

Кульчицкий Я.В. Современный концептуальный подход к трактовке экономических систем в условиях становления информационного общества и экономики знаний

Проанализированы основные теоретико-методологические подходы отечественных и зарубежных ученых к трактовке экономических систем в условиях усиления глобализации в контексте современного парадигмального дискурса. Сделана попытка выяснить, какие истоки и причины обусловили эволюцию подходов к пониманию содержания экономических систем и на какие именно теоретические основы опираются исследователи в своих выводах. Критически оценивая взгляды отечественных и зарубежных ученых, автор обосновывает собственный концептуальный подход к трактовке экономических систем в условиях становления информационного и общества знаний, а также предлагает определение экономической системы как научной категории современной экономической теории.

Ключевые слова: современные экономические системы, методология, глобализация, информационное общество, общество знаний, постиндустриальная парадигма.

Kul'chyts'kyj Ya.V. Modern Conceptual Approach to the Interpretation of Economic Systems in the Conditions of Becoming Informative and of Knowledge Society

Some basic theoretic-methodological approaches of home and foreign scientists to interpretation of the economic systems in the conditions of strengthening of globalization in the context of a modern paradigm discourse are analysed. An attempt is made to find out, what sources and reasons stipulated evolution of approaches to understanding of maintenance of the economic systems and what theoretical bases researchers consider in their conclusions. Critically estimating views of home and foreign scientists, author's own conceptual approach to the interpretation of the economic systems in the conditions of becoming informative knowledge society is substantiated, and also the determination of the economic system as a scientific category of modern economic theory is offered.

Key words: modern economic systems, methodology, globalization, informative society, knowledge society, post-industrial paradigm.

УДК 338.28:336.77

Доц. Т.В. Пуліна, д-р екон. наук – Запорізький НТУ

ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА СВІТОВОМУ РИНКУ МЕТАЛУРГІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Розглянуто основні аспекти визначення конкурентної позиції металургійного підприємства ПАТ "Запоріжсталь" на світовому ринку металопродукції з використанням моделі п'яти сил конкуренції М. Портера.

Під час дослідження ринкового середовища підприємства визначено, що ключові позиції на ринку займають провідні компанії з часткою ринку більше 2 %. Найбільший тиск ПАТ "Запоріжсталь" відчуває від постачальників електроенергії та природного газу. Значно впливають на підприємство споживачі продукції, враховуючи експорт-орієнтованість підприємства. Загроза конкурентоспроможності підприємства з боку товарів-замінників є мінімальною.

З'ясовано, для забезпечення стабільної конкурентної позиції ПАТ "Запоріжсталь" необхідно технічне переозброєння комбінату, а саме виведення з експлуатації мартенівських печей і впровадження киснево-конвертерного способу виплавки сталі, що розширить зовнішній і внутрішній ринки збуту металопродукції.

Ключові слова: конкурентна позиція, підприємство металургійної промисловості, модель п'яти сил конкуренції.

Актуальність проблеми. Посилення ролі конкуренції на внутрішньому та світовому ринках, з одного боку, та отримання більшої свободи у виборі кон-

курентної стратегії, з іншого, вимагають від керівників підприємств металургійної галузі прийняття більш виважених управлінських рішень, спрямованих на визначення конкурентної позиції підприємства.

Важливим кроком щодо утримання конкурентної позиції підприємства є якісно новий підхід до організації процесу стратегічного управління діяльністю підприємств металургійної галузі, оскільки особливої актуальності набуває своєчасне та адекватне реагування на зміни динамічного зовнішнього середовища, виклики процесів глобалізації та прискорення науково-технічного прогресу. Це, своєю чергою, змушує металургійні підприємства постійно удосконалювати методи і засоби стратегічного управління, з метою досягнення й утримання конкурентних позицій та забезпечення довгострокового розвитку підприємства.

