктивності застосування ресурсів компанії, порівняльні витрати та інші [25].

Систематизуючи висловлювання багатьох вчених-економістів відносно розуміння поняття «конкурентоспроможність підприємства» можливо в якості висновків відзначити наступне:

- конкурентоспроможність підприємства вважається відносним поняттям і може мати різні рівні по відношенню щодо різних конкурентів;

- чим кращі результати діяльності підприємства на світових (глобальних) ринках, тим вища його конкурентоспроможність;

- конкурентоспроможність підприємства вважається результатом ефективної діяльності за різних ринкових конкурентних умов;

- конкурентоспроможність підприємства можна розглядати як комплексну порівняльну характеристику, в якій відображається сукупність різного роду переваг над компаніями-конкурентами;

- маркетингова складова є важливим складовим елементом конкурентоспроможності і знаходить своє відображення в задоволеності споживачів, формуванні позитивного іміджу тощо;

- основою конкурентоспроможності підприємства є конкурентоспроможність товарів (або послуг), однак ці категорії не є тотожними, хоча між ними і існує стійкий зв'язок [13].

Якщо продукція компанії не користується належним попитом, то вона не може бути конкурентоспроможною. Однак фактори, що впливають на конкурентоспроможність, не обмежуються лише продукцією. Іноді доступ до дешевої сировини або продаж за демпінговими цінами можуть забезпечувати конкурентоспроможність продукції підприємства. Можна відмітити важливі відмінності між поняттями конкурентоспроможності товару та конкурентоспроможністю підприємства і це можна пояснити тим, що [27]:

- оцінювання конкурентоспроможності продукції є актуальним лише на короткостроковий термін, тоді конкурентоспроможність підприємства потрібно розглядати з довгостроковою перспективою;

- по відношенню і у порівнянні з комплексним показником

конкурентоспроможності підприємства, саме конкурентоспроможність продукції є окремим показником. Відтак, конкурентоспроможність продукції розглядається окремо для кожного виду продукції, тоді як конкурентоспроможність підприємства охоплює весь асортимент його товарної номенклатури;

- оцінювання конкурентоспроможності підприємства здійснюють або самі підприємства або їх представники, тоді як конкурентоспроможність продукції, яка стає товаром на ринку, оцінюється покупцями під час її придбання.

Конкурентоспроможність товару залежить від його можливостей і здатностей задовольняти потреби споживачів кращим чином, аніж аналогічні товари на ринку. Фактори, що визначають конкурентоспроможність включають: якість та ціну реалізації, споживчі властивості та технічний рівень продукції, переваги обслуговування до та після придбання, рекламу та імідж виробника. Крім того, коливання попиту та ринкова ситуація також впливають на конкурентоспроможність товару. Висока оцінка конкурентоспроможності вказує на доцільність реалізації продукції на ринку та рівень ефективності від її продажу.

Процес забезпечення конкурентоспроможності товару – це постійна адаптація до економічних умов та врахування різноманітних потреб і вимог певних груп споживачів. Ефективне управління процесами розроблення, виробництва, збуту та експлуатації продукції є наслідком виникнення конкурентних переваг в окремих її характеристиках, що сприяють підвищенню її конкурентоспроможності.

Якщо систематизувати вищенаведене, то потрібно відзначити, що «конкурентоспроможність товару» це: 1) сукупність властивостей того чи іншого продукту, які визначають ступінь задоволеності конкретних потреб, у порівнянні зі схожими товарами на ринку; 2) така характеристика продукції, яка є відображенням його відмінності від товару конкуруючого підприємства за ступенем відповідності певним потребам, а також за витратами на задоволення цих потреб; 3) здатність продукції підприємства задовольняти вимогам ринку; 4)

здатність конкурувати на ринку завдяки значним перевагам над іншими товаровиробниками) [4,5].

Маючи на увазі змінний характер конкурентоспроможності продукції, можливо сформулювати узагальнене визначення цього поняття – це динамічна характеристика, що є основою конкурентоспроможності підприємства, яка створюється під впливом факторів внутрішнього та зовнішнього характеру і в певний момент часу може бути представлена більш високим сукупним рівнем якісних характеристик продукції, належним рівнем витрат на його виготовлення та споживання у порівнянні з товарами фірм-конкурентів, що забезпечують для підприємства конкурентні переваги на певному ринковому сегменті.

1.2. Фактори, що впливають на конкурентоспроможність продукції

Вплив якісних характеристик товару на конкурентоспроможність продукції досить великий. Саме цим впливом обумовлена залежність від виду продукції групи факторів, що формують конкурентоспроможність даної продукції. Різноманіття чинників, що формують конкурентоспроможність, дають великі можливості їх досліджень (табл. 1.1.)

Зокрема, у роботі [26] автор виражає фактори конкурентоспроможності через систему показників, які класифікуються таким чином :

- технічні показники – призначення, надійності, сортності, вживаності та ін.;
- економічні показники – сукупні витрати на придбання, експлуатацію і утилізацію;
- організаційно-комерційні показники – маркетингова складова, система знижок, компетенція в переговорах і висновку операцій, технічне обслуговування і задоволення рекламацій.

Існує також думка, що товарна конкурентоспроможність знаходиться в прямій залежності від різнопланових факторів, серед яких первинне значення

мають витрати виробництва, продуктивність та інтенсивність праці, які впливають на ціну і якість виробів [26].

Таблиця 1.1

Класифікація чинників конкурентоспроможності

№ з/п	Ознаки класифікації	Фактори
1	Сфера дії	1. Макроекономічні 2. Мікроекономічні
2	Походження	1. Основні (природні) 2. Штучні
3	Спеціалізація	1. Загальні 2. Спеціалізовані
4	Етапи забезпечення	1. Виробничі 2. Збутові 3. Сервісні 4. Ринкові
5	Соціально-економічна природа	1. Ресурси 2. Інфраструктура
6	Інтенсивність дії	1. Малозначні 2. Значні 3. Дуже значні
7	Характер дії	1. Позитивні 2. Негативні

Інші автори [1, 9,27] розподіляють фактори конкурентоспроможності на:

- фактори зовнішнього формування – тенденції розвитку економіки і ринку, НТП, зміни в структурі споживання, коливання кон'юнктури, склад конкурентів, імідж і престиж підприємства;

- показники якості товару – показники, визначенні стандартами, що діють, нормами, рекомендаціями; сюди ж відносяться гарантії безпеки та правила збереження продукції;

- економічні показники – показники, що формують собівартість і ціну товару.

У авторів [14, 17, 25] зовнішні і внутрішні фактори конкурентоспроможності продукції представлені як конкурентоспроможність економічних систем різного рівня:

I. Зовнішні фактори:

1. Рівень конкурентоспроможності країни ;
2. Рівень конкурентоспроможності галузі ;
3. Рівень конкурентоспроможності регіону ;
4. Рівень конкурентоспроможності підприємства;
5. Сила конкуренції на виході системи, серед її конкурентів ;
6. Сила конкуренції на вході системи, серед постачальників сировини, матеріалів, комплектуючих виробів і інших компонентів;
7. Сила конкуренції серед товарів-замінників ;
8. Поява нових потреб ;
9. Рівень організації виробництва, праці і управління у посередників і споживачів товарів;
10. Активність контактних аудиторій;

II. Внутрішні фактори :

1. Патентоспроможність (новизна) конструкції (структури, складу) товару;
2. Раціональність організаційних і виробничих структур системи ;
3. Конкурентоспроможність персоналу системи ;
4. Прогресивність інформаційних технологій ;
5. Прогресивність технологічних процесів і устаткування;
6. Науковий рівень системи управління (менеджменту);
7. Обґрунтованість місії

Загальні методичні рекомендації з обґрунтування економічної доцільності розробки заходів, спрямованих на підвищення рівня конкурентоспроможності товару можуть включати наступне:

- встановлюються ті параметри виготовленої продукції, які негативно

впливають на зниження рівня конкурентоспроможності товару;

- визначається перелік тих параметрів товару, що можуть бути удосконалені, тобто доведені до рівня, відповідного вимогам покупця;

- розраховуються витрати на здійснення заходу, спрямованого на підвищення рівня конкурентоспроможності до встановленої величини.

Доцільно додати, що важливим елементом визначення рівня конкурентоспроможності продукції є оцінка рівня її якості.

На підприємстві повинна бути створена система управління конкурентоспроможністю продукції, яка повинна відповідати наступним вимогам::

1. Система управління конкурентоспроможністю повинна мати всі складові частини менеджменту: планування, аналіз, мотивацію, контроль.

2. Система повинна регулювати політику ціноутворення підприємства та обмежувати дію витратного підходу в ціноутворенні.

3. При розробці системи необхідно враховувати, що якість – це локальна мета підприємств, а глобальна – забезпечення конкурентоспроможності, де кожен сегмент ринку висуває свої вимоги до продукції.

4. Аналіз конкурентів після чисельного визначення рівня конкурентоспроможності власної продукції та продукції конкурентів.

5. Система управління конкурентоспроможністю містить в собі підсистему забезпечення та підтримки рівня конкурентоспроможності продукції на тривалому проміжку часу.

6. Витрати на створення системи управління конкурентоспроможністю повинні окупатися і давати позитивний результат.

Підприємство у процесі підвищення конкурентоспроможності власної продукції, може діяти у різних напрямках:

- ✓ досягти відмінності товарів підприємства в очах покупців від товарів конкурентів;

- ✓ вибрати з намічених до виробництва товарів один, що є найпривабливішим для всіх покупців, і здійснити на цій основі прорив на ринку;

- ✓ своєчасно вилучати економічно неефективний товар із збутової програми підприємства;
- ✓ знайти вихід на нові ринки як із старими, так і з новими товарами;
- ✓ здійснювати модифікацію товарів, що випускаються, відповідно до нових смаків і потреб покупців;
- ✓ знижувати всі види витрат і втрат у процесі виробництва та збуту товарів;
- ✓ покращувати якісні параметри продукції;
- ✓ регулярно розвивати і удосконалювати систему сервісного обслуговування товарів, що реалізуються, і систему стимулювання збуту в цілому тощо.

Основними завданнями гірничо-збагачувального підприємства щодо підвищення конкурентоспроможності продукції, її удосконалення та стимулювання реалізації на зовнішніх ринках можуть бути такі:

1. Підвищення якості продукції
 - Впровадження сучасних технологій видобутку та збагачення корисних копалин, які дозволяють зменшити вміст домішок і покращити фізико-хімічні характеристики кінцевого продукту.
 - Сертифікація продукції відповідно до міжнародних стандартів якості (ISO, ASTM тощо), що підтверджує її конкурентоздатність на зовнішніх ринках.
 - Постійний моніторинг та контроль якості на кожному етапі виробництва.
2. Зниження собівартості виробництва
 - Модернізація обладнання для оптимізації енергоспоживання, скорочення витрат на сировину та підвищення ефективності процесів.
 - Використання принципів циркулярної економіки, таких як переробка відходів виробництва для отримання додаткової продукції чи енергії.
 - Пошук альтернативних постачальників та оптимізація логістичних витрат.
3. Розробка нових видів продукції
 - Інвестування в науково-дослідні роботи для створення продукції з

доданою вартістю, наприклад, спеціалізованих видів концентрату для металургійних підприємств.

- Виробництво продукції, яка відповідає специфічним потребам окремих ринків або галузей.

4. Вдосконалення маркетингових стратегій

- Проведення комплексного аналізу зовнішніх ринків для визначення найбільш перспективних напрямків реалізації продукції.

- Участь у міжнародних виставках, ярмарках та бізнес-форумах для просування бренду підприємства та налагодження зв'язків з іноземними партнерами.

- Розробка ефективної цінової політики, що враховує коливання світових цін на сировину.

5. Підвищення екологічності виробництва

- Інвестування в екологічно чисті технології, що знижують шкідливий вплив на навколишнє середовище, що є важливим фактором для міжнародних партнерів.

- Впровадження систем екологічного менеджменту, наприклад, ISO 14001.

6. Оптимізація зовнішньоекономічної діяльності

- Удосконалення умов логістики, включаючи розвиток транспортної інфраструктури та оптимізацію маршрутів доставки.

- Налагодження стратегічних партнерств із міжнародними трейдерами та металургійними корпораціями.

- Використання механізмів пільгового кредитування чи страхування експортних контрактів.

7. Залучення інвестицій та впровадження інновацій

- Залучення іноземних інвесторів шляхом прозорості діяльності та забезпечення стабільності фінансових показників.

- Впровадження інноваційних технологій, зокрема автоматизації та цифровізації виробничих процесів.

- Використання штучного інтелекту для аналізу виробничих даних та

прогнозування ринкових тенденцій.

8. Розвиток персоналу

- Організація навчання та підвищення кваліфікації співробітників, зокрема в сфері управління зовнішньоекономічною діяльністю.

- Стимулювання інноваційної активності працівників через систему премій та грантів.

9. Управління ризиками на зовнішніх ринках

- Проведення регулярного аналізу змін у законодавстві, митних тарифах та інших регуляторних вимогах країн-імпортерів.

- Створення системи моніторингу та попередження ризиків (валютних, політичних, економічних).

10. Підвищення репутації підприємства

- Формування позитивного іміджу на зовнішніх ринках через соціальну відповідальність, екологічні ініціативи та участь у міжнародних проектах.

- Прозорість ведення бізнесу, яка підвищує довіру до підприємства серед потенційних партнерів.

Впровадження цих завдань дозволить не тільки посилити позиції підприємства на внутрішньому ринку, але й забезпечити його стійку присутність на міжнародному рівні, що є ключовим фактором для сталого розвитку.

1.3. Методи оцінювання конкурентоспроможності продукції

Характеристика конкурентоспроможності продукції компанії, фірми, підприємства допомагає визначити переваги на ринку у порівнянні з аналогічними показниками по товарам конкурентів відповідно до вимог споживачів і витрат на задоволення їх потреб. Конкурентоспроможність продукції стійко пов'язана з ринками конкуренції (внутрішніми, регіональними, загальнонаціональними та міжнародними).

Оцінювання конкурентоспроможності товару передбачає застосування

набору таких показників, які мають ключове значення відносно вимог, що пред'являються до продукту. Оцінка конкурентоспроможності включає два типи показників: вартісні та якісні. При виборі цих показників, потрібно звернути особливу увагу на те, що конкурентоспроможність може бути забезпечена за допомогою лише тих показників, які є важливими для конкретних споживачів. Особлива увага повинна бути приділена регулятивним показникам, які визначають основні умови реалізації товару на певному ринку.

Регулятивні показники включають екологічні, безпекові, патентно-правові показники, а також чинники сумісності та взаємозамінності. Якщо хоча б один з цих показників не відповідає діючим вимогам на певному ринку, в подальшому оцінювання конкурентоспроможності продукції є недоцільним.

Оскільки перевищення стандартів або норм, технічних регламентів або законодавчих вимог країни щодо окремих показників не може розглядатися як перевага певного продукту, тоді оцінка може обмежуватися тестуванням доцільності оцінювання показників за якісними та вартісними критеріями конкурентоспроможності.

Групу якісних показників конкурентоспроможності можливо охарактеризувати такими властивостями продукції, за допомогою яких задовольняється певна потреба, вони можуть бути класифікаційними та оціночними. Класифікаційні характеризують приналежність товару до певної групи класифікації і визначають умови його використання, призначення та галузі застосування даного продукту. Оціночні дають кількісну характеристику властивостям, які створюють якість продукції, і використовуються для забезпечення відповідності нормативним вимогам до якості, а також для порівняння різних зразків, що віднесені до одного класу товарів.

Вартісні характеристики відображають витрати, які споживач здійснює на задоволення від певного продукту. Вони включають витрати на придбання продукції (ціна) та витрати на його експлуатацію протягом періоду його використання. В цілому, сума цих витрат є ціною споживання, тобто, ціною, яку споживач платить за задоволення своїх потреб.

Рівень ціни споживання товару вважається надважливим фактором конкурентоспроможності для покупця і залежить від споживчих характеристик конкурентної продукції. Окрім того, витрати на задоволення потреб пов'язані з економічним станом споживача, доступністю послуг, їх вартістю, відстанню до обслуговуючого підприємства – тобто, умовами, які не пов'язані безпосередньо із самим продуктом[16].

Важливо відзначити, що конкурентоспроможність продукції також означає можливість і здатність займати та утримувати позицію на певному ринковому сегменті протягом певного періоду, конкуруючи з іншими аналогічними товарами.

