

УДК 658.115.33 : 339.137.22

©Верескун М.В.*

КОНКУРЕНТНА БОРОТЬБА І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ КРУПНИХ КОРПОРАТИВНИХ СТРУКТУР.

Верескун М.В. Конкурентна боротьба і конкурентоспроможність крупних корпоративних структур. У статті досліджено особливості конкурентної боротьби і формування конкурентоспроможності крупних корпоративних структур. Уточнено визначення поняття «конкурентоспроможність» щодо крупних корпоративних структур та досліджено його методологічні рівні.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкуренція, управління.

Верескун М.В. Конкурентная борьба и конкурентоспособность крупных корпоративных структур. В статье исследованы особенности конкурентной борьбы и конкурентоспособности крупных корпоративных структур. Уточнено понятие «конкурентоспособность» и исследованы его методологические уровни применительно к крупным корпоративным структурам.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкуренция, управление.

M.V. Vereskun. Competition and competitiveness of large corporate structures. The article studies characteristics of competition and competitiveness of large corporate structures. The concept of "competitiveness" was clarified and its methodological levels was studied in relation to large corporate entities.

Keywords: competitiveness, competition, management.

Постановка проблеми. В умовах стрімких змін відносин власності в українській економіці найбільшу питому вагу і економічну силу отримують структури концентрованого корпоративного капіталу в різних організаційних формах. Однією з головних задач таких структур є створення ефективної системи управління, яка дозволить досягнути необхідного рівня конкурентоспроможності і вистояти в конкурентній боротьбі. Найбільш поширеною на сьогоднішній день формою організації такої системи є корпорація.

Корпоративна форма організації бізнес-процесів відома досить давно, є загальноприйнятою і досить добре вивчена. Велика кількість праць учених і економістів-практиків присвячено проблемам корпоративного управління, тобто управління корпоративними структурами. Чимало праць присвячено і проблемам забезпечення конкурентоспроможності корпорацій. Проте сучасний етап економічного розвитку характеризується тим, що під тиском конкуренції корпорації об'єднуються в більші, надгалузеві, а часто і наднаціональні корпоративні об'єднання - групи. В результаті утворюються великі й надвеликі корпоративні об'єднання, у яких більше шансів забезпечити необхідний рівень конкурентоспроможності і вистояти в конкурентній боротьбі. Проте, великі розміри нових корпоративних об'єднань породжують нову проблему – змінюється сама сутність конкурентної боротьби і конкурентоспроможності. Тому розгляд особливостей конкуренції і конкурентоспроможності щодо крупних корпоративних структур є важливим науковим завданням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми конкуренції не є новими для економіки як науки. Над цим питанням ретельно працювали такі класики як А. Курно, А. Маршалл, Д. Рікардо, Дж. Робінзон, П. Самуельсон, А. Сміт, Ф. Хайек, П. Хейне, Й. Шумпетер, М. Портер та ін. Серед вітчизняних та російських вчених, які проаналізували поняття конкуренції, форми та методи конкурентної боротьби, слід відзначити А.Г. Азоєва, В.В. Глуценка, О.Г. Єрмоленка, С.О. Єрохіна, П.С. Єщенко, Ю.Б. Іванова, І.М. Ліфіца, Р.А. Фатхутдінова, А.Ю. Юданова, та ін.

* канд. екон. наук, доцент, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», м. Маріуполь

У свою чергу проблемами розвитку стратегічного управління займалися такі видатні закордонні і вітчизняні вчені як І. Ансофф, Р. Акофф, М. Портер, Г. Андерсон, Р. Брейлі, Е. Джонс, Д. Ірвін, Т. Карлін, С. Майерс, Л. Тонишева, З. Васильєва, Л. Романова та ін. Але впливу стратегічного управління на конкурентоспроможність, насамперед крупних корпоративних структур в наукових працях не приділялося достатньої уваги.

Слово „конкуренція” (від. лат. – *concurrentia*) визначається як змагання або зіткнення. У Законі України „Про захист економічної конкуренції” конкуренція визначається як „змагання між суб’єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб’єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб’єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб’єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку” [1].