Результати аналізу останніх наукових досліджень засвідчили, що дотепер в економічній літературі немає однозначного загальноприйнятого підходу до визначення конкурентної позиції підприємства на ринку. Різноманітні аспекти визначення конкурентної позиції підприємства висвітлено у наукових працях вітчизняних і зарубіжних вчених: І. Ансоффа [1], М. Портера [2], Ю. Рубіна [3], А. Бабошина [4], М. Саєнко [5] та ін. Основними чинниками, що зумовлюють наявність багатьох його трактувань, є різні позиції вчених, нечітке визначення об'єкта дослідження, ототожнення поняття конкурентна позиція підприємства з конкурентоспроможністю підприємства.

Метою роботи є визначення конкурентної позиції металургійного підприємства з використанням моделі п'яти сил конкуренції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Важливим кроком у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства є визначення його конкурентної позиції відносно основних конкурентів та ринкових умов. Як відомо, конкурентна позиція – це становище підприємства відносно суб'єктів конкурентного оточення, яке утворюється із сукупності позицій, які підприємство займає і відстоює в конкурентному середовищі [3]. Як вважає А.В. Бабошин, вона формується в процесі здійснення підприємством конкурентних дій, під час яких відбувається реалізація потенціалу конкурентоспроможності певної організації. Придбання конкурентної позиції підприємством впливає на зміну рівня, а також на можливість реалізації конкурентоспроможності наступних конкурентних дій [4, с. 117]. М. Саєнко зазначає, що шляхом порівняння конкурентних позицій кількох підприємств на певному ринку можна оцінювати конкурентоспроможність конкретного підприємства [5]. Тому запропоновано дослідити конкурентне середовище МК "Запоріжсталь" та визначити конкурентну позицію підприємства серед інших виробників сталі в Україні та світі.

Згідно з моделлю п'яти сил конкуренції М. Портера, конкурентна позиція підприємства визначається тим, наскільки ефективно організація протидіє таким конкурентним силам (рис.): новим конкурентам, які, випускаючи подібні товари, проникають у галузь; загрози напливу товарів-замінників (субститутів); компаніям-конкурентам, що вже закріпилися на галузевому ринку; впливу продавців (постачальників); впливу покупців (клієнтів) [2, с. 38].

Задачею аналізу конкуренції у галузі є оцінювання кожного фактора конкуренції та визначення рівня його тиску, а також вироблення ефективної стратегії, щоб в міру можливості захистити підприємство від впливу факторів конкуренції.

Постачальники сировини та ресурсів	Кокс, аглолура, концентрат залізорудний, ізнестняк для флосовання.
Компанії-поставщики:	- ПАТ «Запорізький залізрудний комбінат»; - ПАТ «Горловський коксохімічний завод»; - ПАТ «Балейкокс»; - ПАТ «Запорізький коксохімічний завод»; - ПАТ «Інгульський ГОК»; - ПАТ «СевГОК»; - ПАТ «Великоанодольський вогнетрубинний комбінат»; - ПАТ «Докучевський флосоломітовий комбінат».
Ферросплави:	ПАТ «Запорізький ферросплавний завод»
Сірня кислота:	- ПАТ "Концерн "Строїл"; - ДП «Константиновський державний хімічний завод»
Природний газ:	ПАТ «Запоріжгаз»
Електроенергія	ПАТ «Запоріжобленерго»

Потенційно нові конкуренти	Нові заводи Китаю, Індії, Латинської Америки, Південно-Східної Азії
Конкуренція між продавцями всередині галузі	1) ArcelorMittal (Люксембург) – 5,98%; 2) Nippon Steel (Японія) – 3,11%; 3) Hebei Steel Group (Китай) – 2,85%; 4) Baosteel Group (Китай) – 2,73%; 5) Wuhan Steel Group (Китай) – 2,44%; 6) Posco (Південна Корея) – 2,39%; 7) Shagang Group (Китай) – 2,18%; 8) Ansteel Group (Китай) – 2,09%; 9) Shougang Group (Китай) – 1,96%; 10) JFE (Японія) – 1,94%; 11) Северсталь (Росія) – 1,2%; 12) Евраз (Росія) – 1,2%; 13) ММК (Росія) – 0,9%; 15) Метінвест (Україна) – 0,89%; у тому числі Запоріжсталь – 0,3%; 16) ІСД (Україна) – 0,49%