Зростання конкурентоспроможності продукції є важливою умовою для підвищення бізнес-активності підприємства і однією з умов полегшення кризових явищ.

При оцінюванні конкурентоспроможності продукції важливо [31]:

- визначення номенклатури готового продукту, згідно з діючими потужностями виробництва та вимогами до товарів на ринку;
- встановлення «конкурентної» продукції, яка аналогічним чином задовольняє потреби споживачів і входить до номенклатури базового підприємства;
- аналіз та визначення техніко-економічних показників для оцінювання конкурентоспроможності продукції та вибору методів їх оцінювання;
- розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності продукції;
- визначення номенклатурних груп продукції з точки зору інтересів виробників та споживачів.

Методи оцінювання конкурентоспроможності, які найчастіше використовують на практиці [16]:

- за параметричними показниками;
- за списком головних параметрів;
- метод опитування покупців.

При використанні методу за параметричними показниками оцінку

конкурентоспроможності здійснюються на основі зіставлення технічних та економічних параметрів з базовою продукцією, вибраною в якості зразка.

Базовими зразками можуть бути вибрані товари конкурентів, перспективні нормативи і регламенти, каталоги, «ідеальний зразок». За всіма видами параметрів розраховуються спочатку одиничні параметричні показники за формулою [15]:

$$q = \frac{P}{P_{100}}, \quad (1)$$

де q – параметричний показник; p – величина параметру реального виробу; p_{100} – величина параметру гіпотетичного виробу (ґрунтується на гіпотезі, що цей виріб задовольняє потребу на 100%).

Кожному параметричному показнику відносно до виробу в цілому відповідає деяка вага α , різноманітна для кожного показника. Після того, як будуть розраховані одиничні параметричні показники, розраховується груповий показник:

$${}^2_{\text{ГП}} = \sum_{i=1}^n q_i \times \alpha_i, \quad (2)$$

де ГП – груповий техніко-економічний показник; q_i – одиничний параметричний показник за i -м параметром; α_i – вагомість показника за i -м параметром; n – число параметрів, що розглядається.

Зведений показник конкурентоспроможності виробу даного підприємства по відношенню до виробу підприємства-конкурента буде дорівнювати:

$$K_{\text{ГП}} = \frac{{}^2_{\text{ГП}1}}{{}^2_{\text{ГП}2}}, \quad (3)$$

де $K_{\text{ГП}}$ – зведений показник конкурентоспроможності за техніко-економічними параметрами; ГП1, ГП2 – відповідні групові показники підприємства-конкурента та підприємства, що розглядається.

Аналогічним чином окремо може розраховуватися зведений показник конкурентоспроможності за економічними параметрами (K).

$$K_{\text{інт}} = \sqrt{K_{\text{ГП}} \times K_{\text{еп}}}. \quad (4)$$

Крім того, слід розрахувати коефіцієнт привабливості продукту для покупця за формулою:

$$K_{\text{прив}} = K_{\text{тп}} / K_{\text{еп}} \quad (5)$$

Сутність методу оцінки конкурентоспроможності продукції за списком головних параметрів полягає в наступному: спочатку здійснюється відбір головних параметрів виробу, після чого по кожному з них експерти визначають відповідну кількість балів. В результаті для кожного виробу розраховується інтегральний показник конкурентоспроможності.

Алгоритм здійснення оцінювання конкурентоспроможності продукції можливо схематично представити на рис. 1.1.



Рис. 1.1 Алгоритм здійснення оцінювання конкурентоспроможності продукції [15]

З метою комплексного оцінювання та дослідження конкурентоспроможності продукції, потрібно розмежовувати показники та параметри конкурентоспроможності продукції.

Параметрами конкурентоспроможності є переважно кількісні

характеристики продукції, які оцінюють з врахуванням галузевих особливостей. Під час оцінювання параметрів конкурентоспроможності продукції, важливо враховувати групу, до якої вони належать, ринкове середовище взаємодії між продавцями та покупцями, оскільки значення одного й того самого параметру одночасно може задовольняти інтереси споживачів і не влаштовувати виробників, і навпаки [34].

Базові параметри конкурентоспроможності продукції, які традиційно розглядають при оцінюванні можна розподілити на три види: економічні, технічні та нормативні, які деталізовано на рис. 1.2.

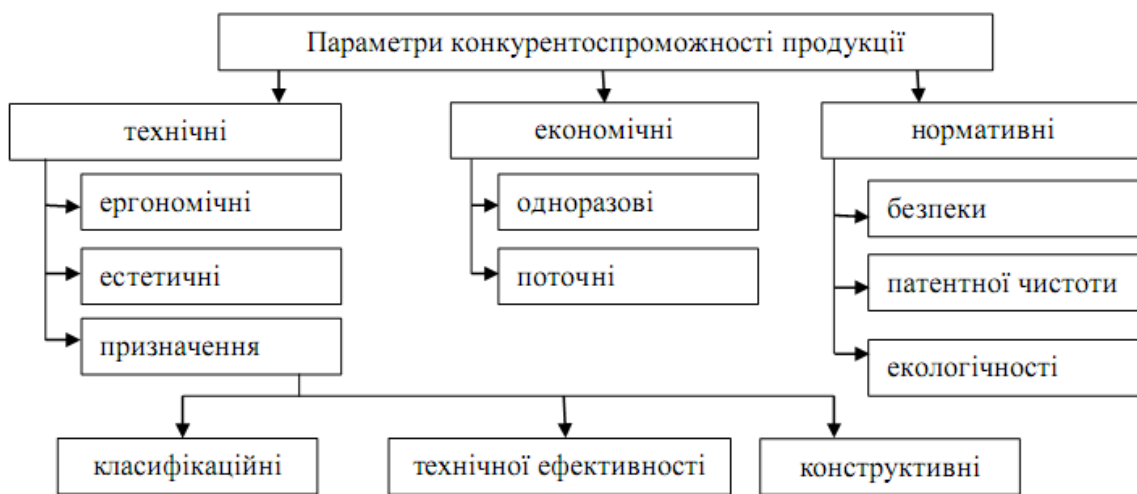


Рис. 1.2. Базові параметри конкурентоспроможності продукції [27]

Основною інформацією про конкурентоспроможність продукції вважається інформація, яка представлена на рис. 1.3, по трьом ключовим групам показників.

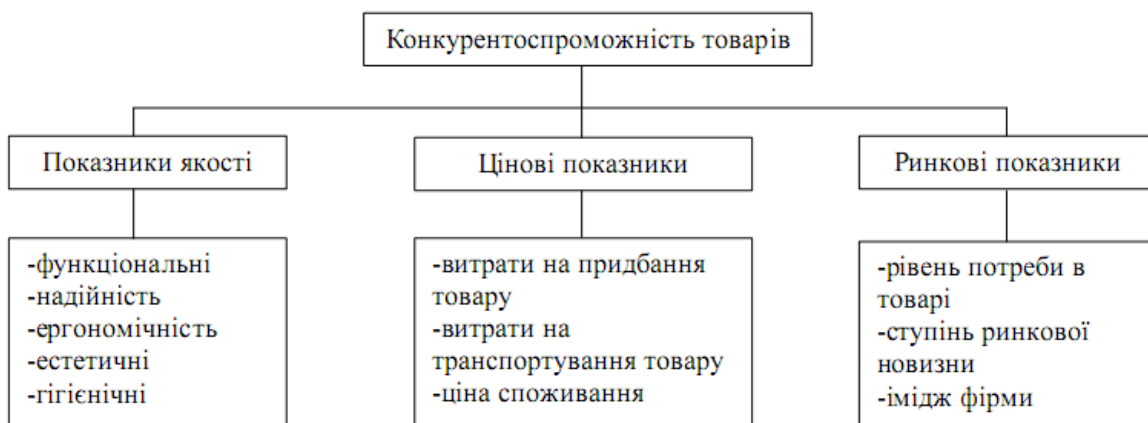


Рис. 1.3. Ключові показники конкурентоспроможності продукції[26]

Після обрання показників для порівняння, можливо проводити оцінювання конкурентоспроможності продукції. Оцінювання конкурентоспроможності продукції представляє собою процес порівняння можливостей задовольняти потреби певного ринку того чи іншого товару по відношенню до схожих можливостей продуктів-конкурентів в певний період часу.

Оцінювання конкурентоспроможності продукції може бути зроблено за допомогою різного набору методів. Вибір певного методу може залежати від специфіки товару, терміновості визначення рівня конкурентоспроможності, обсягів надійної інформації та ін.

Найбільш повне і достовірне оцінювання конкурентоспроможності продукції забезпечується за допомогою комплексного методу, який передбачає розрахунки за формулою [20]:

$$K_{ij} = \sum_{i=1}^n a_i b_i \rightarrow 1 \quad (1.1)$$

де K_{ij} – конкурентоспроможність певного i -го товару на певному j -му ринку;

a_i – частка i -го параметру товару;

b_i — оцінювання параметру товару;

n – кількість параметрів, що аналізуються.

Оцінювання рівня конкурентоспроможності продукції застосовується для розв'язання таких важливих завдань, як: комплексний аналіз та дослідження ринку, визначення напрямків діяльності та розвитку підприємства; впровадження різного роду заходів, які мають на меті підвищення конкурентоспроможності продукції; оцінку нових перспективних ринків збуту; контроль за ціною та якістю.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПРАТ «ЦЕНТРАЛЬНИЙ ГЗК»

2.1. Загальна характеристика підприємства

Приватне акціонерне товариство «Центральний гірничо-збагачувальний комбінат» (ПРАТ «ЦГЗК») спеціалізується на видобутку, переробці та виробництві сировини для металургійної промисловості, а саме залізородного концентрату та обкотишів. ПРАТ «ЦГЗК» є єдиним підприємством в Україні, яке одночасно використовує відкритий і підземний способи видобутку руди.

ПРАТ «ЦГЗК» охоплює повний технологічний цикл виробництва, від видобутку сирової руди до виробництва залізородних обкотишів, які є підготовленою сировиною для металургійних заводів. Основними продуктами комбінату є залізородний концентрат з вмістом заліза від 67,5% до 70,5% та обкотиші з вмістом заліза від 65% до 68 %.

Загальні запаси сировини підприємства оцінюються в 463 мільйони тон магнетитових кварцитів ПРАТ «ЦГЗК» також дотримується системи управління якістю, регламентованої ДСТУ ISO 9001:2009.

ПРАТ «ЦГЗК» є частиною Групи Метінвест, яка здійснює стратегічне керівництво гірничо-металургійним бізнесом Групи СКМ. Керуючою компанією Групи Метінвест є ТОВ «МЕТІНВЕСТ ХОЛДІНГ».

Підприємство включає в себе три кар'єри та шахту ім. Орджонікідзе, що мають загальну фактичну потужність 14,2 мільйони тон сирової руди щорічно, дробильну фабрику, збагачувальну фабрику з фактичною потужністю 5 мільйонів тон залізородного концентрату щорічно, та фабрику огрудкування з фактичною потужністю понад 2,2 мільйона тон обкотишів щорічно, а також допоміжні цехи.

Продукція підприємства регулярно отримує високі оцінки і стає переможцем конкурсу «100 кращих товарів України». ПРАТ «ЦГЗК» також

реалізує програму повторного збагачення відходів для отримання залізородного концентрату з вмістом заліза на рівні 65%. Основними споживачами продукції комбінату є металургійні підприємства України, Польщі, Румунії, Словаччини та Чехії.

Проаналізуємо основні показники діяльності ПРАТ «ЦГЗК» за 2020-2021рр. (табл. 2.1).

Виробництво основних видів товарної продукції ПРАТ «ЦГЗК» у 2021р. дещо зменшилось: на 41 тис.тон або на 2,1% по концентрату і на 11 тис.тон або на 0,5% по окаткам порівняно із 2020р., в результаті обсяги виробництва товарного концентрату склали 2,396 млн.тон, а окатків 2,259 млн.тон.

Чистий дохід від реалізації продукції ПРАТ «ЦГЗК» у 2021р. склав 22,5 млрд.грн, в тому числі від реалізації концентрату 9,7 млрд.грн, від реалізації окатків 12,9 млрд.грн. Він збільшився на 10,1 млрд.грн або на 84% порівняно із 2020р. завдяки зростанню цін на залізородну продукцію підприємства. Так ціна концентрату зросла порівняно із 2020р. на 75% і склала 4039,13 грн за тону, ціна окатків зросла на 81% і склала 5696,21 грн за тону.

При цьому собівартість реалізованої продукції підприємства склала 9,2 млрд.грн, що більше, ніж у 2020р. лише на 0,9 млрд.грн або на 11%. В результаті витрати на 1 грн реалізованої продукції зменшились з 0,67 грн до 0,41 грн, тобто на 0,26 грн, що є дуже позитивним фактором в роботі підприємства. Чистий прибуток ПРАТ «ЦГЗК» у 2021р. зріс до 8,92 млрд.грн, що більше, ніж у 2020р. на 7,319 млрд.грн або на 497%. Як наслідок, рентабельність реалізації продукції зросла з 13% у 2020р. до 40% у 2021р., тобто на 27%.

Тож, можемо зробити висновок, що підприємство показало досить високий рівень прибутку і рентабельності у 2021р.

Залишкова вартість основних фондів ПРАТ «ЦГЗК» у 2021р. склала 7,8 млрд.грн. Порівняно із 2020р. вона зменшилась на 472 млрд.грн або на 6%.

Оборотні активи ПРАТ «ЦГЗК» у 2021р. склали 4,9 млрд.грн. Порівняно із 2020р. вони зменшилися на 3,8 млрд.грн або на 48%

Таблиця 2.1

Основні техніко-економічні показники ПРАТ «ЦЗК» за 2020-2021рр.

Назва показника	Од. вим.	2020	2021	+,-	%
1. Виробництво товарної продукції	т.т	4707	4655	-52	-1,2
....- концентрат	т.т	2437	2396	-41	-2,1
....- окатки	т.т	2270	2259	-11	-0,5
2. Чистий дохід від реалізації продукції	млн.грн	12439	22545	10106	84
....- концентрат	млн.грн	5624	9678	4054	90
....- окатки	млн.грн	6838	12868	6030	80
3. Ціна одиниці продукції	грн/т	2308,18	4039,13	1730,95	75
....- концентрат	грн/т	3012,40	5696,21	2683,81	81
....- окатки	млн.грн	8349	9233	884	11
4. Собівартість реалізованої продукції	грн	0,67	0,41	-0,26	-
5. Витрати на 1 грн. товарної продукції	млн.грн	1601	8920	7319	497
6. Чистий прибуток	%	13	40	27	-
7. Рентабельність реалізації продукції	млн.грн	8288	7816	-472	-6
8. Основні фонди (залишкова вартість)	млн.грн	8670	4911	-3759	-48
9. Оборотні активи	грн./грн	1,55	2,88	1,38	-
10. Фондовіддача	грн/грн	0,67	0,35	-0,32	-
11. Фондомісткість	тис.грн/чол.	1,84	1,79	-0,05	-
12. Фондоозброєність	чол.	4498	4368	-130	-3
13. Середньооблікова чисельність персоналу	тис.грн/чол.	2765	5161	2396	92
14. Продуктивність праці					

Показники фондівіддачі та фондомісткості у 2021р. покращилися порівняно із 2020р., що пояснюється зростанням чистого доходу підприємства. Фондоозброєність персоналу зменшилась з 1,84 до 1,79 у 2021р, що пов'язано із зменшенням залишкової вартості основних фондів.

Середньооблікова чисельність персоналу склала 4368 осіб у 2021р., тобто зменшилась на 130 осіб або на 3% порівняно із 2020р. При цьому продуктивність праці у 2021р. склала 5,2 млрд.грн./чол за рік, що на 92% більше, ніж у 2020р.

Таким чином, зростання чистого доходу від реалізації продукції ПРАТ «ЦГЗК» найпозитивнішим чином вплинуло на покращення й інших техніко-економічних показників підприємства.

2.2. Аналіз виробничо-господарської діяльності ПРАТ «Центральний ГЗК»

Аналіз виробничо-господарської діяльності дозволяє оцінити ефективність використання ресурсів, визначити слабкі місця у виробничих процесах та розробити заходи для їх вдосконалення. Його значення полягає в системному підході до вивчення всіх аспектів діяльності підприємства, що сприяє прийняттю обґрунтованих управлінських рішень. Аналіз сприяє оцінці інноваційного потенціалу, управлінню ризиками та формуванню стратегічних рішень.