Трактування категорії „конкуренція” можна також зустріти в багатьох роботах відомих вітчизняних та закордонних науковців. Зокрема, М.Э. Портера [2,3], А.Ю. Юданова [4], Г.Л. Азоева [5], Б. Шлюсарчика [6], Н.С. Педченко [7], Р.А. Фатхутдинова [8], Б. Шпотова [9], Г.Л. Багієва та Х.Анн [10], І. М. Кирцнера [11], Дж. Шонесси [12], А. Я. Жаліло [13] та ін.

Також в економічній літературі можна зустріти думку, що на глобальних ринках зустрічається нова форма конкуренції, а саме: група проти групи [14]. Але у сучасній економічній літературі дуже мало уваги приділяється вивченню цієї форми конкуренції. Також недостатньо уваги приділяється вивченню основних рушійних сил і факторів, що формують конкурентоспроможність великих корпоративних об’єднань.

Ціллю статті є вивчення особливостей конкурентної боротьби і формування конкурентоспроможності корпоративних структур на прикладі металургійної галузі України.

Викладення основного матеріалу статті. За роки незалежності за допомогою механізмів роздержавлення і приватизації, а також подальшого перерозподілу власності, в промисловості України сформувалися декілька потужних корпоративних груп. Поняття «група» та основні організаційно-методичні аспекти управління групами докладно досліджені у [15]. Найбільш стрімко процеси формування груп розгорталися у металургії. Протягом останніх років металургійна галузь є для економіки України однією з основних. Достатньо сказати, що питома вага металургійної галузі у загальному обсязі промисловості України складає 23,5%, а 31.4% експорту України – це чорні метали та вироби з них.

На сьогоднішній день металургія – одна з галузей де вже можна казати про конкуренцію на глобальному ринку в загальносвітовому масштабі. Тому доцільним буде аналіз стану і тенденцій розвитку металургійної галузі в світі з подальшим розглядом і аналізом металургії України.

У 2010-2011 рр. майже 82% всієї сталі у світі було вироблено у 10 країнах (табл. 1), з них більше 50% - у Китаї. У 2010 р. 47,76% сталі у світі було вироблено на підприємствах, що входять до складу різних груп (табл. 2).

Таблиця 1

Виробництво сталі у країнах світу, млн. тон [16]

Ранг	Країна	2011	2010	%2011/2010
1	Китай	695.5	638.7	8.9
2	Японія	107.6	109.6	-1.8
3	США	86.2	80.5	7.1
4	Індія	72.2	68.3	5.7
5	Росія	68.7	66.9	2.7
6	Південна Корея	68.5	58.9	16.2
7	Германія	44.3	43.8	1
8	Україна	35.3	33.4	5.7
9	Бразилія	35.2	32.9	6.8
10	Турція	34.1	29.1	17
Загалом у країнах TOP-10		1247.6	1162.1	7.3
Світове виробництво		1526.3	1417.3	7.7
Вироблено країнами TOP-10, %		81.74	81.99	
Вироблено у Китаї, %		55.75	54.96	

Таблиця 2

Виробництво сталі корпораціями світу у 2010 р., млн. тон [17]

Ранг	Назва компанії	млн.т	Ранг	Назва компанії	млн.т
1	ArcelorMittal	98.2	24	IMIDRO	11.4
2	Baosteel	37	25	Techint	8.8
3	POSCO	35.4	26	Metinvest	8.7
4	Nippon Steel	35	27	Kobe	7.6
5	JFE	31.1	28	CELSA	7.4
6	Jiangsu Shagang	23.2	29	Yoest Alpine	7.3
7	Tata Steel	23.2	30	Usiminas	7.3
8	U. S. Steel	22.3	31	Erdemir	7.1
9	Ansteel	22.1	32	BlueScope	6.8
10	Gerdau	18.7	33	JSW	6.4
11	Nucor	18.3	34	Metalloinvest	6.1
12	Severstal	18.2	35	Essar	6
13	Wuhan	16.6	36	SSAB	5.8
14	ThyssenKrupp	16.4	37	CSN	5.5
15	Evrast	16.3	38	Salzgitter	5.2
16	Shougang	14.9	39	HKM	5.2
17	Riva	14	40	Hadeed	5
18	SAIL	13.6	41	Ezz	4.5
19	Sumitomo	13.3	42	Duferco	4.1
20	Hyundai	12.9	43	Nisshin	3.8
21	China Steel	12.7	44	AHMSA	3.7
22	NLMK	11.9	45	CMC	3.5
23	Magnitogorsk	11.4	46	Vizag	3.2
Загалом всіма компаніями, млн. тон					677.1
% до світового виробництва					47.79
Світове виробництво					1417.3