Товари-замінники	- кольорові метали; - пластик, металопластик.
-------------------------	--

Рис. Модель п'яти сил конкуренції М. Портера для ПАТ "Запоріжсталь"

Споживачі	Україна (30,1% виробленої продукції); - ТОВ "Метінвест СМЦ"; - ПАТ "Комінст"; - ПАТ "Інтерлайп Україна"; - ПАТ «Мотор-Стч»; - ПАТ "Дніпростальсталь"; - ПАТ "ТЗ "ТРУБОСТАЛЬ"; - ПАТ «Дніпрогважаш»; - ПАТ «Кременугський автозавод»; - ПАТ «Токмакський ковальсько штамповочний завод»; - ПАТ «Херсонський судобудівний завод»; - ПАТ «Крюківський вагонобудівний завод»; - інші.
Ринки збуту:	Близьке та дальнє зарубіжжя (69,9% виробленої продукції), з них: - ОАО «АвтоВАЗ» (Росія); - ЗАО "Белгородметалоснаб" (Росія); - Profile Metal (Турція); - KIBAR HOLDING (Турція); - TRADE TRANS CO. LTD (Польща); - "METIMEX Limited" (Англія); - Crompton Greaves Ltd (Індія); - "SALONIX - TEH" S.R.L. (Молдова); - Activ Solar GmbH (Австрія); - ООД "Інтерком Групи" (Болгарія); - "PRIMETRAGE AG" (Швейцарія); - інші країни.

Розвиток металургійної галузі України відображає загальносвітову тенденцію нарощування потужності та збільшення обсягу виробництва металопродукції в багатьох країнах світу.

Світовий ринок сталі характеризується наявністю великої кількості виробників зі схожим асортиментом продукції, частка ринку яких залежить від обсягів виробничої потужності. Тому провідне місце в галузі займають інтегровані бізнес-групи, до складу яких входять виробники сталі в різних країнах світу. Лідером світового ринку сталі є група ArcelorMittal, яка виробляє 95 млн т сталі щороку. Найбільші українські виробники сталі у 2013 р. холдинг "Метінвест" та ФПГ "ІСД" посідали у світовому рейтингу, відповідно, 25-те місце (14,3 млн т сталі) та 44-те місце (7,9 млн т сталі) [6].

Світовий ринок сталі є висококонкурентним середовищем, де на частку трьох, чотирьох, восьми та десяти найбільших виробників у 2013 р. доводилося 11,94 %, 16,67 %, 23,62 % та 27,67 % відповідно (табл. 1).

Табл. 1. Концентрація ринкових часток найбільших світових виробників сталі у 2012-2013 рр.

Найменування компанії / групи	Виробництво сталі, млн т.		Ринкова частка, %	
	2012 р.	2013 р.	2012 р.	2013 р.
ArcelorMittal	93,6	96,1	6,0	5,98
Nippon Steel & Sumitomo Metal Corporation	47,9	50,1	3,07	3,11
Hebei Steel Group	42,8	45,8	2,74	2,85
Коефіцієнт ринкової концентрації трьох найбільших виробників (CR3)	-	-	11,8	11,94
Baosteel Group	42,7	43,9	2,73	2,73
Коефіцієнт ринкової концентрації чотирьох найбільших виробників (CR4)	-	-	14,53	14,67
POSCO	39,9	38,4	2,55	2,39
Wuhan Steel Group	36,4	39,3	2,33	2,44
Shagang Group	32,3	35,1	2,07	2,18
JFE	30,4	31,2	1,94	1,94
Коефіцієнт ринкової концентрації вісьмох найбільших виробників (CR8)	-	-	23,42	23,62
Ansteel Group	30,2	33,7	1,93	2,09
Shougang Group	23,0	31,5	1,47	1,96
Коефіцієнт ринкової концентрації трьох найбільших виробників (CR10)	-	-	26,82	27,67
Інші, в тому числі:	1170	1160,9	73,18	72,33
Метінвест	12,5	14,3	0,8	0,89
ІСД	8,5	7,9	0,54	0,49
Всього виробництво у світі	1559,2	1606	100	100