Проаналізуємо основні техніко-економічні показники ПРАТ «ЦГЗК» в динаміці за 2017-2021рр. Дані для аналізу основних показників представлені в табл. 2.2 та на рис. 2.1-2.7.

З динаміки обсягів виробництва концентрату і окатків ПРАТ «ЦГЗК» протягом останніх п'яти досліджуваних років видно (рис. 2.1), що обсяги виробництва товарного концентрату зменшились у 2018-2019рр. до 2 млн.тон, а у 2020-2021рр. збільшились до 2,4 млн.тон, а обсяги виробництва окатків залишалися, приблизно, на одному рівні, трохи зменшившись з 2,4 млн.тон у 2019р. до 2,26 млн.тон у 2021р.

Таблиця 2.2

Динаміка основних техніко-економічних показників ПРАТ «ЦЗК» за 2017-2021 рр.

Показники	Од. вимірювання	2017	2018	2019	2020	2021
Виробництво концентрату товарного	млн. тон	2,3	2,0	2,0	2,44	2,40
Виробництво окатків	млн. тон	2,3	2,3	2,4	2,27	2,26
Первісна вартість основних засобів	млрд. грн	6,0	7,7	8,4	10,9	12,2
Знос основних засобів	млрд. грн	1,0	2,2	0,6	2,6	4,4
Залишкова вартість основних засобів	млрд. грн	4,9	5,6	7,8	8,3	7,8
Коефіцієнт зносу основних засобів	%	17	28	8	24	36
Коефіцієнт придатності основних засобів	%	83	72	92	76	64
Фондовіддача	грн/грн	2,18	2,02	1,55	1,50	2,88
Середньооблікова чисельність	чол.	4576	4670	4643	4498	4368
Продуктивність праці річна	млн. грн/особу	2,34	2,43	2,60	2,77	5,16
Чистий дохід від реалізації продукції	млрд. грн	10,7	11,3	12,1	12,4	22,5
Собівартість реалізації продукції	млрд. грн	5,7	6,8	8,0	8,3	9,2
Витрати на 1 грн. товарної продукції	грн/грн	0,53	0,60	0,66	0,67	0,41

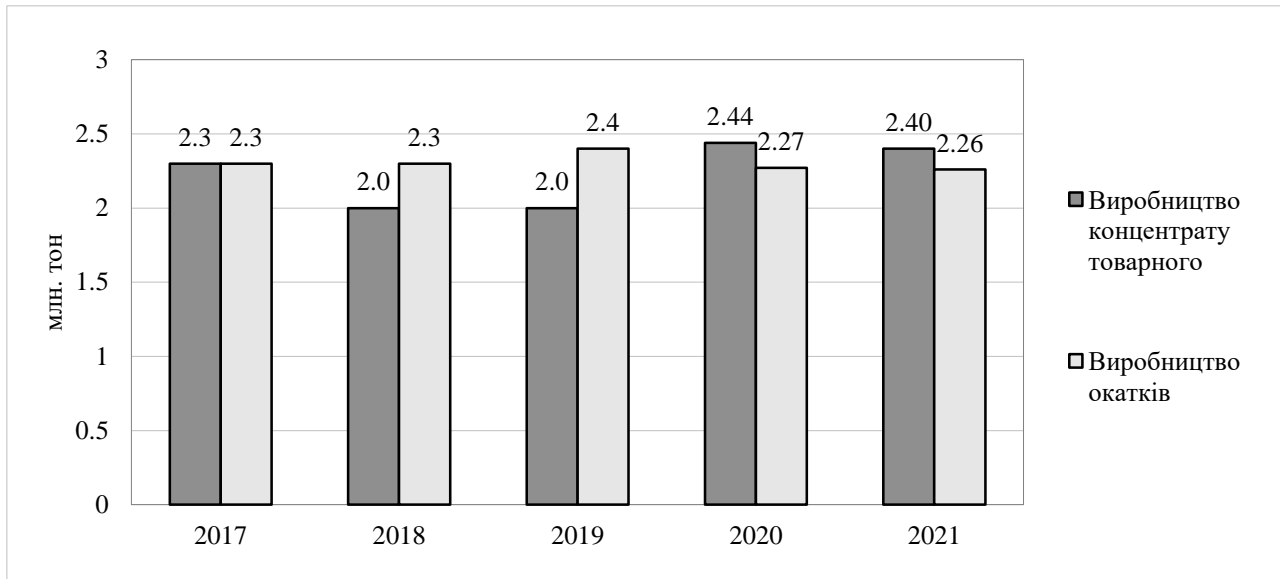


Рис. 2.1. Обсяги виробництва продукції ПРАТ “ЦГЗК” за 2017-2021рр.

Абсолютні показники, що описують основні засоби підприємства - це первісна вартість, знос і залишкова вартість. Динаміка цих показників щодо основних засобів ПРАТ “ЦГЗК” представлена на рис. 2.2.

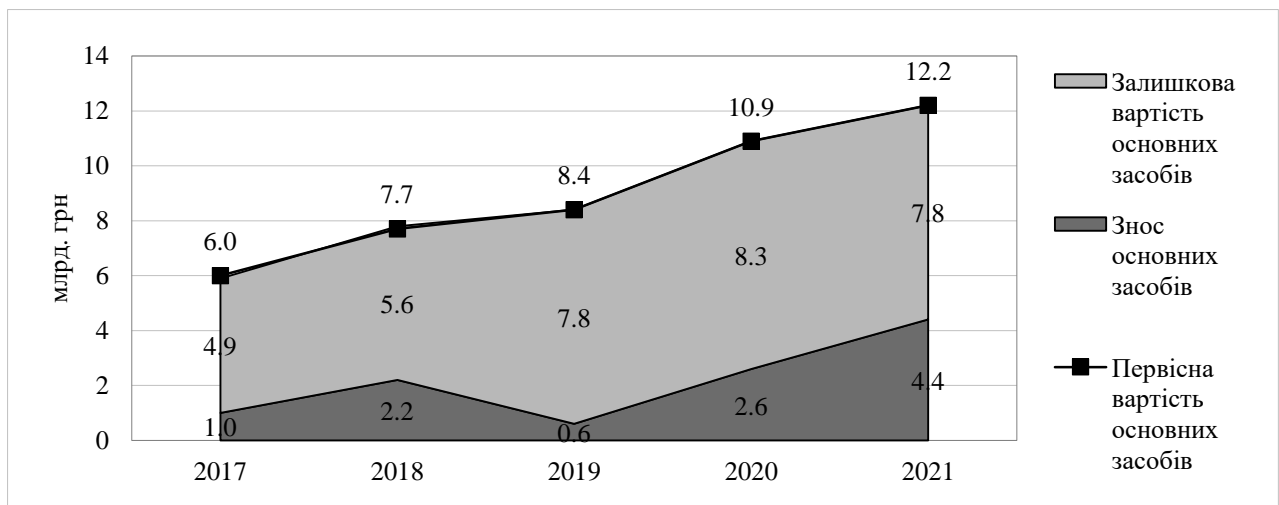


Рис. 2.2. Абсолютні показники щодо основних засобів ПРАТ “ЦГЗК” за 2017-2021рр.

Первісна вартість основних засобів ПРАТ “ЦГЗК” зростає кожного року і протягом досліджуваного періоду вона зросла з 6,0 млрд.грн до 12,2 млрд.грн. При цьому знос змінювався нерівномірно: у 2018р. зріс з 1,0 до 2,2 млрд.грн, а у 2019р. зменшився до 0,6 млрд.грн, і протягом 2020-2021рр. зріс до 4,4 млрд.грн. Залишкова вартість основних засобів є результуючим показником і дорівнює різниці первісної вартості та зносу. Вона протягом 2017-2020рр. зросла з 4,9 до 8,3 млрд.грн, а у 2021р. зменшилась до 7,8 млрд.грн.

Відносні показники, що описують стан основних засобів - це коефіцієнт зносу і коефіцієнт придатності. Їх динаміка наведена на рис. 2.3.

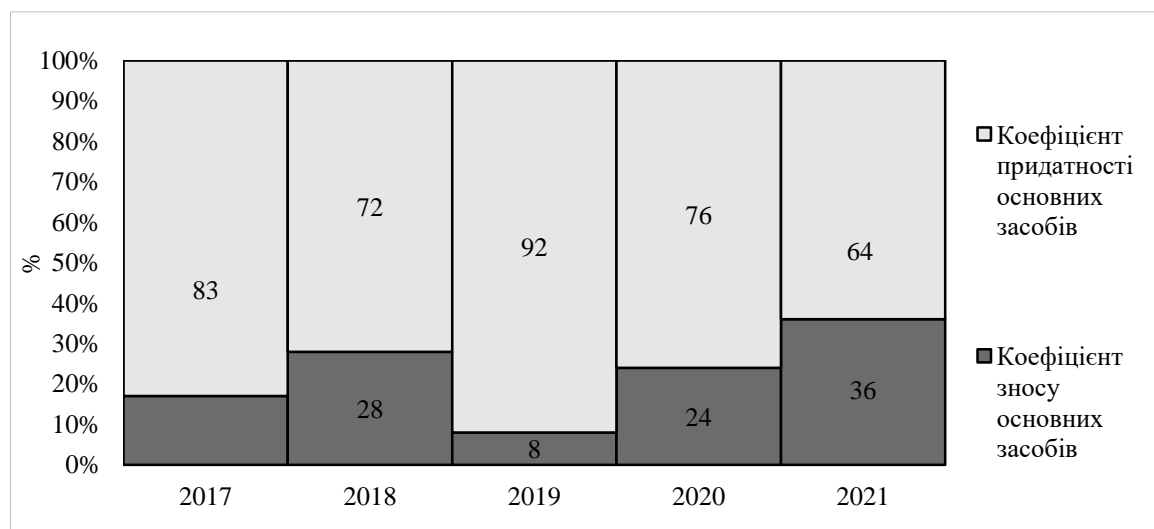


Рис. 2.3. Відносні показники щодо основних засобів ПРАТ “ЦГЗК” за 2017-2021рр.

Оскільки кожні три роки на підприємстві проводиться переоцінка основних засобів за справедливою ринковою вартістю, то кожні три роки знос, можна сказати, “обнуляється” і починає нараховуватися знову. Так, у 2019р. була проведена така переоцінка, і знос зменшився з 28% до 8%, а потім протягом 2020-2021рр. зріс спочатку до 24%, а потім до 36%. Відповідно, коефіцієнт придатності основних засобів у 2021р. склав 64% - це означає, що більша частина основних засобів знаходиться у придатному до експлуатації стані.

Ефективність використання основних засобів вимірюється показником фондovіддачі, який представлений на рис. 2.4.

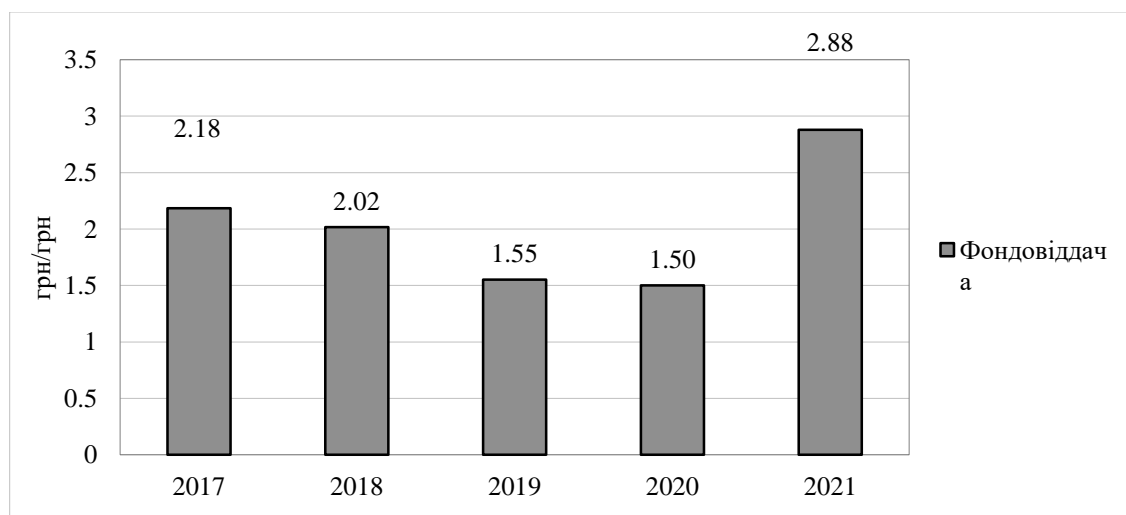


Рис. 2.4. Коефіцієнт фондovіддачі ПРАТ “ЦГЗК” за 2017-2021рр.

Протягом 2017-2020рр. спостерігається зменшення цього показника з 2,18 до 1,50, що свідчить про зниження ефективності використання основних засобів ПРАТ “ЦГЗК”. Але у 2021р. показник фондівдачі різко збільшився з 1,50 до 2,88, що свідчить про різке зростання ефективності використання основних засобів підприємства, і зростанням обсягу його чистого доходу.

Динаміка середньооблікової чисельності персоналу ПРАТ “ЦГЗК” та його річної продуктивності праці наведена на рис. 2.5.

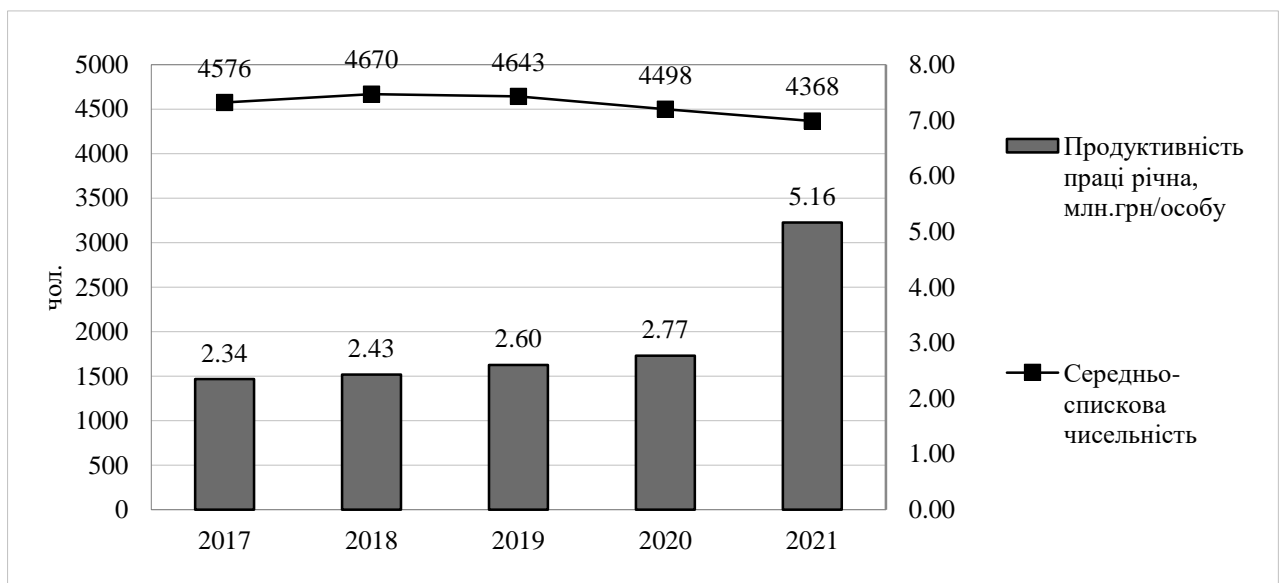


Рис. 2.5. Середньооблікова чисельність персоналу ПРАТ “ЦГЗК” та його річна продуктивність праці за 2017-2021рр.

Як бачимо, чисельність персоналу протягом останніх чотирьох років з 2018р. по 2021р. зменшилась з 4670 до 4368 осіб, тобто на 302 особи або на 6,5%. Але при цьому протягом 2018-2020рр. спостерігається поступове підвищення продуктивності праці з 2,34 млн.грн на особу у 2017р. до 2,77 млн.грн на особу у 2020р., і різке зростання продуктивності праці у 2021р. до 5,16 млн.грн. Тобто зменшення середньооблікової чисельності персоналу підприємства не вплинуло негативним чином на ефективність його використання.

Динаміка чистого доходу та собівартості реалізованої продукції ПРАТ “ЦГЗК” наведена на рис. 2.6.