Як видно з наведених даних, Україна посідає восьме місце у рейтингу країн-виробників сталі, виробляючи більше 30 млн. т. сталі на рік. Розглянемо металургійну галузь України більш докладно.

Основу галузі складають 146 великих підприємств пов'язаної галузевої приналежності: 12 - чорної металургії, 7 - трубних, 10 - метизних, 20 - кольорової металургії, 35 - вторинних металів, 26 - гірничорудних, 3 - феросплавних, 16 - коксохімічних, 17 - з виробництва вогнетривів. Протягом 1999 - 2004 рр. розгортаються сутнісні зміни в структурі власності підприємств гірничо-металургійного комплексу України - під тиском конкуренції відбувається активне формування вертикально інтегрованих структур [18,19,20]. В результаті інтеграційних процесів майже всі великі підприємства ГМК України увійшли до складу холдингів і груп. На сьогоднішній день до складу корпоративних інтегрованих структур входять 12 з 12 заводів і комбінатів чорної металургії, 7 з 7 трубних, 12 з 20 кольорової металургії, 12 з 16 - коксохімічних підприємств. Сьогодні профіль металургійної промисловості України визначають вже не окремі комбінати, а великі концентровані структури, які володіють гірничо-металургійними підприємствами, такі як «Метінвест», «Євраз Груп С. А.», «Приват», «Індустріальний союз Донбасу» (рис. 1).

Як правило, до складу інтегрованих структур великого концентрованого капіталу (Груп) входять декілька різних холдингів, що охоплюють активи декількох галузей (бізнесів) [18;21]. Наприклад, Група «Приват» в Україні володіє активами і холдингами в металургійній, гірничорудній, нафтовій, машинобудівній, фінансовій та інших галузях [22].