На відміну від світового ринку, український ринок є висококонцентрованим, де провідну роль до 2013 р. відігравала тільки одна компанія (металургійний холдинг "Метінвест"), на частку якого припадало більш ніж 40 % загального вітчизняного виробництва, зокрема в 2013 р. частка МК "Запоріжсталь" у загальному національному виробництві становила 11,51 % (табл. 2). За даними табл. 2, рівень концентрації ринкових часток за обсягом виробництва трьох найбільших металургійних комбінатів (не інтегрованих груп) у 2013 р. стано-

вив 41,29 % (АрселорМіттал Кривий Ріг, Маріупольський МК ім. Ілліча, МК "Запоріжсталь").

Табл. 2. Обсяги виробництва сталі українськими металургійними підприємствами в 2012-2013 рр.

Найменування компанії / групи	Виробництво сталі, млн т		Ринкова частка, %	
	2012 р.	2013 р.	2012 р.	2013 р.
Метінвест, в тому числі:	12,5	14,3	38,1	43,33
Маріупольський МК ім. Ілліча	3,982	4,35	12,14	13,18
МК "Запоріжсталь"	3,149	3,8	9,6	11,51
МК "Азовсталь"	2,729	3,2	8,3	9,6
МК "Єнакіївський МЗ"	2,668	2,95	8,1	8,9
ФПГ "ІСД", в тому числі:	8,5	7,9	25,9	23,93
Алчевський МК	3,469	3,242	10,57	9,8
Дніпровський МК ім. Дзержинського	3,159	2,95	9,63	8,9
АрселорМіттал Кривий Ріг	5,439	5,3	16,5	16,06
Дніпропетровський МЗ ім. Петровського	0,707	0,660	2,15	2,0
Донецький ЕМЗ	0,433	0,430	1,32	1,3
Донецьксталь	0,157	0,11	0,47	0,33
Інші	5,064	4,3	15,4	13,3
Україна разом	32,8	33,0	100	100

Якщо розглядати цей показник у розрізі трьох інтегрованих бізнес-груп, то його значення становило 83,32 % (7 підприємств). Отже, в Україні галузь чорної металургії характеризується станом олігополії.

Крім цього, за результатами аналізу ринку чорної металургії встановлено, що проникнення на ринок нових конкурентів істотно впливає на конкуренцію в галузі. При цьому вірогідність появи нових конкурентів на світовому ринку та ринку України залежить від високих вхідних бар'єрів, тому що будівництво металургійного комбінату становить 700-800 млн дол. До того ж забезпечення заводу дешевими енергоресурсами та сировиною, доступу до нових технологій виробництва металопродукції та ноу-хау компаній, які працюють у галузі, наявність доступу до кваліфікованого персоналу і нового обладнання та важкодоступність каналів збуту металопродукції є актуальною проблемою.

Виробництво металу є одним з найбільших енерго-, матеріаломістких виробництв, тому перспективними районами для зростання виробництва металу є ті, де найнижчі витрати на закупівлю енергоносіїв та сировини. Саме тому на сьогодні спостерігається зростання потужностей для виробництва металу в країнах Близького та Середнього Сходу, Китаї та Південній Африці. За результатами аналізу впливу товарів-замінників на конкуренцію в галузі чорної металургії встановлено, що вироби з кольорових металів, пластику та металопластику мають значно більшу собівартість, ніж чорний метал. Це не дає змоги товарам-замінникам на рівних конкурувати з металопродукцією із чорних металів. Саме тому вплив товарів-замінників на конкуренцію в галузі чорних металів незначний.