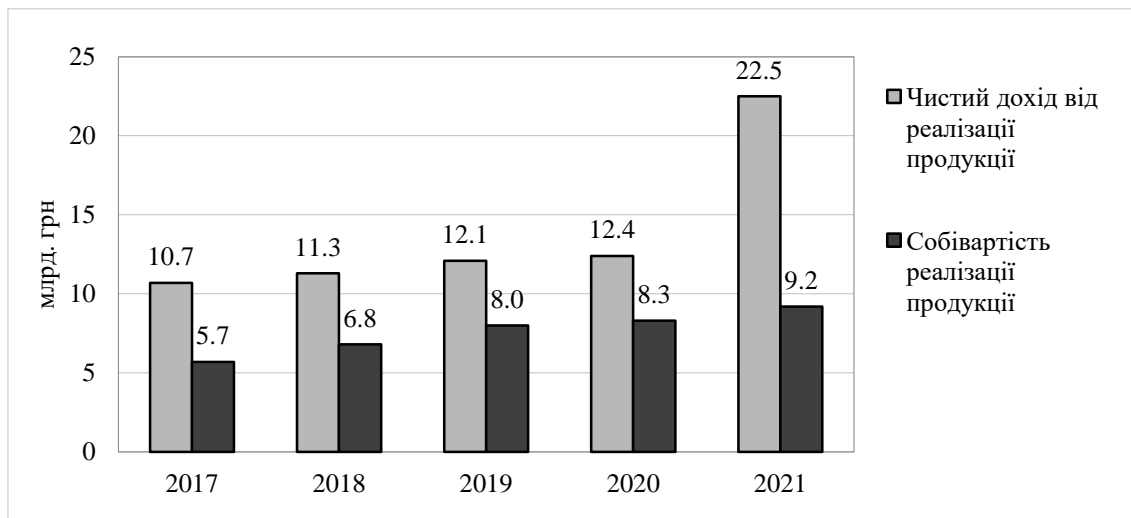


Рис. 2.6. Чистий та собівартість реалізації продукції ПРАТ «ЦГЗК» за 2017-2021рр.

Чистий дохід ПРАТ «ЦГЗК» протягом 2018-2020рр. поступово зростав з 10,7 млрд.грн у 2017р. до 12,4 млрд.грн у 2020р., тобто, в середньому, на 5% на рік, а у 2021р. різко збільшився до 22,5 млрд.грн, тобто на 81%.

Собівартість реалізації продукції стабільно зростала протягом 2017-2018рр.: з 5,7 млрд.грн у 2017р. до 9,2 млрд.грн у 2021р., тобто, в середньому, на 13% на рік.

Оскільки протягом 2017-2020рр. темпи зростання собівартості перевищували темпи зростання чистого доходу, то спостерігалось зростання показника витрат на 1 грн реалізованої продукції ПРАТ «ЦГЗК» з 0,53 грн у 2017р. до 0,67 грн у 2020р. (рис. 2.7), а у 2021р. цей показник різко зменшився до 0,41 грн через значний приріст чистого доходу підприємства.

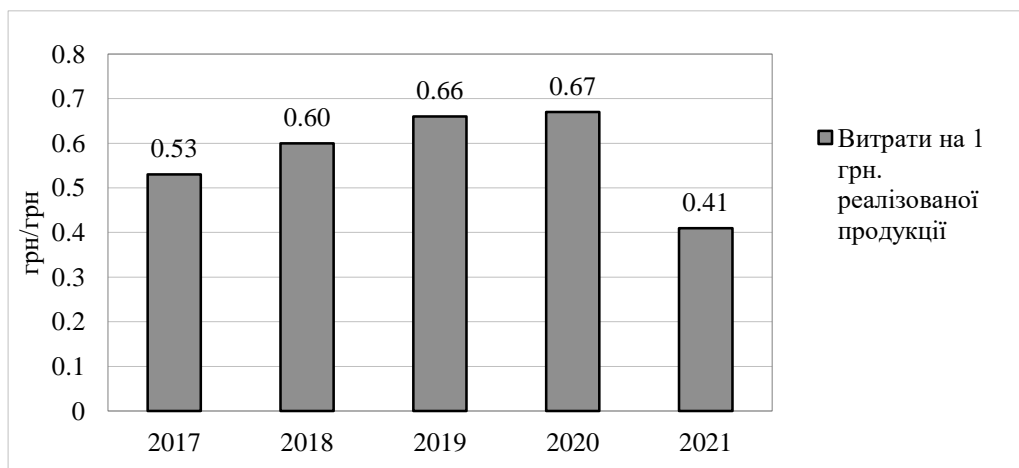


Рис. 2.7. Динаміка витрат на 1 грн. реалізованої продукції ПРАТ «ЦГЗК» за 2017-2021рр.

Таким чином, аналіз динаміки техніко-економічних показників ПРАТ “ЦГЗК” показав деякі негативні тенденції протягом 2017-2020рр., та значне покращення показників у 2021р., що пояснюється різким зростанням чистого доходу підприємства в цьому році.

2.3. Аналіз фінансово-економічних показників ПРАТ «Центральний ГЗК»

Тепер розглянемо ключові показники агрегованого балансу ПРАТ «ЦГЗК» в динаміці за 2017-2021рр. (табл. 2.3, рис. 2.8 – 2.10).

Розглянемо зміни, що відбулися в активах ПРАТ “ЦГЗК” за цей період (рис. 2.8). Загалом активи підприємства протягом 2017-2020рр. зростали щороку : на 10% у 2018р., на 13% у 2019р. і на 2,3% у 2020р., таким чином активи зросли з 14,2 млрд.грн до 18 млрд.грн. А у 2021р. активи підприємства різко скоротилися до 13,7 млрд.грн, тобто на 4,3 млрд.грн або на 24%.

Таке різке зменшення активів відбулося, в першу чергу, за рахунок скорочення оборотних активів підприємства з 8,7 млрд.грн у 2020р. до 4,9 млрд.грн у 2021р., тобто на 3,8 млрд.грн або на 44%.

Розглянемо докладніше оборотні активи ПРАТ “ЦГЗК” (рис. 2.9).

Оборотні активи ПРАТ “ЦГЗК” складаються, переважно, з дебіторської заборгованості, більша частина якої - це дебіторська заборгованість покупців перед підприємством за відвантажену їм продукцію.

Дебіторська заборгованість займала 87% від усіх оборотних активів у 2017р, 91% у 2018р., 89% у 2019р., 88% у 2020р., а у 2021р. її частка зменшилась до 79%.

В абсолютному вираженні дебіторська заборгованість складала 6,8 млрд.грн, у 2018р. 8,0 млрд.грн, у 2019р. 6,9 млрд.грн, у 2020р. 7,7 млрд.грн, а у 2021р. зменшилась до 3,9 млрд.грн, тобто на 3,8 млрд.грн або на 49%.

Таблиця 2.3

Ключові показники агрегованого балансу ПРАТ «ЦГЗК» за 2017-2021рр., тис. грн.

АКТИВ	2017	2018	2019	2020	2021
I. Необоротні активи	6406644	6774329	9819437	9327997	8835436
II. Оборотні активи	7805785	8870328	7785347	8670269	4911482
<i>Запаси</i>	<i>464708</i>	<i>573618</i>	<i>551032</i>	<i>405381</i>	<i>769153</i>
<i>Дебіторська заборгованість</i>	<i>6823799</i>	<i>8043613</i>	<i>6930883</i>	<i>7673138</i>	<i>3878652</i>
<i>Грошові кошти та їх еквіваленти</i>	<i>432955</i>	<i>147274</i>	<i>146111</i>	<i>392751</i>	<i>21586</i>
Баланс	14212429	15644657	17604784	17998266	13746918
ПАСИВ					
I. Власний капітал	7071523	7977429	7242525	7268193	9799449
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення	851093	850065	1255745	2035142	1782478
III. Поточні зобов'язання і забезпечення	6289813	6817163	9106514	8694931	2164991
<i>Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги</i>	<i>715591</i>	<i>704740</i>	<i>1348510</i>	<i>888618</i>	<i>1560981</i>
<i>Поточні зобов'язання за розрахунками:</i>	<i>5498210</i>	<i>6020530</i>	<i>7640303</i>	<i>7638644</i>	<i>427204</i>
Баланс	14212429	15644657	17604784	17998266	13746918

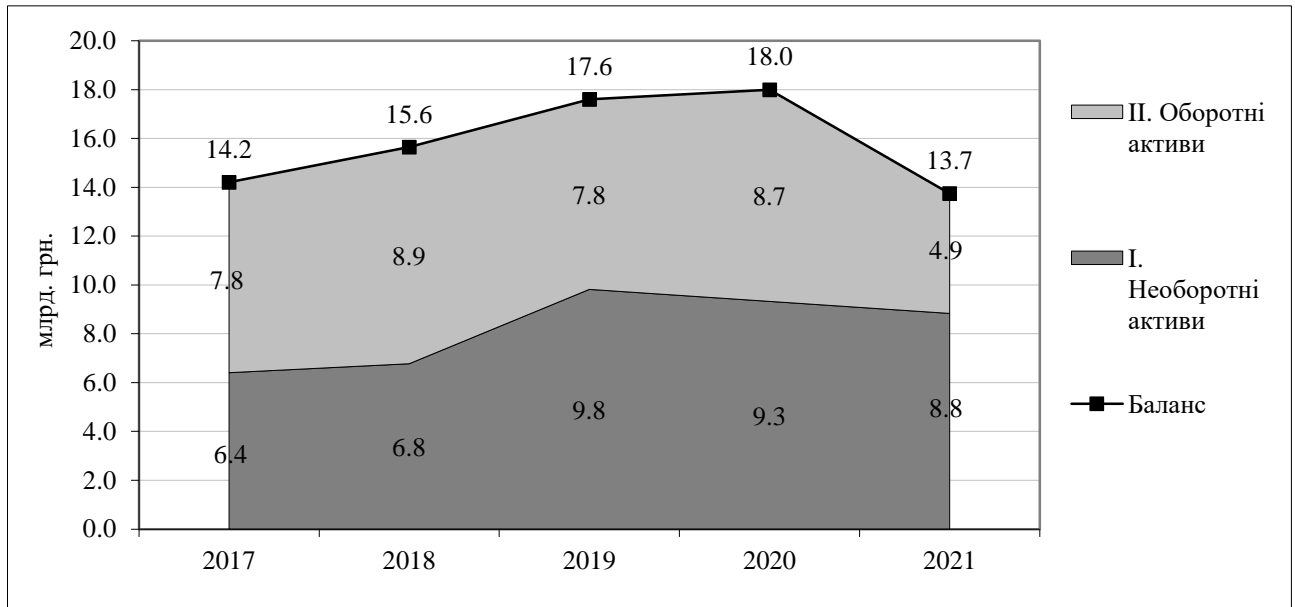


Рис. 2.8. Активи ПРАТ «ЦГЗК» за 2017-2021рр.

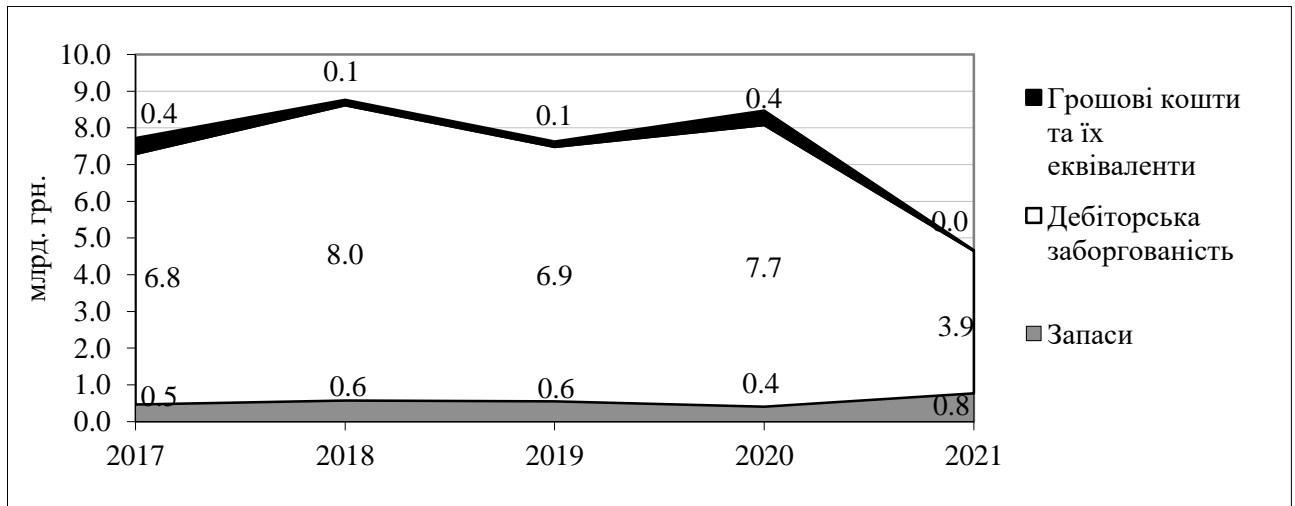


Рис. 2.9. Оборотні активи ПРАТ «ЦГЗК» за 2017-2021рр.

Враховуючи той факт, що скорочення дебіторської заборгованості не було пов'язано із скороченням обсягів виробництва основних видів продукції підприємства і не призвело до скорочення чистого доходу підприємства, можна вважати це досить позитивним фактором в його роботі, оскільки зменшило об'єм оборотних коштів підприємства, “заморожених” в розрахунках із покупцями та іншими контрагентами.

Розглянемо зміни, що відбулися в пасивах ПРАТ «ЦГЗК» (рис. 2.10).

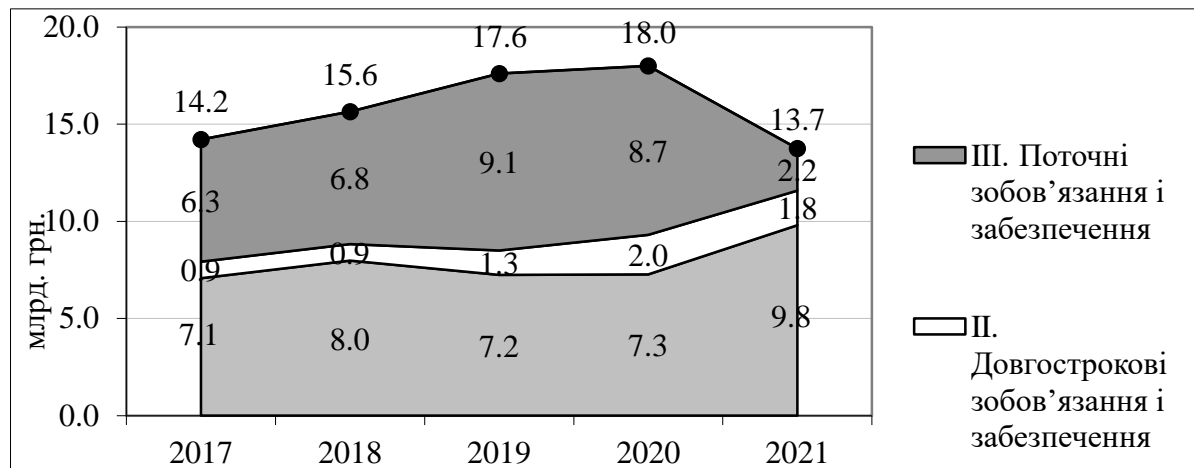


Рис. 2.10. Пасиви ПРАТ «ЦГЗК» за 2017-2021рр.

З 2017р. по 2020р. пасиви ПРАТ «ЦГЗК» зростали аналогічно його активам, а у 2021р. різко зменшились. Збільшення пасивів у 2018-2019рр. відбувалося за рахунок зростання поточних зобов'язань підприємства з 6,3 млрд.грн у 2017р. до 9,1 млрд.грн. у 2020р., тобто на 2,8 млрд.грн або на 44% порівняно із 2017р., що було досить негативною тенденцією. При цьому поточні зобов'язання у 2019-2020рр. перевищували власний капітал підприємства, і це було ознакою його фінансової нестійкості.

У 2021р. ситуація змінилася кардинально: поточні зобов'язання різко скоротилися з 8,7 млрд.грн у 2020р. до 2,2 млрд.грн у 2021р., тобто на 6,5 млрд.грн або на 75%; також дещо скоротилися довгострокові зобов'язання з 2,0 млрд.грн до 1,8 млрд.грн; при цьому власний капітал збільшився з 7,3 млрд.грн до 9,8 млрд.грн, тобто на 2,5 млрд.грн або на 34%, що суттєвим чином покращило фінансову стійкість підприємства.

