

привабливий образ та імідж компанії і викликає довіру у покупців; сприяє підвищенню лояльності споживачів.

### **Список літератури.**

1. Оберемчук В.Ф. Формування та реалізація ефективних стратегій розвитку бренда як засіб підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Агросвіт*. 2012. №1. С. 17–21.

2. Королюк Н.Я. Обґрунтування необхідності оцінки ефективності використання бренду. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. Випуск 13. Ч.4. С. 43–46.

3. Трофимов Я.И. Брендинг и идентификация настоящего и будущего. Одесса : Пласке, 2009. 96 с.

УДК 339.137

## **КОНКУРЕНТНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ГІРНИЧОДОБУВНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ**

**Пасічник Н.В.**, к.е.н., доцент кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Гусак А.С.**, здобувач. Криворізький національний університет

**Вступ.** На даному етапі розвитку промисловість залишається провідним видом економічної діяльності країни. Частка продукції добувної промисловості у загальному обсязі реалізованої промислової продукції становить 13%, що свідчить про вагоме значення гірничодобувної галузі та зумовлює важливість поглибленого дослідження її конкурентоспроможності в умовах уповільнення промислового розвитку України.

**Мета роботи** – дослідження основних тенденцій ринку продукції добувної промисловості та конкурентних позицій гірничодобувних підприємств України.

**Матеріали та методи.** Основними матеріалами дослідження є річна фінансова звітність добувних підприємств, статистичні матеріали, монографічні дослідження, періодична економічна література. У роботі застосовані методи

теоретичного узагальнення, статистичних досліджень, системного аналізу і синтезу, порівняння, графічний метод.

**Результати.** Гірнична галузь продемонструвала у 2018 році порівняно з 2017 роком приріст доданої вартості на 1,4%, але суттєво сповільнила зростання промислового виробництва (з 5,1% до 2,3%), будівництва (з 27% до 5,5%) і транспорту (з 4,3% до 1,6%), що свідчить про погіршення інвестиційних настроїв та зовнішньої кон'юнктури. Підтвердженням такої думки є динаміка обсягів виробництва окремих видів продукції добувної промисловості (табл. 1).

Таблиця 1

Обсяги виробництва окремих видів продукції добувної промисловості  
України за 2011–2018 роки, млн. т

Найменування продукції	Рік							
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Руди залізні неагломеровані, млн. т	173,00	176,00	185,00	184,00	175,00	168,00	166,00	161,00
Концентрати залізородні неагломеровані, млн. т	66,50	67,10	70,40	68,30	66,90	62,90	60,60	60,50
Концентрати залізородні агломеровані, млн. т	64,40	64,60	67,60	60,20	55,20	56,70	50,80	53,10

*Розроблено авторами на основі [2].*

Можна спостерігати існування тенденції зменшення обсягів виробництва у гірничодобувній промисловості, спричиненої торгівельною блокадою непідконтрольних територій у 2014–2018 роках і нестабільною економічною ситуацією в цілому, що безпосередньо впливає і на довіру інвесторів (інвестування в основний капітал сповільнилося на 6,6% у 2018 році).

Основними конкурентами-виробниками залізної руди в Україні є ПАТ «Криворізький залізородний комбінат», ПрАТ «Суша Балка», ПрАТ «Запорізький залізородний комбінат». На основі показників табл. 2, можна стверджувати про більшу конкурентоспроможність підприємства ПАТ «Кривбасзалізрудком» серед інших гірничодобувних підприємств України, оскільки показники виробництва та реалізації продукції за 2018 рік є найвищими серед досліджуваних добувних підприємств галузі. При цьому ціна є найвищою, а

витрати на 1 гривню продукції становлять 0,54 грн, що менше, ніж у найбільшого конкурента на 0,15 грн при найбільшій собівартості реалізованої продукції. Підприємство надає 7995 робочих місць. Майже 70% продукції підприємства зорієнтовано на експорт.

Таблиця 2

Основні показники діяльності підприємств-конкурентів виробників залізної руди в Україні за 2018 рік

Показник	Од. виміру	ПАТ «КЗРК»	ПрАТ «Суша Балка»	ПрАТ «ЗЗРК»
Обсяги виробництва	тис. грн	4945536,00	3030103,00	3548307,90
	тис. т	4581,00	2743,20	4552,00
Обсяг реалізації	тис. грн	4990167,00	3370115,00	3518206,00
	тис. т	4320,59	3166,00	4464,63
Собівартість реалізованої продукції	тис. грн	2695067,00	1680204,00	2442223,00
Середня ціна 1т руди	грн	1154,97	1064,47	788,02
Витрати на 1 грн	грн	0,54	0,50	0,69
Середньооблікова чисельність працівників	осіб	7 995	2955	4627
Експорт продукції	%	69,00	36,40	46,00

*Розроблено авторами на основі [1].*

Таким чином, проаналізувавши загальний стан галузі, основні тенденції та показники підприємств-конкурентів добувної промисловості можна стверджувати, що рівень конкуренції на ринках збуту залізорудної сировини оцінюється як стабільно помірний у зв'язку з тим, що споживання та виробництво залізорудної сировини є мало динамічним з точки зору виникнення нових суб'єктів як з боку виробників, так і з боку споживачів, і є орієнтованим на довгострокові стосунки.

Але при цьому слід зауважити, що існують ризики як на вітчизняному, так і на зовнішньому ринках залізорудної сировини. До них відносяться специфічність товару, який є чистим додатком як сировина для діяльності тільки металургійних комбінатів; нестабільність ціни та попиту на ринку залізорудної продукції; коливання курсу гривні до іноземних валют; зростання ціни на енергоносії, цін на матеріали та послуги; відтік трудових ресурсів; зниження рівня надійності проведення контрагентами господарської діяльності; невизначеність майбутнього

світової економіки, що призводить до подорожчання кредитних ресурсів та відповідно до зниження активності в галузі будівництва та машинобудування.

Перелічені фактори негативно впливають на розвиток підприємств галузі та є чинниками незапланованих витрат.

**Висновки.** У подальшому позитивний вплив на підвищення конкурентоспроможності підприємств галузі матиме зростання цін на сировинні товари на зовнішніх ринках та, відповідно, покращення умов торгівлі. Оскільки у гірничодобувній промисловості пріоритетним є виробництво сировини з найвищою якістю, необхідним є підвищення інвестиційної привабливості підприємств України та здійснення заходів щодо своєчасного обслуговування, оновлення обладнання, механізації та автоматизації виробничих процесів.

### **Список літератури.**

1. Електронна звітність. URL: <https://smida.gov.ua/db/participant/00191307>.
2. Обсяг реалізованої промислової продукції за видами діяльності. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/pr/orp/orp\\_u/arh\\_orp\\_u.html](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/pr/orp/orp_u/arh_orp_u.html).

УДК 338.2:658

## **ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

**Шахно А.Ю.**, д.е.н., доцент, завідувач кафедри економіки, організації та управління підприємствами, **Боднар І.В.**, здобувач. Криворізький національний університет

**Вступ.** Організація та розвиток малого бізнесу в Україні є тією складовою, якої потребує країна на сьогоднішній день. Підприємці, які знаходяться на початковому етапі створення власної справи або лише починають розвивати свій бізнес, чудово розуміють, що саме упровадження подібних заходів на підприємстві та прийняття правильних рішень здатні покращити соціально-економічне становище держави задля подальшого розвитку економіки України.

Оскільки економіка України перебуває в умовах ринкової трансформації, то розвиток підприємництва має стати одним з найважливіших факторів її соціально-економічного зростання. Але на сьогодні в Україні відсутній дієвий