Відомо, що на промислових ринках традиційно впливовою є конкурентна сила постачальників сировини та матеріалів. На території Запорізької обл. є власні запаси залізної і марганцевої руди, тому металургійний комплекс забезпечено сировиною. Адаже розвідані запаси залізної руди становлять 10,2 % від за-

гальних запасів залізних руд України, зокрема із них 20,7 % є багатими рудами, 79,3 % – залістисті і магнетитові кварцити. Крім цього, в області розвідано поклади марганцевої руди (Велико-Токмацьке родовище), які становлять 70,2 % від загальних запасів марганцевих руд України. Однак варто зазначити, що тільки 6,9 % покладів руди є легко збагачуваними оксидними рудами, 4,4 % змішаними оксидно-карбонатними та 88,7 % карбонатними рудами. Потреби чорної металургії області в залізородному концентраті забезпечує ПАТ "ІнГОК". До того ж ПАТ МК "Запоріжсталь" придбав 26 % акцій ПАТ "Запорізький ЗРК", який розробляє залізну руду.

Останніми роками на підприємства металургійного комплексу тиснуть постачальники електроенергії (ПАТ "Запоріжобленерго") та природного газу (ПАТ "Запоріжгаз"), збільшуючи ціну на свою продукцію для підприємств. При цьому в собівартості виробництва чорних металів витрати на електроенергію становлять 30-32 %. Адаже на виробництво однієї тонни чорного металу витрачають 2000 кВт/год. Крім цього, на виробництво однієї тони чавуну в середньому витрачають 100 кубометрів природного газу. Взагалі на виробництво чавуну металургійна галузь витрачає майже третину імпортованого Україною газу, що становить 20 % імпорту держави. Зростання тарифів на електроенергію та природний газ значно збільшує собівартість виробленої тонни металопродукції.

Компанії-споживачі чорних металів також впливають на конкуренцію в галузі виробництва чорних металів, створюючи конкурентний тиск. При цьому галузь чорних металів експортує до 80 % виробленої продукції, а географія експорту є достатньо стабільною. Водночас у 2013 р. на внутрішньому ринку України споживання продукції ПАТ "Запоріжсталь" розподілилося таким чином (% від обсягу реалізації на внутрішньому ринку) (табл. 3).

Табл. 3. Структура постачання металопродукції в регіони

Область	Частка постачання, %
Дніпропетровська	48,97
Луганська	8,75
Київська	7,99
Запорізька	7,97
Харківська	7,83
Житомирська	4,13
Полтавська	4,13
Донецька	2,88
Одеська	2,28
АРК Крим	2,17
Львівська	0,94
Миколаївська	0,58
Тернопільська	0,51
Вінницька	0,35
Івано-Франківська	0,14
Хмельницька	0,13
Інші	0,25

Крім цього, в 2013 р. продукція ПАТ "Запоріжсталь" розподілилася між галузями виробництва України від 0,06 % – у зв'язку до 38,84 % – у трубній

промисловості (табл. 4). При цьому основними споживачами металопродукції ПАТ "Запоріжсталь" на ринку України є ТОВ "Метінвест СМЦ" (7,56 %); ПАТ "Комінмет" (5,88 %); "Інтерпайп Україна" (3,18 %); ПАТ "Дніпроспецсталь" (1,55 %); ПАТ "ТЗ "ТРУБОСТАЛЬ" (0,60 %) та ін.