Проаналізуємо основні показники Звіту про фінансові результати ПРАТ «ЦГЗК» за 2017 – 2021рр. (табл. 2.4 та рис. 2.11 – 2.12).

Таблиця 2.4

Основні показники Звіту про фінансові результати ПРАТ «ЦГЗК», млрд.грн

Показники	2017	2018	2019	2020	2021
Чистий дохід	10,7	11,3	12,1	12,4	22,5
Собівартість	5,7	6,8	8,0	8,3	9,2
Валовий прибуток	5,0	4,5	4,1	4,1	13,3
Чистий прибуток (збиток)	2,7	2,2	1,5	1,6	8,9

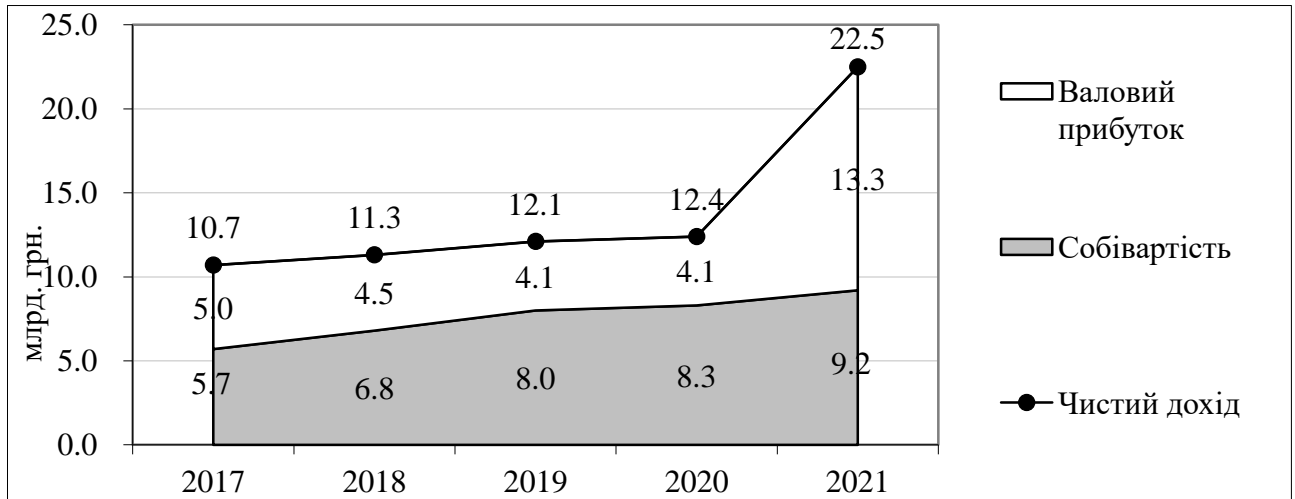


Рис. 2.11. Основні показники Звіту про фінансові результати
ПРАТ «ЦГЗК» за 2017-2021рр.

Чистий дохід ПРАТ «ЦГЗК» протягом 2017-2020рр. поступово зростав, але зростала й собівартість, причому темпи зростання собівартості перевищували темпи зростання чистого доходу, в результаті чого валовий прибуток кожного року скорочувався: з 5,0 млрд.грн у 2017р. до 4,1 млрд.грн у 2020р., тобто на 0,9 млрд.грн або на 18% за цей проміжок часу.

У 2021р. чистий дохід різко виріс з 12,4 млрд.грн до 22,5 млрд.грн, тобто на 10,1 млрд.грн або на 81%. І хоча собівартість у 2021р. теж зросла з 8,3 млрд.грн до 9,2 млрд.грн, тобто на 0,9 млрд.грн або на 11%, але значне зростання чистого доходу призвело до зростання валового прибутку з 4,1 млрд.грн у 2020р. до 13,3 млрд.грн у 2021р., тобто на 9,2 млрд.грн або на 224%.

При цьому чистий прибуток ПРАТ «ЦГЗК» змінювався протягом досліджуваного періоду аналогічно до валового прибутку, і, навіть, ще сильніше: протягом 2017-2020рр. він зменшився з 2,7 млрд.грн до 1,6 млрд.грн, тобто на 1,1 млрд.грн або на 41%, а у 2021р. різко виріс до 8,9 млрд.грн, тобто на 7,3 млрд.грн або на 456% (рис. 2.12).

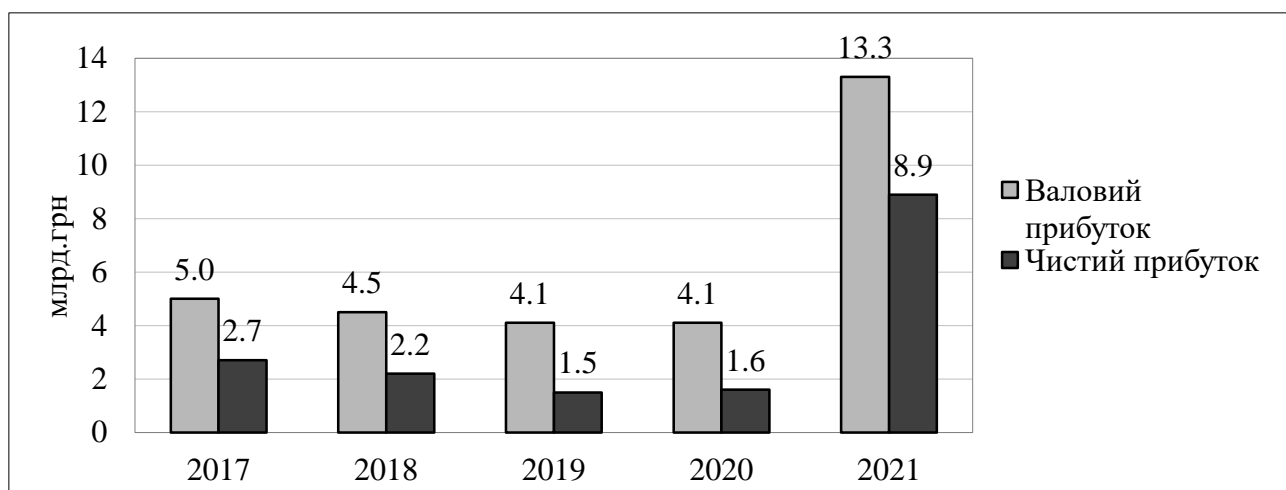


Рис. 2.12. Чистий і валовий прибуток ПРАТ «ЦГЗК» за 2017-2021рр.

Таким чином, аналіз фінансово-економічних показників ПРАТ «ЦГЗК» за період 2017-2021 рр. показав поступове їх погіршення протягом 2017-2021рр. і незадовільний фінансовий стан підприємства, а потім значне їх покращення у 2021р, що, переважно, пов'язано із різким зростанням чистого доходу підприємства.

РОЗДІЛ 3

ОБҐРУНТУВАННЯ ЗАХОДІВ, СПРЯМОВАНИХ НА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПРАТ «ЦЕНТРАЛЬНИЙ ГЗК»

3.1. Оцінка конкурентного середовища та позицій підприємства на ринку

Дослідження середовища конкуренції передбачає аналіз факторів зовнішнього середовища підприємства (макросередовище та мікросередовище) та факторів внутрішнього середовища, визначимо його сильні та слабкі сторони, можливості та загрози діяльності.

Для проведення аналізу зовнішнього середовища будемо використовувати схему маркетингового середовища Ф. Котлера (рис. 3.1).

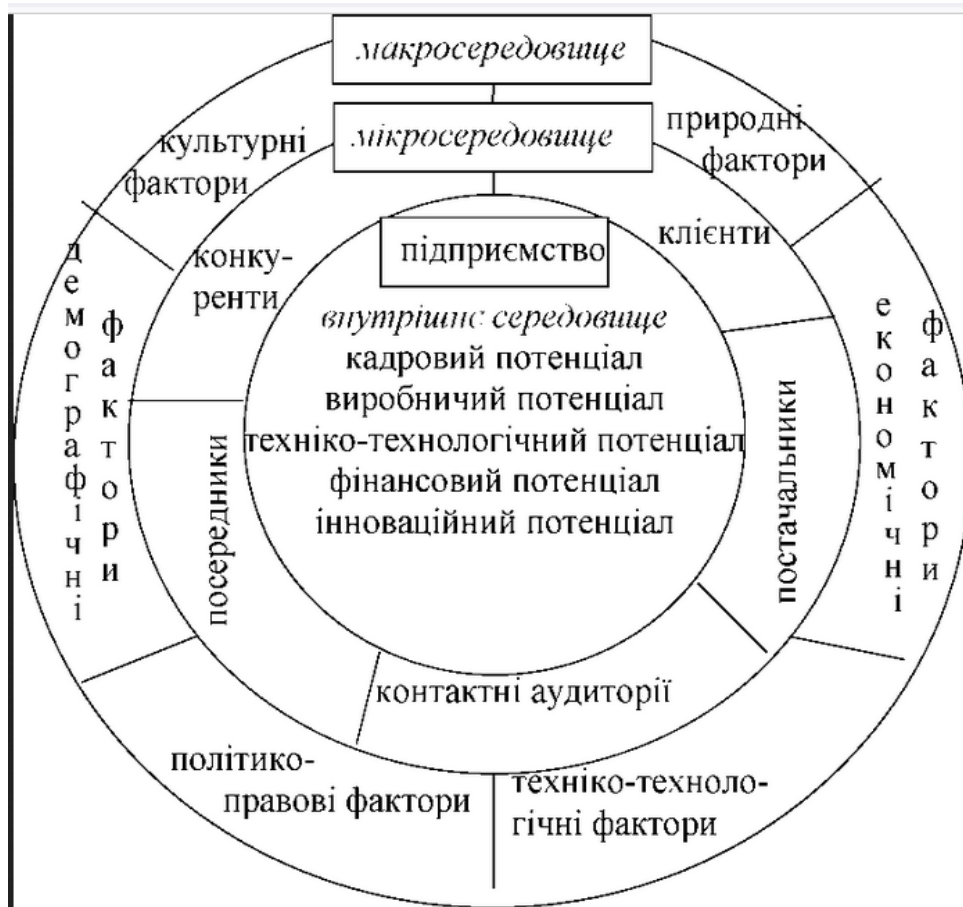


Рис. 3.1. Фактори зовнішнього середовища (Ф.Котлер)

Розглянемо вплив економічних факторів на ПРАТ «ЦГЗК».

Економічні фактори є одними з найважливіших факторів, що впливають на діяльність підприємства. Протягом 2019-2020 рр. економіка України скорочувалась і зазнавала суттєвого впливу на тлі впровадження антипандемійних заходів для стримування поширення COVID-19 у світі, однак після послаблення карантинних заходів спостерігається відновлення економіки.

У 2020-2021 рр. Національний банк пом'якшував обмеження валютного контролю, зокрема, є сподівання, що обов'язковий продаж валюти на міжбанківському ринку буде повністю скасований. Крім того, нормативний період по розрахунковим операціям у валюті також покращився – з 180 до 356 днів.

Зарубіжні конкуренти української гірничо-металургійної галузі в 2010-2018 роках здійснили масштабні інвестиції в розширення виробництва, в той же час українські виробники за цей період не змогли навіть зберегти обсяги виробництва на належному рівні. Одна з головних причин – недоступність дешевого кредитування. «Метінвест» пройшов через реструктуризацію боргів, що ускладнило доступ до фінансових ресурсів. Макроситуація України також негативно впливає на розвиток галузі. Кредитні рейтинги України нижчі, ніж у конкурентів. Рейтинг України за останні роки не піднімався вище категорії «В»

Фінансові показники діяльності ПРАТ «ЦГЗК» також в значній мірі знаходяться в залежності від цін на світовому ринку зрє і попиту на неї, за період 2019-2021 рр. ціна на залізородну продукцію значним чином коливалась.

Соціально-культурні фактори.

Спостерігається чуттєвий вплив на всі аспекти ділової активності пандемії COVID-19, що призводить до зниження ділової активності в секторах економіки на світовому рівні.

З самого початку пандемії ПРАТ «ЦГЗК» впроваджував цілий ряд заходів щодо запобігання поширенню коронавірусу і забезпечення безпеки власного персоналу.

Політико-правові фактори.

ПРАТ «ЦГЗК» входить до складу вертикально-інтегрованої гірничо-металургійної компанії «Метінвест Холдинг». Ця компанія здійснює управління багатьма підприємствами, які забезпечують повний цикл виробництва металопродукції, від видобутку сировини до її переробки.

Однак, через політичні події 2013-2014 років і подальшу окупацію росією частини території України, діяльність «Метінвест Холдингу» була суттєво ускладнена. Деякі підприємства компанії опинилися на окупованих територіях і працюють в аварійних умовах. Також була зруйнована транспортна інфраструктура та порушені виробничі зв'язки, що негативно вплинуло на попит на продукцію «Метінвесту» на внутрішньому ринку.

Наявність постійно тліючого військово-політичного конфлікту на Сході України створює значну невизначеність щодо майбутнього планування та прогнозування діяльності «Метінвест Холдингу», в тому числі ПРАТ «ЦГЗК».

Викликають хвилювання постійне згадування про можливий розгляд законопроекту, що пропонує підвищити оподаткування залізорудної галузі, що передбачає збільшення рентної плати з 8% до 10% від розрахункової вартості тони товарної продукції, базою оподаткування може бути не сира руда із вмістом Fe до 30%, а товарна продукція з ГЗК – концентрат та окатиші – із вмістом Fe 62-67%. та ін.

Технологічні фактори.

Найважливішим технологічним нововведенням на ПРАТ «ЦГЗК» за останні роки стало запровадження виробництва залізорудного концентрату з вмістом заліза 70,5% і окатишів з вмістом заліза 67,5-68%. Ці зміни дозволили підприємству підвищити конкурентоспроможність на світовому ринку, оскільки залізорудна сировина з таким вмістом заліза є більш затребуваною, особливо на ринку ЄС. Цьому також сприятиме зростання попиту на таку продукцію у зв'язку із світовою «зеленою трансформацією» - використання DR-окатишів і горячебрикетованого заліза (ГБЗ) в металургійному виробництві дає змогу суттєво зменшити викиди CO₂..

Зараз «Метінвест» реалізує масштабну програму з підвищення якості

концентрату та окатишів. Ця програма охоплює всі гірничодобувні активи групи, в тому числі ПРАТ «ЦГЗК». Одним із важливих напрямків програми є підвищення ефективності основних виробничих переділів комбінатів. Для цього впроваджуються програми зі збільшення продуктивності техніки та її автоматизації, підвищення ефективності буро-підривних робіт, а також проекти цифрової трансформації техніки та секцій збагачення.

Природно-географічні фактори впливають на діяльність ПРАТ «ЦГЗК» як позитивно, так і негативно.

З одного боку, підприємство має вигідне розташування на базі Глеюватського родовища залізистих кварцитів. Родовище має великі запаси руди, що дозволяє ПРАТ «ЦГЗК» вести видобуток на тривалу перспективу.

З іншого боку, руди родовища є бідними, що вимагає їх збагачення. ПРАТ «ЦГЗК» успішно справляється з цією проблемою, реалізуючи проекти з підвищення якості продукції. Так, у 2020 році було завершено проект з виробництва концентрату з вмістом Fe 70,5%, що дозволило увійти на ринок сировини для технології виробництва DRI.

Однак, накопичені в попередні роки великі обсяги вскришних робіт є проблемою для ПРАТ «ЦГЗК», оскільки збільшують собівартість. Підприємство продовжує вирішувати цю проблему.

Проаналізуємо зовнішнє мікросередовище підприємства.

Споживачі.

Попит на залізородну продукцію ПРАТ «ЦГЗК» є ключовим фактором його успіху. Від нього залежать ціни на продукцію, обсяги її виробництва та рівень завантаження виробничих потужностей.

У 2013-2014 роках через політичні та військові події в Україні підприємство втратило частину попиту на свою продукцію на внутрішньому ринку. Щоб компенсувати втрату, ПРАТ «ЦГЗК» почало реалізовувати інвестиційні проекти з підвищення якості продукції. Це дозволило підприємству вийти на зовнішні ринки та задовольнити вимоги DRI-споживачів.