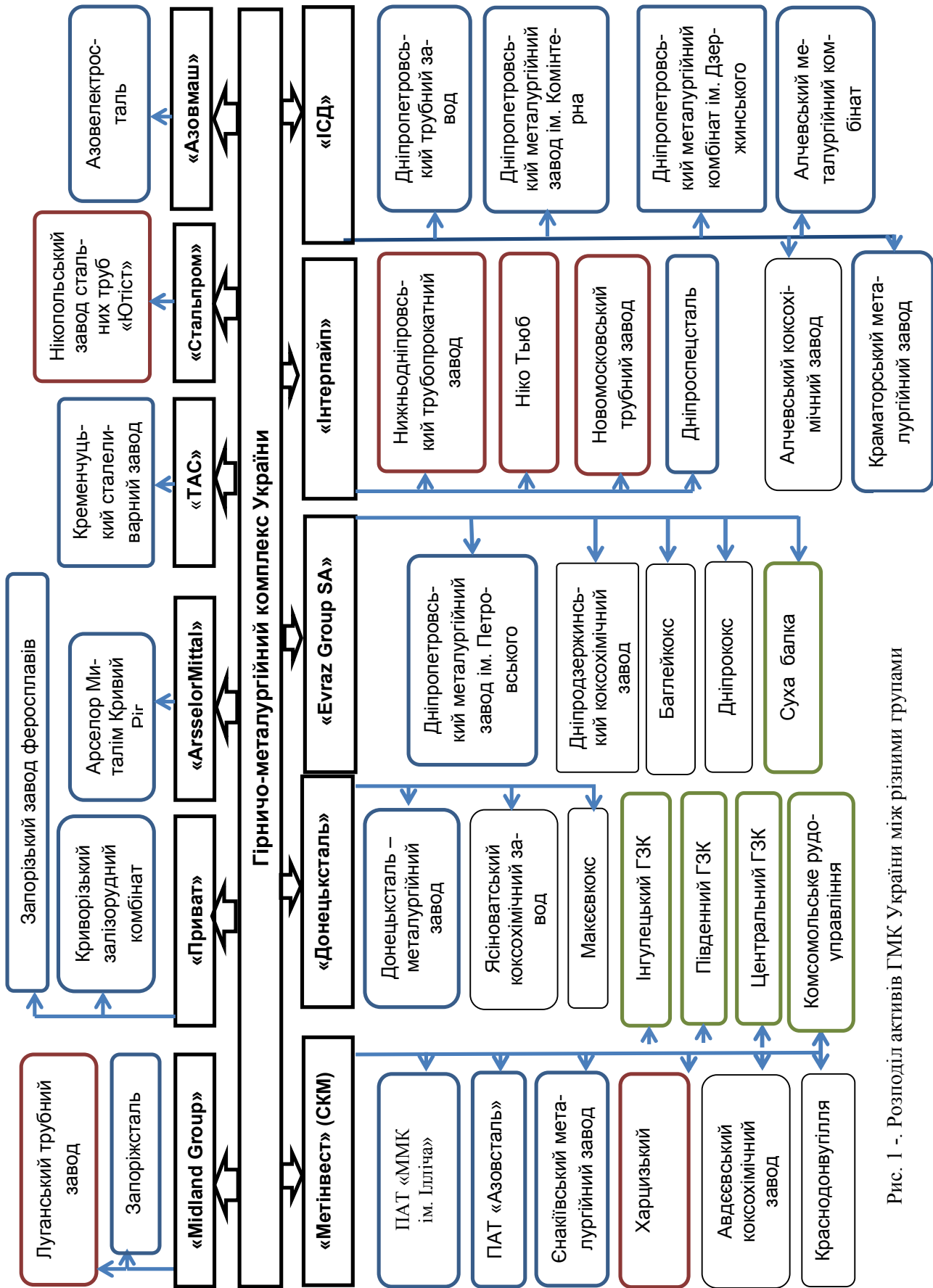


Рис. 1 - Розподіл активів ГМК України між різними групами

Холдинги Групи «СКМ» в Україні охоплюють наступні напрямки: гірничо-металургійна промисловість (холдинг «МЕТІНВЕСТ»), енергетика (холдинг «ДІТЕК»), телекомунікації, банківський і страховий бізнес і пр. [23]. Крім активів в Україні зазначені Групи володіють активами в США, Росії, Європі [22;23].

Розглянемо у динаміці економічні результати роботи інтегрованої корпоративної компанії на прикладі групи «Метінвест» (тал. 3). З наведених даних видно, що група формує значні розміри фінансових та матеріальних потоків, що циркулюють у межах інтегрованих корпоративних структур. Розмір і інтенсивність цих потоків, а також відносини власності, що їх ініціювали, призводять до змін у конкурентній боротьбі і в методах стратегічного управління в межах групи.

Таблиця 3

Основні економічні показники групи Метінвест

№ з/п	Показники	2008 р.	2009 р.	2010 р.
1	Консолідована вартість активів, млрд. дол. США	13.213	6.026	9.358
2	ЕВІТДА, млрд. дол. США	4.769	1.400	2.552
3	Прибуток до оподаткування, млрд. дол. США	3.961	0.604	0.943
4	Чистий прибуток, млрд. дол. США	2.803	0.334	0.437
5	Виробництво сталі, млн. т.	8.2	7.0	8.7
6	Виробництво залізородного концентрату, млн. т.	31.3	30.7	35.7
7	Видобуток вугілля, млн. т.			
	- коксівного;	6.2	10.5	9.1
	- енергетичного;		3.0	2.9

Наведені дані про результати роботи тільки однієї з українських груп вже можна відносити не до мікро-, а до макроекономічних показників, тому розглядати конкуренцію і конкурентоспроможність підприємств, що входять до складу групи, без врахування їхньої групової приналежності, також не є коректним. Тобто на сьогоднішній день можна констатувати, що в металургійній галузі України конкурують між собою не окремі підприємства, чи декілька підприємств однієї галузі, що належать одному власнику – відбувається конкурентна боротьба між багатогалузевими групами, до якої залучені резерви і ресурси всієї групи. Мова в даному випадку йде не тільки про матеріальні, чи фінансові ресурси, все більшого значення набуває інформація та рівень організації управління в межах групи.