Табл. 4. Розподіл продукції ПАТ "Запоріжсталь" на внутрішньому ринку споживання в різних галузях виробництва

Галузь виробництва	Частка споживання, %
Трубні підприємства	38,84
Металосервісні центри	27,96
Комерційні підприємства	10,35
Виробництво меблів	5,91
Машинобудування	5,19
Виробництво металевих виробів	3,17
Будівництво	2,53
Металургійні підприємства	2,35
Техніка залізничного транспорту	1,64
Сільськогосподарська техніка	0,90
Енергетика	0,65
Автомобілебудування	0,23
Деревообробна промисловість	0,15
Приладобудування	0,07
Зв'язок	0,06

Варто зазначити, що в 2013 р. ПАТ "Запоріжсталь" на експортував продукцію власного виробництва у 49 країн далекого зарубіжжя. При цьому найбільшими споживачами продукції заводу є: Туреччина, Нігерія, Ефіопія, Ірак, Єгипет, ОАЕ, Ліван, Ізраїль, Гана, Індія, Камерун, Сенегал та Туніс. Узагальненням наведеного вище є структура споживання товарної продукції ПАТ "Запоріжсталь" в Україні, країнах ближнього та далекого зарубіжжя (табл. 5).

Табл. 5. Структура споживання продукції ПАТ "Запоріжсталь" на внутрішніх і зовнішніх ринках за регіонами

Галузь виробництва	Частка споживання, %
Україна	30,10
ЕС	15,59
СНД	15,33
Середземноморський регіон	14,96
Африка	9,34
Персидська затока	4,83
Центральна Європа	3,26
Південно-Східна Азія	2,38
Латинська Америка	0,16
АСЕАН	0,04

Аналізуючи структуру споживання продукції заводу на внутрішньому та зовнішньому ринках, треба зазначити, що частка споживання на українському ринку становить тільки 30,1 %. Це свідчить про те, що ПАТ "Запоріжсталь" є експортоорієнтованим підприємством та значно залежить від кон'юнктури металопродукції на зовнішньому ринку. Це є позитивним моментом наразі, тому

що прогнози World Steel Association свідчать про зростання світового споживання сталі на 2 % у 2014 та 2015 рр. [7]. Згідно з принципом конкурентоспроможності, покупці продукції на часі стають більш впливовою конкурентною силою із зростанням їх можливостей впливати на ціни, якість, рівень обслуговування та інші умови, тому в галузі чорної металургії загроза збільшення ринкової влади споживачів є значною.

За результатами аналізу п'яти сил конкуренції на світовому ринку для ПАТ "Запоріжсталь" з метою забезпечення стійкої конкурентної позиції рекомендовано такі заходи: залучення іноземних інвесторів для участі в технічному переозброєнні металургійних агрегатів в основних цехах з метою підвищення конкурентоспроможності продукції; подальше розширення сертифікації металопродукції на відповідність її вимогам стандартів закордонних країн; освоєння нових схем зовнішньоекономічної діяльності, освоєння ринків збуту металопродукції в країнах Африки, закріплення та розширення ринків у країнах Північної та Південної Америки, країнах Центральної та Північної Європи. Водночас ключовим моментом залишається розширення внутрішнього ринку збуту металопродукції. Подальша ситуація в галузі буде залежати від стану справ у кінцевих споживачів металопродукції, а також політичної ситуації в Україні. Очікується, що в найближчій перспективі металургійні підприємства будуть здійснювати заходи щодо розвитку киснево-конвертерного способу виплавки сталі та впровадження у виробництво економнолегованих марок сталей.

Проте в 2015 р. на діяльність підприємства металургійної галузі негативно вплинуть: зростання курсу НБУ відносно долара США, тому що основними виробниками обладнання є іноземні компанії; збільшення тарифів на залізничні перевезення, не повернення ПДВ, проблеми з відвалами для шламів; збільшення імпорту металопродукції в Україну, що сприятиме скороченню виробництва вітчизняними металургійними підприємствами; збільшення "тиску" з боку контролюючих органів; значна кількість законодавчих документів та актів, які регламентують діяльність підприємства, неоднозначне трактування вимог законодавства; багаторазове внесення змін до законодавчих документів.