Конкуренти. ПРАТ «ЦГЗК» має стійку конкурентну позицію на

внутрішньому ринку України, оскільки має високу якість продукції, але підприємство не є лідером ринку, зважаючи на невеликі обсяги виробництва. На зовнішньому ринку зрє підприємство має невисоку конкурентну позицію через присутність виробників з Бразилії, Австралії, Швеції, Канади та Індії, які мають сировину з високим вмістом заліза, що дозволяє їм випускати продукцію майже без збагачення. Це знижує їхні витрати та дозволяє конкурувати за рахунок низьких цін. Але завдяки інвестиційним програмам підприємства, які забезпечили виробництво підприємством «преміальних» концентрату та окатків, в майбутньому очікується збільшення присутності ПРАТ «ЦГЗК» щонайменше на ринку ЄС.

Постачальники. ПРАТ “ЦГЗК” має в експлуатації власне родовище залізної руди, що забезпечує його ключовим ресурсом. Однак, підприємство споживає багато електроенергії, палива та інших ресурсів, які впливають на його витрати. Впровадження заходів щодо зниження витрат є важливою умовою для успішного функціонування ПРАТ «ЦГЗК». Підприємство прагне до того, щоб бути конкурентоспроможним на внутрішньому та зовнішньому ринках, і для цього необхідно постійно знижувати витрати.

Посередники. Реалізація продукції ПРАТ “ЦГЗК” здійснюється під контролем ТОВ “Метінвест Холдинг” через посередників, що входять до цієї ж бізнес-структури. Це дозволяє підприємству певним чином економити на витратах на реалізацію продукції, а також отримувати справедливую ціну за свою продукцію. Підприємство прагне до того, щоб бути конкурентоспроможним на внутрішньому та зовнішньому ринках, і цей фактор допомагає йому досягти цієї мети.

ПРАТ «ЦГЗК» є містоутворюючим підприємством, яке має значний вплив на різні контактні групи. Керуюча компанія ТОВ «Метінвест Холдинг» застосовує комплексний підхід до всіх підприємств своєї структури, розробляючи політику корпоративної соціальної відповідальності. Ця політика передбачає реалізацію заходів, спрямованих на допомогу різним контактним групам, зокрема:

- Робітникам підприємств компанія надає соціальні гарантії,
- Забезпечення безпечними умовами праці,
- Гарантована заробітна плата,
- Можливість навчання та підвищення кваліфікації,
- Соціальні пільги.

Жителям міст, де розташовані підприємства компанії, компанія надає допомогу в різних сферах (будівництво житла, освіта, медицина, культура, спорт). Державі компанія сплачує податки та збори, а також бере участь у реалізації соціальних програм. Реалізація політики корпоративної соціальної відповідальності є важливою для ПРАТ «ЦГЗК» та ТОВ «Метінвест Холдинг». Це дозволяє їм зміцнити свою репутацію, підвищити довіру з боку різних контактних груп та сприяти розвитку суспільства.

Виконаємо SWOT-аналіз для ПРАТ «ЦГЗК». SWOT - це метод стратегічного аналізу, який дозволяє оцінити сильні (S) і слабкі сторони (W) підприємства, а також можливості (O) та загрози (T), які існують у його зовнішньому середовищі.

Виділимо основні можливості та загрози для ПРАТ «ЦГЗК» (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Можливості / загрози зовнішнього середовища для ПРАТ «ЦГЗК»

Загрози	Можливості
1. Війна в Україні, яка може призвести до зменшення або втрати можливостей для реалізації продукції ПРАТ «ЦГЗК» на внутрішньому та зовнішньому ринках. 2. Нестабільна політична ситуація та постійні зміни в законодавстві України, які можуть негативно вплинути на діяльність підприємства. Несприятлива політика уряду щодо оподаткування, яка може призвести до збільшення витрат. 3. Зростання конкуренції з боку виробників з інших країн, які мають більш низькі витрати на виробництво. Нестабільність кон'юнктури світового ринку зростає щодо цін. 4. Підвищення цін на сировину, природний газ та залізничні тарифи, які можуть призвести до зростання витрат.	1. Покращання якості продукції засобами технічної і технологічної модернізації виробництва, підвищення своєї присутності на ринку ЄС. 2. Збільшення обсягів чистого доходу і прибутку підприємства завдяки продовженню та розширенню контрактів щодо експорту окатків та концентрату підвищеної якості, що використовуються для виробництва DRI. 3. Покращення загальної економічної ситуації в Україні через послаблення карантинних обмежень щодо COVID-19.

За результатами аналізу основних техніко-економічних та фінансово-економічних показників ПРАТ «ЦГЗК», відзначимо його основні сильні та слабкі сторони діяльності (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Сильні / слабкі сторони ПРАТ «ЦГЗК»

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>1. Підвищення якісних характеристик окатків підприємства, внаслідок чого воно увійшло на ринок сировини для технології DRI. Укладено контракт з AL Ezz Dekheila Steel Company (Єгипет) на постачання 8 суднових партій по 70 тис. тонн DR-окатків в місяць по повній DR-премії.</p> <p>2. Зростання чистого доходу підприємства у 2021р. на 84% через зростання цін на ЗРС, що дало значне покращення його техніко-економічних і фінансових показників: чистий прибуток збільшився на 497%, рентабельність реалізації зросла до 40%, витрати скоротились до 0,41 грн на 1 грн реалізованої продукції.</p> <p>3. Покращення фінансового стану підприємства у 2021р. через зменшення його поточної дебіторської заборгованості на 49%, а поточних зобов'язань - на 75%.</p>	<p>1. Негативні тенденції в динаміці деяких техніко-економічних показників протягом 2017-2020рр.: зростання витрат на 1 грн реалізованої продукції до 0,63 грн; зменшення фондівіддачі.</p> <p>2. Негативні тенденції в динаміці деяких фінансово-економічних показників протягом 2017-2020рр.: великі обсяги поточної дебіторської та кредиторської заборгованостей, та значна їх частка в балансі (у 2020р. 43% і 48%, відповідно); перевищення зобов'язань над власним капіталом; зниження валового і чистого прибутку, і, відповідно, зниження рентабельності реалізації до 13%.</p> <p>3. Значна залежність фінансово-економічної ефективності діяльності підприємства від кон'юнктури ринку: цін на залізорудну сировину та цін на елементи витрат.</p>

На основі вищезазначеного виконаємо SWOT-аналіз ПРАТ «ЦГЗК» (табл. 3.3).

На внутрішньому ринку концентрату ПРАТ «ЦГЗК» конкурує з АТ «ПІВДГЗК» та всередині «Метінвест Холдингу» з ПРАТ «ПІВНГЗК» та «ПРАТ «ІНГЗК». На вітчизняному ринку обкотишів ПРАТ «ЦГЗК» конкурує (внутрішньо) з ПРАТ «ПІВНГЗК». ПРАТ «ПолтГЗК» всю продукцію останні роки повністю експортує.

ПРАТ «ЦГЗК» на зовнішньому ринку концентрату конкурує з російськими комбінатами (ВАТ «Лебединський ГЗК», ВАТ «Михайлівський ГЗК», ВАТ «Стойленський ГЗК», ВАТ «Ковдорський ГЗК», ВАТ «Комбінат «КМАруда»). ПАТ «ЦГЗК» на зовнішньому ринку обкотишів конкурує з українськими підприємствами (ПРАТ «ПолтГЗК»), російськими комбінатами

Таблиця 3.3

SWOT-аналіз ПРАТ «ДІЗК»

<p>Сильні сторони:</p> <ol style="list-style-type: none"> Підвищення якісних характеристик окатків підприємства, внаслідок чого воно увійшло на ринок сировини для технології DRI (укладено контракт з AL Ezz Dakhla Steel Company (Єгипет) на постачання 8 сулдових партій по 70 тис. тонн DR-окатків в місяць по повній DR-премії). Зростання чистого доходу підприємства у 2021р. на 84% через зростання цін на ЗРС, що дало значне покращення його техніко-економічних і фінансових показників: чистий прибуток збільшився на 497%, рентабельність реалізації зростає до 40%. Покращення фінансового стану підприємства у 2021р. через зменшення його поточної дебіторської заборгованості на 49%, а поточних зобов'язань - на 75%. <p>Слабкі сторони:</p> <ol style="list-style-type: none"> Негативні тенденції в динаміці ряду техніко-економічних показників протягом 2017-2020рр Значна залежність фінансово-економічної ефективності діяльності підприємства від кон'юнктури ринку: цін на залізорудну сировину та цін на елементи витрат. 	<p>Можливості:</p> <ol style="list-style-type: none"> Покращення якості продукції засобами технічної і технологічної модернізації виробництва, підвищення своєї присутності на ринку ЄС. Збільшення обсягів чистого доходу і прибутку підприємства завдяки продовженню та розширенню контрактів щодо експорту окатків та концентрату підвищеної якості, що використовуються для виробництва DRI. Покращення загальної економічної ситуації в Україні через послаблення карантинних обмежень щодо COVID-19. 	<p>Загрози:</p> <ol style="list-style-type: none"> Війна в Україні, яка може призвести до зменшення або втрати можливостей для реалізації продукції ПРАТ «ДІЗК». Постійні зміни в законодавстві України, несприятлива політика уряду щодо оподаткування, яка може призвести до збільшення витрат. Зростання конкуренції з боку виробників з інших країн, нестабільність кон'юнктури світового ринку ЗРС щодо цін. Підвищення цін на сировину, природний газ та залізничні тарифи
	<p>Стратегія посилення конкурентних позицій підприємства на ринках залізорудної сировини за рахунок збільшення обсягів виробництва і реалізації профорудної підвищеної якості.</p> <p>Стратегія закріплення на зовнішньому ринку залізорудної продукції для DRI-виробників.</p>	<p>Стратегія використання</p> <p><i>накопиченого запасу міцності по технологіям та фінансовим ресурсам задля протидії можливим загрозам зовнішнього середовища.</i></p>
	<p>Стратегія використання можливостей виходу на нові ринки збуту та можливого покращення економічної кон'юнктури для впровадження заходів щодо зниження витрат, покращення фінансового стану..</p>	<p>Стратегія використання наявного обсягу фінансових ресурсів для забезпечення виживання підприємства.</p>

(ВАТ «Лебединський ГЗК», ВАТ «Михайлівський ГЗК») та залізорудними постачальниками зі Швеції, Бразилії, Австралії, Індії та Канади, зокрема такими потужними підприємствами як «Vale» (Бразилія), «BHP Billiton» та «Rio Tinto» (Австралія).

Для визначення конкурентної позиції ПРАТ «ЦГЗК» та інших підприємств залізорудної галузі на ринку побудуємо конкурентну карту (табл. 3.4.)

За результатами побудови матриці конкурентного профілю можна сказати, що ПРАТ «ЦГЗК» не є лідером галузі, в першу чергу, через малу частку ринку, низькі темпи приросту частки ринку та невеликі обсяги реалізації у порівнянні з конкурентами, але має значний потенціал для покращення своїх конкурентних позицій на ринку в першу чергу за рахунок підвищення якості своєї продукції і формування оптимальної товарної стратегії з метою підвищення експортного потенціалу в майбутньому.

\Таблиця 3.4

Конкурентна карта ринку залізорудної сировини України

Класифікація за темпом зростання ринкової частки	Класифікація за розміром ринкової частки			
	I Лідер	II Сильна конкурентна позиція	III Слабка конкурентна позиція	IV Аутсайдер
I Швидке покращення конкурентної позиції		ПРАТ «ПолтГЗК»		
II Покращення конкурентної позиції	АТ «ПВДГЗК»	ПРАТ «ПВНГЗК»	ПРАТ «ЦГЗК»	
III Погіршення конкурентної позиції	ПРАТ «ІНГЗК»			
IV Швидке погіршення конкурентної позиції				

Для оцінки можливостей розширення присутності підприємства на зовнішніх ринках збуту продукції на основі експертного оцінювання побудуємо матрицю конкурентного профілю підприємств, які конкурують на Європейському ринку залізорудної сировини (табл. 3.5).

Таблиця 3.5

Матриця профілю конкуренції на європейському ринку залізорудної сировини

Ключові фактори успіху	Оцінка	«CVRD (VALE)» (Бразилія)		ПАТ «ЛебГЗК» (росія)		ПРАТ «ЦГЗК» (Україна)	
		Рейтинг	Загальна оцінка	Рейтинг	Загальна оцінка	Рейтинг	Загальна оцінка
Частка ринку	0,2	10	2	5	1	5	1
Темп приросту ринкової частки	0,1	8	0,8	6	0,6	8	0,8
Якість продукції	0,25	9	2,25	8	2,0	10	2,5
Обсяги реалізації	0,2	10	2	7	1,4	8	1,6
Ціна	0,25	10	2,5	9	2,25	8	2
Разом	1		9,55		7,25		7,45

Незважаючи на лідируючі позиції бразильських і шведських виробників залізорудної сировини на світовому ринку, для ПРАТ «ЦГЗК» є всі можливості для збільшення долі своєї присутності за рахунок, в першу чергу, якості продукції, нарощення виробництва та раціональної товарної політики.

3.2. Розробка заходів для підвищення конкурентоспроможності продукції

На основі проведеного всебічного аналізу діяльності ПРАТ «Центральний ГЗК», вивчення його внутрішніх показників та врахування факторів зовнішнього середовища пропонуються заходи, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності продукції, орієнтовані на її якість, вартість, інноваційність та ринкову привабливість:

1. Покращення якісних характеристик продукції

Збільшення вмісту заліза в концентраті Інвестування в удосконалення технологій збагачення руди з метою підвищення вмісту заліза в концентраті до 70–72%. Це дозволить виділитися серед конкурентів, які працюють з нижчим рівнем якості.

Стандартизація за міжнародними вимогами

Сертифікація продукції за стандартами ISO та ASTM (наприклад, для обкотишів, що використовуються у високотехнологічній металургії), щоб забезпечити відповідність продукції вимогам глобальних ринків.

Моніторинг якості на всіх етапах виробництва

Впровадження автоматизованих систем контролю якості, які знижують вплив людського фактора. Постійний контроль домішок і мінерального складу гарантує стабільну якість.

2. Розробка нових видів продукції

Диверсифікація продуктового портфеля

Розробка нових видів залізородного концентрату і обкотишів з додатковими характеристиками, наприклад, для використання у специфічних технологіях виробництва сталі.

Інноваційні продукти для металургії

Інвестування в створення продукції, що має підвищену стійкість до високих температур або спеціальні властивості для використання у високоавтоматизованих металургійних виробництвах.

Співпраця з клієнтами

Розробка продукції під конкретні потреби металургійних підприємств (індивідуальні специфікації), що зміцнить довготривалі партнерські відносини.

3. Оптимізація витрат і ціноутворення

Зниження собівартості продукції

Впровадження нових технологій енергоефективності, наприклад, перехід на більш економні системи нагрівання у процесі огрудкування.

Переробка відходів виробництва

Розширення програми повторного збагачення відходів для отримання концентрату, що знижує виробничі витрати і одночасно підвищує екологічність продукції.

Аналіз ціноутворення конкурентів

Встановлення ціни продукції з урахуванням коливань ринкової

кон'юнктури, що забезпечить оптимальне співвідношення ціна/якість.

4. Екологізація продукції

Зменшення домішок у концентраті

Використання технологій глибокого збагачення, які знижують вміст шкідливих домішок, наприклад, сірки чи фосфору. Це важливий фактор для експортних ринків.

Виробництво продукції з мінімальним вуглецевим слідом

Використання відновлюваних джерел енергії для виробничих процесів підвищує привабливість продукції для екологічно відповідальних партнерів.

5. Покращення логістики та доступності продукції

Забезпечення швидкої доставки

Розвиток транспортної інфраструктури для швидкої доставки продукції до ключових клієнтів, особливо в ЄС.

Систематизуємо наведену інформацію в табл. 3.6.

Таблиця 3.6.

Комплекс заходів для підвищення конкурентоспроможності продукції

Напрямок	Заходи	Очікуваний результат
Покращення якості продукції	Збільшення вмісту заліза, автоматизація контролю якості	Підвищення попиту серед преміум-сегменту клієнтів
Нові продукти	Індивідуалізація, створення продукції для спеціалізованих ринків	Розширення ринків збуту
Оптимізація витрат	Енергоефективність, переробка відходів	Зниження собівартості і підвищення рентабельності
Екологізація	Мінімізація домішок, «зелена» енергія	Вихід на екологічно чутливі ринки
Логістика	Оптимізація транспортування	Покращення доступності і збереження якості

Реалізація цих заходів дозволить ПРАТ «Центральний ГЗК» закріпити свої позиції на міжнародному ринку залізорудної продукції, розширити клієнтську базу і підвищити конкурентоспроможність продукції на довготривалій основі.