В сучасних умовах конкуренція між групами зміщується в організаційну площину, тобто в площину створення найкращих можливостей для формування і використання управлінських синергій в межах групи, в площину, що характеризується якістю стратегічного управління. Бо по мірі завершення оформлення контурів основних корпоративних груп на перше місце виходить ефективність організації управління в межах групи, ефективність взаємодії її різних елементів, спроможність менеджменту групи створювати і використовувати синергетичний ефекти в процесі таких взаємодій. Тобто, конкуренція між групами, окрім традиційної боротьби за ресурси, споживачів, чи наявні активи, розгортається в площині створення найкращих умов для використання наявних ресурсів. І саме це здатне забезпечувати групі певне положення на ринку і перемогу в конкурентній боротьбі. Бо, якщо, описана взаємодія в групі налагоджена не належним чином, це раніше чи пізніше призведе до зниження її ефективності, конкурентоспроможності, втрати долі ринку, і, в решті решт, до переформатування груп, тобто переходу власності над тими чи іншими активами в руки більш ефективних власників. Це не означає, що групи перестають змагатися за ресурси, споживачів чи активи, але однією з основних рис, що відрізняє конкурентоспроможність групи, є саме змагання у якості стратегічного управління.

Сутність конкуренції знаходить свій прояв у найважливішій характеристиці – конкурентоспроможності. «Сьогодні конкурентоспроможність на товарних ринках стає проблемою державної безпеки» [24]. Конкурентоспроможність є синтезом багатьох економічних категорій. Як зазначається в науковій літературі, у широкому розумінні конкурентоспроможність – це зумовлена економічними, соціальними політичними чинниками позиція країни або товаровиробника на внутрішньому та зовнішньому ринках. За умов відкритої економіки вона може визначатися і як здатність країни (підприємства) протистояти міжнародній конкуренції на власному ринку і

ринках інших країн [24, с.10]. Сьогодні в економічній літературі не існує загальноприйнятого визначення терміну «конкурентоспроможність підприємства», тому доцільним буде провести дослідження цього поняття. Аналіз визначень цього терміну у працях різних авторів вказує на неоднозначність в тлумаченнях цього поняття, а тому для розкриття економічної сутності проведено аналіз літературних джерел (табл.5).

Таблиця 5

Визначення терміну «конкурентоспроможність»

№ з/п	Визначення	Джерело
1	2	3
1	Конкурентоспроможність – положення товаровиробника на внутрішньому та зовнішньому ринку, яке визначається сукупністю факторів та відображається сукупністю показників	М. Портер [Ошибка! Закладка не определена. , с.15]
2	Конкурентоспроможність – здатність організації виробляти і продавати конкурентоспроможний продукт; перевага цієї конкурентної організації по відношенню до інших організацій-конкурентів	С.А. Попов [25, с.38]
3	Конкурентоспособность - відносна характеристика, яка відображає відмінності в розвитку даної фірми від конкурентних фірм за ступенем задоволення своїми товарами потреби людей і за ефективністю виробничої діяльності.	М.Х. Мескон [26, С.199]
4	Конкурентність (конкурентоспроможність) - відносна здатність не тільки підприємства, але й сектора, народного господарства, у порівнянні з іншими суб'єктами економічних відносин до: виробництва сучасних, технологічно інтенсивних товарів, вирішення нових технічних проблем, досягнення доходів (постійно зростаючих) при високому рівні зайнятості та відносно високому рівні заробітної плати	Б. Шлюсарчик [Ошибка! Закладка не определена. , с.24]
5	Конкурентоспроможність визначається як середньозважена величина за показниками конкурентоспроможності конкретних товарів на конкретних ринках	Р.А. Фатхутдинов [Ошибка! Закладка не определена. , с.23]
6	Конкурентоспроможність – характеристика, що визначає стійкість підприємства, здатність його зберігати своє становище на ринку чи розширювати займаний сектор ринку	О.Г. Савчук [27, с.59]
7	Конкурентоспроможність – порівняльна перевага підприємства відносно інших підприємств галузі країни та за її межами	А.П. Градов [28, с.76]
8	Конкурентоспроможність – комплексна порівняльна характеристика підприємства, що відображує ступінь переваги оціночних показників діяльності підприємства, що визначає його успіх на певному ринку за певний проміжок часу щодо сукупності показників підприємств-конкурентів	В.Ф. Оберемчук [29, с.5]
9	Конкурентоспроможність – рівень його компетенції щодо інших підприємств-конкурентів у нагромадженні і використанні виробничого потенціалу визначеної спрямованості, а також його окремих складових: технології, ресурсів, менеджменту, навичок і знань персоналу, що знаходять вираження в таких результуючих показниках, як якість продукції, прибутковість, продуктивність	З.Е. Шершньова, С.В. Оборська [30, с.67]
10	Конкурентоспроможність - це система, яка складається з безперервно взаємодіючих факторів та характеризує ступінь реалізації потенційних можливостей підприємства до отримання та утримання конкурентної переваги	Ю.Б. Іванов [31, с.24]
11	Конкурентоспроможність – спроможність підприємства вироб-	А.Ю. Юданов