Відтак за результатами аналізу п'яти сил конкуренції на світовому ринку ПАТ "Запоріжсталь" для забезпечення конкурентоспроможності рекомендовано найближчим чином здійснити:

- технічне переозброєння підприємства із впровадженням енергоресурсозберігаючих технологій, передусім у доменному та сталеплавильному виробництвах;
- поступове виведення з експлуатації мартенівських печей, розвиток киснево-конвертерного способу та виплавки сталі в електропечах;
- залучення іноземних інвесторів для участі в технічному переозброєнні металургійних агрегатів в основних цехах з метою підвищення конкурентоспроможності продукції;
- подальше розширення сертифікації металопродукції на відповідність її вимогам стандартів закордонних країн;
- освоєння нових схем зовнішньоекономічної діяльності, освоєння ринків збуту металопродукції в країнах Африки, закріплення та розширення ринків у країнах Північної та Південної Америки, країнах Центральної та Північної Європи. Водночас ключовим моментом залишається розширення внутрішнього ринку збуту металопродукції.

Висновок. За результатами аналізу статистичних даних встановлено, що конкурентну позицію ПАТ "Запоріжсталь" на світовому ринку чорної металургії визначають місце підприємства серед інших виробників та структура споживачів, 70 % яких знаходиться на зовнішніх ринках. Встановлено, що на конкурентну позицію ПАТ "Запоріжсталь" значно впливають постачальники сировини та матеріалів, а також постачальники електроенергії та природного газу. Показано, що загроза впливу з боку товарів-замінників та споживачів є мінімальною. При цьому істотною загрозою для конкурентної позиції підприємства в найближчій перспективі стануть нові заводи Китаю та Індії. Саме тому для забезпечення стабільної конкурентної позиції ПАТ "Запоріжсталь" запропоновано здійснити технічне переозброєння комбінату, а саме вивести із експлуатації мартенівські печі та впровадити киснево-конвертерний спосіб виплавки сталі, ввести нові потужності та розширити зовнішній та внутрішній ринки збуту металопродукції.

Література

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. [Электронный ресурс]. – Доступный с <http://www.strategy.bos.ru>.
2. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов : пер. с англ. / М. Портер. – М. : Изд-во "Альпина Бизнес Букс", 2005. – 454 с.
3. Рубин Ю.Б. Конкуренция: упорядоченное взаимодействие в профессиональном бизнесе / Ю.Б. Рубин. – Изд. 2-ое, [перераб. и доп.]. – М. : Изд-во "Маркет ДС", 2006. – 458 с.
4. Бабошин А.В. Конкурентные позиции субъектов предпринимательства в современной теории конкуренции / А.В. Бабошин // Современная конкуренция : сб. науч. тр. – 2009. – № 2. – С. 117-122.
5. Саенко М.Г. Стратегія підприємства : підручник / М.Г. Саенко. – Тернопіль : Вид-во "Економічна думка". – 2006. – 390 с.
6. Офіційний сайт об'єднання підприємств Металургпром. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://metallurgprom.org/>.
7. Офіційний сайт World Steel Association <http://www.worldsteel.org/>.

Пулина Т.В. Определение конкурентной позиции предприятия на мировом рынке металлургической продукции

Рассмотрены основные аспекты определения конкурентной позиции металлургического предприятия ПАО "Запорожсталь" на мировом рынке металлопродукции с использованием модели пяти сил конкуренции М. Портера.

При исследовании рыночной среды предприятия определено, что ключевые позиции на рынке занимают ведущие компании с долевым участием рынка более 2 %. Наибольшее давление ПАО "Запорожсталь" испытывает от поставщиков электроэнергии и природного газа. Значительное влияние на предприятие оказывают потребители продукции, учитывая экспортноориентированность предприятия. Угроза конкурентоспособности предприятию со стороны товаров-заменителей является минимальной.