3.3. Оцінка ефективності заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності продукції ПРАТ «ЦЕНТРАЛЬНИЙ ГЗК»

Здійснимо оцінку ефективності заходів з акцентом на основні види продукції ПРАТ «Центральний ГЗК» (концентрат і обкотиші)

Вихідні дані за 2021 рік (базовий період):

1. Концентрат:

- Обсяг виробництва: 2,396 млн тон.
- Середня ціна реалізації: 4039 грн/тону.
- Дохід: 9,7 млрд грн.

2. Обкотиші:

- Обсяг виробництва: 2,259 млн тон.
- Середня ціна реалізації: 5696 грн/тону.
- Дохід: 12,9 млрд грн.

3. Загальні показники:

- Чистий дохід: 22,5 млрд грн.
- Собівартість: 9,2 млрд грн.
- Чистий прибуток: 8,9 млрд грн.
- Рентабельність реалізації: 40%.

Прогнозовані результати впровадження заходів для концентрату та обкотишів:

I. Концентрат

Заходи:

- Збільшення вмісту заліза в продукції.

- Покращення автоматизації контролю якості.
- Зниження собівартості через впровадження енергоефективних технологій.

Прогнозовані результати:

1. Зростання ціни реалізації: +6%.

Нова ціна: $4039 \text{ грн/тону} \times 1,06 = 4281 \text{ грн/тону}$.

2. Прогнозований дохід від концентрату:

$2,396 \text{ млн тонн} \times 4281 \text{ грн/тонну} = 10,26 \text{ млрд грн}$.

Собівартість концентрату: скорочення на 8%.

Поточна собівартість концентрату: 4,6 млрд грн..

Нова собівартість: $4,6 \text{ млрд грн} \times (1 - 0,08) = 4,23 \text{ млрд грн}$.

3. Валовий прибуток від концентрату:

$10,26 \text{ млрд грн} - 4,23 \text{ млрд грн} = 6,03 \text{ млрд грн}$.

II. Обкотиші

Заходи:

- Впровадження нових екологічних стандартів.
- Оптимізація логістичних витрат.
- Виробництво обкотишів із підвищеним вмістом заліза.

Прогнозовані результати:

1. Зростання ціни реалізації: +5%.

Нова ціна: $5696 \text{ грн/тонну} \times 1,05 = 5981 \text{ грн/тону}$.

2. Прогнозований дохід від обкотишів:

$2,259 \text{ млн тонн} \times 5981 \text{ грн/тонну} = 13,5 \text{ млрд грн}$.

3. Собівартість обкотишів: скорочення на 8%.

Поточна собівартість обкотишів: 4,6 млрд грн.

Нова собівартість: $4,6 \text{ млрд грн} \times (1 - 0,08) = 4,23 \text{ млрд грн}$.

4. Валовий прибуток від обкотишів:

$13,5 \text{ млрд грн} - 4,23 \text{ млрд грн} = 9,27 \text{ млрд грн}$.

Прогнозовані загальні результати:

1. Чистий дохід:

10,26 млрд грн+13,5 млрд грн=23,76 млрд грн.

Собівартість:

4,23 млрд грн+4,23 млрд грн=8,46 млрд грн.

2. Валовий прибуток:

6,03 млрд грн+9,27 млрд грн=15,3 млрд грн.

3. Чистий прибуток:

Співвідношення чистого та валового прибутку зберігається на рівні 67%.

15,3 млрд грн×0,67=10,25 млрд грн.

4. Рентабельність реалізації:

10,25 млрд грн / 23,76 млрд грн×100%=43%

Систематизуємо розрахунки в табл. 3.7.

Таблиця 3.7.

Прогнозовані результати від запропонованих заходів

Показник	Концентрат	Обкотиші	Загалом	Абсолютна зміна	Відносна зміна (%)
Дохід, млрд грн	10,26	13,5	23,76	+1,26	+5,6%
Собівартість, млрд грн	4,23	4,23	8,46	-0,74	-8%
Валовий прибуток, млрд грн	6,03	9,27	15,3	+2	+15%
Чистий прибуток, млрд грн	4,04	6,21	10,25	+1,35	+15%
Рентабельність реалізації, %	43	43	43	+3 п.п.	+7,5%

Загальні висновки

1. Економічний ефект від заходів:

- Приріст чистого доходу: +1,26 млрд грн.
 - Скорочення витрат: -0,74 млрд грн.
 - Збільшення чистого прибутку: +1,35 млрд грн.
 - Зростання валового прибутку: +2 млрд грн.
2. Підвищення рентабельності реалізації до 43% забезпечить додаткові конкурентні переваги підприємства.
3. Значення для підприємства:
- Покращення фінансового стану.
 - Зміцнення позицій на внутрішньому та міжнародному ринках.
 - Підвищення якості продукції сприятиме збільшенню лояльності клієнтів.

Систематизуємо наведену вище інформацію в табл. 3.8

Таблиця 3.8.

Прогнозні значення основних фінансових показників від заходів з підвищення конкурентоспроможності продукції ПРАТ «Центральний ГЗК»

Показник	Базовий рік (2021 р.)	Прогнозований рік 2022 р.	Абсолютна зміна	Відносна зміна (%)
Чистий дохід, млрд грн	22,5	23,76	+1,26	+5,6%
Собівартість, млрд грн	9,2	8,46	-0,74	-8%
Валовий прибуток, млрд грн	13,3	15,3	+2	+15%
Чистий прибуток, млрд грн	8,9	10,25	+1,35	+15%

Таким чином, отримаємо:

1. Чистий дохід: Прогнозоване зростання на 1,26 млрд грн (+5,6%) завдяки підвищенню цін на продукцію.
2. Собівартість: Зниження на 0,74 млрд грн (-8%) завдяки оптимізації витрат і модернізації виробництва.
3. Валовий прибуток: Приріст на 2 млрд грн (+15%) завдяки зростанню доходу і скороченню витрат.
4. Чистий прибуток: Очікуване збільшення на 1,35 млрд грн (+15%).
5. Рентабельність реалізації: Підвищення з 40% до 43%, що свідчить про покращення ефективності діяльності підприємства.

Результати демонструють суттєве поліпшення фінансових показників, яке підтверджує ефективність запропонованих заходів з підвищення конкурентоспроможності продукції ПРАТ «Центральний ГЗК».

ВИСНОВКИ

В першому розділі магістерської кваліфікаційної роботи розглянуті основні теоретико-методичні аспекти конкурентоспроможності та визначені фактори, які здійснюють вплив на підвищення рівня конкурентоспроможності продукції підприємства. Зокрема систематизовано та узагальнено тлумачення поняття «конкурентоспроможність продукції» - це динамічна характеристика, що є основою конкурентоспроможності підприємства, яка створюється під впливом факторів внутрішнього та зовнішнього характеру і в певний момент часу може бути представлена більш високим сукупним рівнем якісних характеристик продукції, належним рівнем витрат на її виготовлення та споживання у порівнянні з товарами фірм-конкурентів, що забезпечують для підприємства конкурентні переваги на певному ринковому сегменті. Також розглянуто алгоритм здійснення оцінки конкурентоспроможності, визначені групи параметрів конкурентоспроможності продукції, серед яких можна виділити економічні, технічні і нормативні, опрацьовані фактори конкурентоспроможності зовнішнього та внутрішнього рівня та відзначені напрямки підвищення конкурентоспроможності продукції на визначеному ринку для гірничо-збагачувального підприємства.

В другому розділі кваліфікаційної магістерської роботи було проаналізовано основні техніко-економічні та фінансово-економічні показники ПРАТ «ЦГЗК» за два роки (2020-2021рр.), та в динаміці за п'ять років (2017-2021рр.). Виробництво основних видів товарної продукції ПРАТ «ЦГЗК» у 2021р. дещо зменшилось: на 41 тис.тон або на 2,1% по концентрату і на 11 тис.тон або на 0,5% по окаткам порівняно із 2020р., в результаті обсяги виробництва товарного концентрату склали 2,396 млн.тон, а окатків 2,259 млн.тон. Підприємство продемонструвало досить високий рівень прибутку і рентабельності у 2021р. Так, чистий прибуток ПРАТ «ЦГЗК» у 2021р. зріс до 8,92 млрд.грн, що більше, ніж у 2020р. на 7,319 млрд.грн або на 497%. Внаслідок

цього рентабельність реалізації продукції зросла з 13% у 2020р. до 40% у 2021р., тобто на 27%.

За результатами аналізу конкурентного середовища ПРАТ «ЦГЗК», було визначено його основні сильні та слабкі сторони.

Сильні сторони підприємства - це:

1) Підвищення якісних характеристик окатків підприємства, внаслідок чого воно увійшло на ринок сировини для технології DRI. Укладено контракт з AL Ezz Dekheila Steel Company (Єгипет) на постачання 8 суднових партій по 70 тис. тонн DR-окатків на місяць по повній DR-премії.

2) Зростання чистого доходу підприємства у 2021р. на 84% через зростання цін на ЗРС, що дало значне покращення його техніко-економічних і фінансових показників: чистий прибуток збільшився на 497%, рентабельність реалізації зросла до 40%, витрати скоротились до 0,41 грн на 1 грн реалізованої продукції.

3) Покращення фінансового стану підприємства у 2021р. через зменшення його поточної дебіторської заборгованості на 49%, а поточних зобов'язань - на 75%.

Слабкі сторони підприємства - це:

1) .Негативні тенденції в динаміці деяких техніко-економічних показників протягом 2017-2020рр.: зростання витрат на 1 грн реалізованої продукції до 0,63 грн; зменшення фондівіддачі.

2) Негативні тенденції в динаміці деяких фінансово-економічних показників протягом 2017-2020рр.: великі обсяги поточної дебіторської та кредиторської заборгованостей, та значна їх частка в балансі (у 2020р. 43% і 48%, відповідно); перевищення зобов'язань над власним капіталом; зниження валового і чистого прибутку, і, відповідно, зниження рентабельності реалізації до 13%.

3) Значна залежність фінансово-економічної ефективності діяльності підприємства від кон'юнктури ринку: цін на залізорудну сировину та цін на елементи витрат.

На внутрішньому ринку концентрату ПРАТ «ЦГЗК» конкурує з АТ «ПІВДГЗК» та всередині «Метінвест Холдингу» з ПРАТ «ПІВНГЗК» та «ПРАТ «ІНГЗК». На вітчизняному ринку обкотишів ПРАТ «ЦГЗК» конкурує (внутрішньо) з ПРАТ «ПІВНГЗК». ПРАТ «ПолтГЗК» всю продукцію останні роки повністю експортує.

ПРАТ «ЦГЗК» на зовнішньому ринку концентрату конкурує з російськими комбінатами (ВАТ «Лебединський ГЗК», ВАТ «Михайлівський ГЗК», ВАТ «Стойленський ГЗК», ВАТ «Ковдорський ГЗК», ВАТ «Комбінат «КМАруда»). ПРАТ «ЦГЗК» на зовнішньому ринку обкотишів конкурує з українськими підприємствами (ПРАТ «ПолтГЗК»), російськими комбінатами (ВАТ «Лебединський ГЗК», ВАТ «Михайлівський ГЗК») та залізородними постачальниками зі Швеції, Бразилії, Австралії, Індії та Канади, зокрема такими потужними підприємствами як «Vale» (Бразилія), «ВНР Billiton» та «Rio Tinto» (Австралія).

За результатами побудови конкурентної карти вітчизняного ринку можна сказати, що ПРАТ «ЦГЗК» не є лідером галузі, в першу чергу, через малу частку ринку, низькі темпи приросту частки ринку та невеликі обсяги реалізації у порівнянні з конкурентами, але має значний потенціал для покращення своїх конкурентних позицій на ринку в першу чергу за рахунок підвищення якості своєї продукції і формування оптимальної товарної стратегії з метою підвищення експортного потенціалу в майбутньому.

За результатами побудови конкурентної карти європейського ринку відзначимо, що незважаючи на лідируючі позиції бразильських і шведських виробників залізородної сировини на світовому ринку, для ПРАТ «ЦГЗК» є всі можливості для збільшення долі своєї присутності за рахунок, в першу чергу, якості продукції, нарощення виробництва та раціональної товарної політики.

На основі проведеного всебічного аналізу діяльності ПРАТ «Центральний ГЗК», вивчення основних техніко-економічних та фінансових показників та врахування факторів зовнішнього середовища пропонуються заходи, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності продукції, орієнтовані на її якість,

вартість та ринкову привабливість:

1. Покращення якісних характеристик продукції
2. Розробка нових видів продукції
3. Оптимізація витрат і ціноутворення
4. Екологізація продукції
5. Покращення логістики та доступності продукції

На основі проведених розрахунків щодо впровадження запропонованих заходів для основних видів продукції підприємства — залізорудного концентрату та обкотишів — зроблено комплексну оцінку їх ефективності. Вона свідчить про суттєві позитивні зміни у фінансово-економічних показниках підприємства.

1. В результаті підвищення якості продукції, оптимізації витрат і зростання ціни реалізації чистий дохід підприємства збільшиться з 22,5 млрд грн до 23,76 млрд грн, що становить приріст на 1,26 млрд грн (+5,6%).

2. Завдяки впровадженню енергоефективних технологій, покращенню логістики та модернізації виробничих процесів собівартість зменшиться з 9,2 млрд грн до 8,46 млрд грн, що забезпечить економію у розмірі 0,74 млрд грн (-8%).

3. Приріст валового прибутку складе +2 млрд грн (+15%), піднявши його рівень з 13,3 млрд грн до 15,3 млрд грн. Цей показник є наслідком як зростання доходів, так і зниження собівартості.

4. Завдяки запропонованим заходам чистий прибуток зросте з 8,9 млрд грн до 10,25 млрд грн, тобто на +1,35 млрд грн (+15%). Це безпосередньо свідчить про фінансову ефективність реалізованих змін.

5. Рентабельність реалізації продукції зросте з 40% до 43%, що свідчить про покращення ефективності діяльності підприємства та збільшення прибутковості на одиницю реалізованої продукції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Башук Г.О. Економіко-інноваційна модель конкурентоспроможності продукції в Україні. / *Економіка та держава*. – 2013. – № 6. – С. 102–106.
2. Березняк Н.В. Методичні підходи до побудови моделі кон'юнктурного дослідження, проведення аналізу і прогнозу ринкової кон'юнктури / Н.В. Березняк // *Наука, технології, інновації*. – 2017. – № 1 (1). – С. 39-45.
3. Бугас Н. В., Пилипенко Ю. А. Експортний потенціал у системі зовнішньоекономічної діяльності промислового підприємства. / *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія: Економічні науки*. К.: 2015. № 6 (93), с. 14–21.
4. Варава Л. М. Управління конкурентоспроможністю на підприємствах сировинних галузей: монографія / Л.М. Варава, О.А. Темченко. – Кривий Ріг: Вид. центр КТУ, 2009. – 254 с.
5. Варава Л. М., Бученкова О.В. Визначення перспектив експортної діяльності та вихід на зовнішні ринки ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг». *Економіка та держава*. - 2017. - № 7. - С. 18-23. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2017_7_6.
6. Василенко В.О., Ткаченко Т.І. Стратегічне управління підприємством. Навч. посібник. – К.: ЦНЛ, 2004. – 400 с.
7. Гузар Б.С. Основні фактори впливу на конкурентоспроможність продукції / Б.С. Гузар, О.С. Цикалюк // *Інноваційна економіка*. – 2012. – № 11. – С. 277–280.
8. Дименко Р. Конкурентні стратегії як засіб забезпечення конкурентоспроможності підприємства. / *Економіка розвитку*. 2011. № 3 (39).
9. Дідківський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. посібник. / Дідківський М.І – К.: Знання, 2006. – 462 с.
10. Довгань Д. А. Конкурентоспроможність вітчизняного експорту продукції ГМК на світовому ринку / Д. А. Довгань // *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка та менеджмент*.

- 2016. - Вип. 17. - С. 17-20. - Режим доступу:
http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2016_17_6

11. Должанський І. З. Конкуреноспроможність підприємства : навч. посіб. / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. – К. : Центр навч. л-ри, 2006. – 384 с.