ляти та реалізовувати конкурентоспроможну продукцію	[Ошибка! За- кладка не опре- делена., с.278]
---	---

Продовження таблиці 5

1	2	3
12	Конкурентоспроможність – оцінка внутрішнього потенціалу (стану) підприємства стосовно конкурентів	О.М. Тридід [32, с.103]
13	Конкурентоспроможність – динамічна характеристика властивості підприємства адаптуватися до змін в зовнішньому середовищі та забезпечувати при цьому достатній рівень конкурентних переваг	Г.С. Бондаренко В.Г. Шинкаренко [33, с.14]
14	Конкурентоспроможність - це спроможність підприємства до отримання синергетичного ефекту від раціонального використання конкурентних переваг.	А.Н. Тищенко, О.С. Головкич [34., с.20]
15	Конкурентоспроможність – визначає конкурентостійкість підприємства та визначається внутрішніми факторами.	В.Л. Дикань [35, с.42]
16	Конкурентоспроможність – порівняльна перевага підприємства по відношенню до інших підприємств даної галузі в межах країни та за її межами. Превага визначається станом його внутрішнього середовища, а саме ефективністю існуючої стратегії, технічними і технологічними ресурсами, організацією управління та маркетингової діяльності і т.і.	В.Н. Гавва [36, с. 9]

Для систематизації наведених визначень використовуємо контент-аналіз.

Таблиця 6

Матриця контент-аналізу терміну «конкурентоспроможність»

Автори	Положення на ринку	Продукція	Сегмент ринку	Відносна характеристика	Потенціал	Синергетичний ефект	Стійкість (конкурентостійкість)	Порівняна перевага	Сукупність внутрішніх факторів та показників	Проміжок часу
1	*								*	
2		*						*		
3				*					*	
4				*				*	*	
5		*	*							
6			*				*			
7			*					*		
8								*	*	*
9					*			*	*	
10					*			*	*	
11	*				*			*		
12					*			*		
13								*		*
14						*		*		
15							*		*	
16				*						

По результатах проведеного контент-аналізу можна зробити наступні висновки:

- розглянутий термін є дуже багатоаспектною категорією, тому кожен дослідник, наводячи своє визначення, звертає увагу на ті аспекти, які найбільшим чином відповідають цілям його дослідження;
- основним методом формування визначень є перерахування певних властивостей об'єкту дослідження;
- найчастіше дослідники звертають увагу на такі характеристики, як порівняна перевага, сукупність факторів та показників, відносна характеристика, використання потенціалу підприємства, здатність виробляти відповідну продукцію, займання певного положення або сегменту ринку.

Ми також вважаємо, що розглянуті характеристики відносяться до різних методологічних рівнів. Так сукупність внутрішніх факторів і показників підприємства визначає відносні порівнянні конкурентні переваги, наявність яких дозволяє підприємству виробляти конкурентоспроможну продукцію, певні обсяги реалізації якої, в свою чергу, дозволяють підприємству займати певне положення (або певний сегмент) на ринку протягом певного проміжку часу. Тобто, на нашу думку характеристикою найвищого рівню є певне положення (або певний сегмент) на ринку, а все інше є тим, що визначає це положення (рис. 2).