Установлено, для обеспечения стабильной конкурентной позиции ПАО "Запорожсталь" необходимо техническое перевооружение комбината, а именно вывод из эксплуатации мартеновских печей и внедрение кислородно-конвертерного способа выплавки стали, что расширит внешний и внутренний рынки сбыта металлопродукции.

Ключевые слова: конкурентная позиция, предприятие металлургической промышленности, модель пяти сил конкуренции.

Pulina T.V. The Determination of the Enterprise's Competitive Position in the World Market of Metallurgical Products

The main aspects of defining the competitive position of "Zaporozhstal" public joint-stock company in the world market of metal products using M. Porter's model of the competition five forces are considered. The investigation of the enterprise's market environment results in determining that the key positions in the market are occupied by the leading companies with the market share of more than 2 %. "Zaporozhstal" public joint-stock company gets under the greatest pressure from electric power and natural gas suppliers. The enterprise is influenced substantially by its production consumers while taking into account the enterprise's export-orientation. The enterprise's compatibility is only under a minimal threat from the point of substitute products. To ensure a stable competitive position, "Zaporozhstal" public joint-stock company has to re-equip the steelworks technically, that is to remove open-hearth furnaces from service and replace them with oxygen-converter method of steel smelting. This will widen the outer and inner markets of metal products' distribution.

Key words: competitive position, enterprise of metallurgical industry, model of five forces of the competition.

УДК 332.122(477.8)

*Ст. наук. співроб. І.В. Андел, канд. екон. наук –
ДУ "Інститут РД ім. М.І. Долишнього" НАН України*

ТЕХНОЛОГІЧНЕ ОНОВЛЕННЯ – ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ НА МІЖНАРОДНИХ РИНКАХ

Технологічне оновлення промислових підприємств у регіоні вимагає першочергового технологічного оновлення підприємств, які забезпечують виробництво машин і обладнання. Завдяки цьому промислові підприємства можуть оновити технологію, впроваджуючи нові машини та обладнання вітчизняного виробництва.

Запропоновано організацію моніторингу технологічного оновлення промислових підприємств регіону, які забезпечують виробництво машин і обладнання. Використання запропонованого моніторингу полегшить управління технологічним оновленням підприємств регіону з метою підвищення їх конкурентоздатності на міжнародних ринках.

Ключові слова: технологічне оновлення підприємств у регіоні, конкурентоздатність промислових підприємств, міжнародні ринки.

Технологічне оновлення промисловості регіону, зокрема, залежить від виробництва високотехнологічних машин і обладнання місцевими машинобудівними підприємствами, що, своєю чергою, обумовлене технологічним розвитком підприємств машинобудування та видів економічної діяльності, від яких воно залежить, нафтопереробної промисловості, виробництва електроенергії, газу і води, металургії. Останній залежить від технологічного оновлення підприємств згаданих видів промислової діяльності.

Процеси модернізації основного капіталу, технологічного оновлення підприємств досліджували О. Амоша, Я. Витвицький, В. Геєць, О. Волков, М. Денисенко, А. Загородній, В. Козик, О. Кузьмін, П. Орлов, Й. Петрович, М. Сачко, Р. Фатхутдінов та ін. Але це питання вимагає поглиблення дослідження, а саме його регіональний аспект.

Процес технологічного оновлення промисловості, зокрема його основних елементів, а саме промислових підприємств, є по своїй природі дуже складним процесом. Можна визначити два основні етапи цього процесу. Перший – це запобігання краху (рятивне або зміцнювальне оновлення), натомість другий – залежно від рівня просування змін – оздоровче або розвивальне оновлення. Перший етап охоплює відмову від виробництва продукції, яка не має збуту на вільному ринку,