12. Дунська А. Р. Управління міжнародною конкуреноспроможністю вітчизняних підприємств на інноваційній основі / А. Р. Дунська // *Актуальні проблеми економіки*. – 2012. – № 7. – С. 104–109.

13. Клименко С.М. Управління конкуреноспроможністю підприємства: Навчальний посібник / С.М. Клименко, О.С. Дуброва, Д.О. Барабась, Т.В. Омеляненко, А.В. Вакулєнко– К.: КНЕУ, 2006. – 527 с.

14. Клименко С.М. Управління конкуреноспроможністю підприємства / С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась та ін. – К.: КНЕУ, 2008. – 520 с.

15. Літвінова В. О. Порівняльний аналіз розрахункових методів визначення рівня конкуреноспроможності продукції / *Вісник соціально-економічних досліджень*. – К.: 2013. Вип. 4(51). С. 81-87

16. Літвінова В. О. Проблеми класифікації факторів конкуреноспроможності продукції [Електронний ресурс] / *Науковий вісник Ужгородського університету*. – Ужгород: 2018. – С. 165-171.

17. Міщенко А.П. Стратегічне управління. Навч. посібник. – К.: ЦНЛ, 2004. – 336 с.

18. Моргун Г.В. Концепція стратегічного управління експортно-імпоротної діяльності підприємства / Г.В. Моргун // *Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки»*. – 2014. – № 2, том 1. – 235 с. – С. 71-77.

19. Мушнікова С.А. Сучасний стан та перспективи розвитку підприємств металургійної галузі України / С.А. Мушнікова // *Вісник економіки транспорту і промисловості*. – 2019. – № 68. – С. 273-279.

20. Оберемчук В.Ф. Стратегія підприємства. – К.: МАУП, 2000. – 128с.

21. Панасенко Д.А. Конкурентоспроможність підприємства: сутнісна та функціональна характеристики. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Львів: 2012. № 727. С. 270-276.
22. Пасічник І.Ю. Теоретичні положення управління конкуренто - спроможністю продукції. *Бізнес Інформ*. 2018. № 2016. С. 316–320.
23. Піддубна Л.І. Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання та управління: *Монографія*. - Х.: ВД «ІНЖЕК», 2007. - 368 с.
24. Портер М. Конкурентна стратегія: Методика аналізу галузей та конкурентів: навч. посіб.; пер. з англ. М.: Альпіна Бізнес Букс, 2010. 454 с.
25. Портер М.Е. Стратегія конкуренції. Пер. з англ. А. Олійник, Р. Сільський. – К.: Основи, 2009. – 390 с.
26. Разумова, К. М., Темченко, О.А., Шевчук, Н. А., Максимова, О. С. Обґрунтування логістичних систем управління підприємством на основі ABC та XYZ-аналізу / *Science-Based Technologies./ Наукоємні технології*. 2021. – № 3(51), С.281-291.
27. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: [навч. посіб.]. [3-тє вид., випр. і доп.]. К.: Знання, 2007. 668 с
28. Цобер І. Ю. Аналіз підходів до оцінювання конкурентоспроможності підприємств / І. Ю. Цобер // *Актуальні проблеми економіки*. – 2009. – № 6. С. 151–155.
29. Швед В.В. Конкурентоспроможність підприємства та особливості їх визначення в сучасних умовах / В.В. Швед, С.Л. Яблочников *Вісник Дніпропетровського університету*. 2013. Випуск 7/1. С. 92-97.
30. Шершньова З.Є. Стратегічне управління. Підручник. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.
31. Шершньова З.Є., Оборська С.В. Стратегічне управління: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 1999. – 384 с.

32. Юдін М. Порівняльна характеристика методів оцінки конкурентоспроможності продукції [Електронний ресурс]. *Економіст* – 2010 - №6 С.40.

33. Офіційний сайт ПРАТ «Центральний ГЗК» Режим доступу:
[ttps://cgok.metinvestholding.com](https://cgok.metinvestholding.com)

34. Офіційний сайт Групи компаній МЕТІНВЕСТ: Режим перегляду:
<https://metinvestholding.com>

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
"ЦЕНТРАЛЬНИЙ ГЗК"

#00190977

Фінансова звітність за 2021 рік

2022 2021 2020

J0900108 Баланс (Звіт про фінансовий стан)

Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	39 850.00	36 130.00
первісна вартість	1001	84 845.00	76 486.00
накопичена амортизація	1002	44 995.00	40 356.00
Незавершені капітальні інвестиції	1005	929 213.00	900 846.00
Основні засоби	1010	8 287 612.00	7 816 068.00
первісна вартість	1011	10 932 052.00	12 185 794.00
знос	1012	2 644 440.00	4 369 726.00
Інвестиційна нерухомість	1015	0.00	0.00
первісна вартість	1016	0.00	0.00
знос	1017	0.00	0.00
Довгострокові біологічні активи	1020	0.00	0.00
первісна вартість	1021	0.00	0.00
накопичена амортизація	1022	0.00	0.00
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0.00	0.00
інші фінансові інвестиції	1035	139.00	139.00
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	4 725.00	4 788.00
Відстрочені податкові активи	1045	66 458.00	77 465.00
Гудвіл	1050	0.00	0.00
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0.00	0.00
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0.00	0.00
Інші необоротні активи	1090	0.00	0.00
Усього за розділом I	1095	9 327 997.00	8 835 436.00

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього періоду, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
II. Оборотні активи	1100	405 381.00	769 153.00
Запаси			
Виробничі запаси	1101	187 371.00	245 586.00
Незавершене виробництво	1102	20 239.00	23 151.00
Готова продукція	1103	197 771.00	500 416.00
Товари	1104	0.00	0.00
Поточні біологічні активи	1110	0.00	0.00
Депозити перестраховання	1115	0.00	0.00
Векселі одержані	1120	0.00	0.00
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	7 309 660.00	3 474 371.00
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	95 513.00	18 059.00
з бюджетом	1135	174 448.00	258 154.00
у тому числі з податку на прибуток	1136	0.00	0.00
з нарахованих доходів	1140	0.00	0.00
із внутрішніх розрахунків	1145	21 378.00	21 779.00
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	72 036.00	127 965.00
Поточні фінансові інвестиції	1160	103.00	103.00
Г роші та їх еквіваленти	1165	392 751.00	21 586.00
Готівка	1166	0.00	0.00
Рахунки в банках	1167	166 596.00	21 586.00
Витрати майбутніх періодів	1170	135 789.00	182 068.00
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0.00	0.00
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0.00	0.00
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0.00	0.00
резервах незароблених премій	1183	0.00	0.00
інших страхових резервах	1184	0.00	0.00
Інші оборотні активи	1190	63 210.00	38 244.00
Усього за розділом II	1195	8 670 269.00	4 911 482.00
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0.00	0.00
Баланс	1300	17 998 266.00	13 746 918.00

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього періоду, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
I. Власний капітал	1400	296 635.00	296 635.00
Зареєстрований (пайовий) капітал			
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0.00	0.00

Назва рядка	Код рядка	На початок звітнього періоду, тис. грн	На кінець звітнього періоду, тис. грн
Капітал у дооцінках	1405	1 595 545.00	1 206 832.00
Додатковий капітал	1410	239 338.00	239 338.00
Емісійний дохід	1411	103 628.00	103 628.00
Накопичені курсові різниці	1412	0.00	0.00
Резервний капітал	1415	73 238.00	73 238.00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	5 063 437.00	7 983 406.00
Неоплачений капітал	1425	0.00	0.00
Вилучений капітал	1430	0.00	0.00
Інші резерви	1435	0.00	0.00
Усього за розділом I	1495	7 268 193.00	9 799 449.00
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0.00	0.00
Пенсійні зобов'язання	1505	1 198 773.00	1 137 392.00
Довгострокові кредити банків	1510	321 043.00	285 839.00
Інші довгострокові зобов'язання	1515	448 013.00	263 708.00
Довгострокові забезпечення	1520	67 313.00	95 539.00
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0.00	0.00
Цільове фінансування	1525	0.00	0.00
Благодійна допомога	1526	0.00	0.00
Страхові резерви	1530	0.00	0.00
у тому числі: резерв довгострокових зобов'язань	1531	0.00	0.00
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0.00	0.00
резерв незароблених премій	1533	0.00	0.00
інші страхові резерви	1534	0.00	0.00
Інвестиційні контракти	1535	0.00	0.00
Призовий фонд	1540	0.00	0.00
Резерв на виплату джек-поту	1545	0.00	0.00
Усього за розділом II	1595	2 035 142.00	1 782 478.00
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	0.00	0.00
Векселі видані	1605	0.00	0.00
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	25 807.00	13 392.00
товари, роботи, послуги	1615	888 618.00	1 560 981.00
розрахунками з бюджетом	1620	415 266.00	346 427.00
у тому числі з податку на прибуток	1621	200 927.00	112 036.00
розрахунками зі страхування	1625	12 621.00	13 398.00
розрахунками з оплати праці	1630	45 824.00	47 088.00
за одержаними авансами	1635	6 367.00	6 203.00
за розрахунками з учасниками	1640	7 158 566.00	14 088.00

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
із внутрішніх розрахунків	1645	0.00	0.00
за страховою діяльністю	1650	0.00	0.00
Поточні забезпечення	1660	136 202.00	158 802.00
Доходи майбутніх періодів	1665	0.00	0.00
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0.00	0.00
Інші поточні зобов'язання	1690	5 660.00	4 612.00
Усього за розділом III	1695	8 694 931.00	2 164 991.00
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0.00	0.00
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0.00	0.00
Баланс	1900	17 998 266.00	13 746 918.00

J0900207 Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

Фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	22 545 072.00	12 438 797.00
Чисті зароблені страхові премії	2010	0.00	0.00
Премії підписані, валова сума	2011	0.00	0.00
Премії, передані у перестраховання	2012	0.00	0.00
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0.00	0.00
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0.00	0.00
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	9 233 036.00	8 348 892.00
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0.00	0.00
Валовий: прибуток	2090	13 312 036.00	4 089 905.00
збиток	2095	0.00	0.00
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0.00	0.00
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0.00	0.00
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0.00	0.00
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0.00	0.00
Інші операційні доходи	2120	67 563.00	816 694.00

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0.00	0.00
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0.00	0.00
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0.00	0.00
Адміністративні витрати	2130	158 782.00	146 569.00
Витрати на збут	2150	1 728 353.00	1 537 941.00
Інші операційні витрати	2180	676 878.00	316 045.00
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0.00	0.00
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0.00	0.00
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	10 815 586.00	2 906 044.00
збиток	2195	0.00	0.00
Дохід від участі в капіталі	2200	0.00	0.00
Інші фінансові доходи	2220	190 883.00	7 627.00
Інші доходи	2240	63 915.00	2 934.00
Дохід від благодійної допомоги	2241	0.00	0.00
Фінансові витрати	2250	186 491.00	880 330.00
Втрати від участі в капіталі	2255	0.00	0.00
Інші витрати	2270	0.00	128 185.00
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0.00	0.00
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	10 883 893.00	1 908 090.00
збиток	2295	0.00	0.00
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-1 963 915.00	-307 024.00
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0.00	0.00
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	8 919 978.00	1 601 066.00
збиток	2355	0.00	0.00

Сукупний дохід

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-1 465.00	-18 107.00
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0.00	0.00
Накопичені курсові різниці	2410	0.00	0.00
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0.00	0.00
Інший сукупний дохід	2445	167 742.00	-106 328.00
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	166 277.00	-124 435.00
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	29 930.00	-22 351.00
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	136 347.00	-102 084.00
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	9 056 325.00	1 498 982.00

Елементи операційних витрат

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Матеріальні затрати	2500	4 004 082.00	2 961 969.00
Витрати на оплату праці	2505	1 245 417.00	1 166 251.00
Відрахування на соціальні заходи	2510	267 627.00	249 773.00
Амортизація	2515	2 000 977.00	2 097 514.00
Інші операційні витрати	2520	5 249 867.00	4 877 050.00
Разом	2550	12 767 970.00	11 352 557.00

Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, грн	За аналогічний період попереднього року, грн
Середньорічна кількість простих акцій	2600	1 186 540 000.00	1 186 540 000.00
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	1 186 540 000.00	1 186 540 000.00
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	7.52	1.35
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	7.52	1.35
Дивіденди на одну просту акцію	2650	6.57	1.24

J0900904 Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом)

Рух коштів у результаті операційної діяльності

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Надходження від: Реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3000	27 032 460.00	11 926 752.00
Повернення податків і зборів	3005	681 127.00	1 257 752.00
у тому числі податку на додану вартість	3006	681 076.00	1 257 558.00
Цільового фінансування	3010	0.00	0.00
Надходження від отримання субсидій, дотацій	3011	0.00	0.00
Надходження авансів від покупців і замовників	3015	25 668.00	11 825.00
Надходження від повернення авансів	3020	25 245.00	21 129.00
Надходження від відсотків за залишками коштів на поточних рахунках	3025	3 157.00	4 605.00
Надходження від боржників неустойки (штрафів, пені)	3035	1 492.00	7 735.00
Надходження від операційної оренди	3040	0.00	0.00
Надходження від отримання роялті, авторських винагород	3045	0.00	0.00
Надходження від страхових премій	3050	0.00	0.00
Надходження фінансових установ від повернення позик	3055	0.00	0.00
Інші надходження	3095	42 192.00	746 221.00
Витрачання на оплату: Товарів (робіт, послуг)	3100	5 961 031.00	4 306 180.00
Праці	3105	946 351.00	894 649.00
Відрахувань на соціальні заходи	3110	257 341.00	243 421.00
Зобов'язань з податків і зборів	3115	3 228 059.00	1 134 836.00
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на прибуток	3116	2 093 743.00	227 903.00
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на додану вартість	3117	0.00	0.00
Витрачання на оплату зобов'язань з інших податків і зборів	3118	1 134 316.00	906 933.00
Витрачання на оплату авансів	3135	2 155 975.00	2 994 123.00
Витрачання на оплату повернення авансів	3140	14.00	0.00
Витрачання на оплату цільових внесків	3145	0.00	0.00
Витрачання на оплату зобов'язань за страховими контрактами	3150	0.00	0.00
Витрачання фінансових установ на надання позик	3155	0.00	0.00
Інші витрачання	3190	332 149.00	253 163.00
Чистий рух коштів від операційної діяльності	3195	14 930 421.00	4 149 647.00

Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Надходження від реалізації: фінансових інвестицій	3200	0.00	0.00
необоротних активів	3205	752.00	7 535.00
Надходження від отриманих: відсотків	3215	1 917.00	3 022.00
дивідендів	3220	0.00	0.00
Надходження від деривативів	3225	0.00	0.00
Надходження від погашення позик	3230	0.00	0.00
Надходження від вибуття дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3235	0.00	0.00
Інші надходження	3250	131 384.00	0.00
Витрачання на придбання: фінансових інвестицій	3255	0.00	45 584.00
необоротних активів	3260	1 631 457.00	1 739 079.00
Виплати за деривативами	3270	0.00	0.00
Витрачання на надання позик	3275	0.00	0.00
Витрачання на придбання дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3280	0.00	0.00
Інші платежі	3290	139 113.00	0.00
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	3295	-1 636 517.00	-1 774 106.00

Рух коштів у результаті фінансової діяльності

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Надходження від: Власного капіталу	3300	0.00	0.00
Отримання позик	3305	0.00	321 472.00
Надходження від продажу частки в дочірньому підприємстві	3310	0.00	0.00
Інші надходження	3340	0.00	0.00
Витрачання на: Викуп власних акцій	3345	0.00	0.00
Погашення позик	3350	0.00	0.00
Сплату дивідендів	3355	13 539 664.00	2 455 321.00
Витрачання на сплату відсотків	3360	0.00	0.00
Витрачання на сплату заборгованості з фінансової оренди	3365	71 586.00	18 797.00
Витрачання на придбання частки в дочірньому підприємстві	3370	0.00	0.00

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Витрачання на виплати неконтрольованим часткам у дочірніх підприємствах	3375	0.00	0.00
Інші платежі	3390	0.00	2 060.00
Чистий рух коштів від фінансової діяльності	3395	-13 611 250.00	-2 154 706.00
Чистий рух грошових коштів за звітний період	3400	-317 346.00	220 835.00
Залишок коштів на початок року	3405	392 751.00	146 111.00
Вплив зміни валютних курсів на залишок коштів	3410	-53 819.00	25 805.00
Залишок коштів на кінець року	3415	21 586.00	392 751.00