Отже, конкурентоспроможність - багаторівнева економічна категорія, складовими рівнями якої є: внутрішні фактори, конкурентні переваги, конкурентоспроможна продукція, положення на ринку протягом певного проміжку часу. Усі ці рівні взаємозалежні, і оцінка їх стану в першу чергу визначається станом справ на першому рівні.

Надана ієрархія передбачає наступне: наявність та поточний стан використання ресурсів кожного нижчого суб'єкта конкуренції формує конкурентоспроможність вищого суб'єкту та має властивість нарощувати (скорочувати) його з кожним рівнем ієрархії.

П'ятий рівень – конкурентоспроможність групи: використання управлінських синергій, збереження або розширення долі глобального ринку	
Четвертий рівень – конкурентоспроможність підприємства	Положення на ринку протягом певного проміжку часу
Третій рівень – конкурентоспроможність товару	Конкурентоспроможна продукція
Другий рівень – конкурентоспроможність технології	Конкурентні переваги
Перший рівень – конкурентоспроможність техніки	Внутрішні фактори

Рис. 2 - Методологічні рівні терміну «конкурентоспроможність»

Також вважаємо за необхідне особливу увагу звернути на наступний факт. Лише в одному з шістнадцяти наведених визначень йдеться про синергетичний ефект, який розглядається як похідне від використання конкурентних переваг. Проте при розгляді конкурентоспроможності на рівні корпоративної групи наявність синергетичного ефекту сама по собі стає конкурентною перевагою. При цьому наголошується, що в процесі зростання і розвитку корпоративних груп практично у всіх галузях та на всіх ринках, роль цього фактору постійно зростає і стає вирішальною при визначенні рівня конкурентоспроможності групи.

Таким чином синергетичний ефект (управлінські синергії, що є результатом ефективного

стратегічного упарвління) є фактором, який охоплює всі без виключення методологічні рівні і, являючись по суті фактором першого рівня, водночас є і конкурентною перевагою, і самостійною «конкурентоспроможною продукцією», що «виробляється» менеджментом на рівні групи, і одним з найвизначніших факторів, що безпосередньо зумовлює положення групи на ринку протягом певного проміжку часу. Цей факт суттєво змінює підходи до визначення сутності конкуренції і конкурентоспроможності при переході на рівень корпоративних груп і є основною відмінністю від рівня окремої бізнес-одиниці.

Враховуючи все вищенаведене ми визначаємо конкурентоспроможність групи як її здатність формувати та ефективно використовувати групові управлінські синергії, зберігаючи або розширюючи свою присутність на ринку та зберігаючи або підвищуючи при цьому свою ринкову вартість.

Наведене визначення концентрує увагу саме на тому, основним джерелом конкурентоспроможності групи, як суб'єкта ринкових відносин є саме управлінські синергії, які група повинна створювати та реалізовувати, тобто власне заради чого вона і створювалась.

Основною тенденцією останнього часу є швидке зменшення технічної і технологічної нерівності, відсутність вагомих переваг на цих напрямках у будь якого з підприємств на порівняно значному часовому відрізку, тому все більшого значення набуває друга складова міжгрупової конкурентоспроможності. На нашу думку найближчим часом саме вона стане визначати стратегічну конкурентоспроможність корпоративних груп.

В цих умовах основні завдання керівництва групи зміщуються з підвищення конкурентоспроможності окремих бізнес одиниць у площину формування найбільш ефективних внутрішніх умов господарювання в межах групи, насамперед за рахунок підвищення ефективності управління в межах групи. При цьому конкурентоспроможність окремих бізнес одиниць, що входять до складу групи повинна бути як мінімум на середньому рівні серед аналогічних підприємств галузі. Слід також відзначити, що ці дві складові знаходяться на різних рівнях управління: за підтримання на належному рівні та постійне підвищення конкурентоспроможності окремої бізнес одиниці несе відповідальність, насамперед, керівництво цієї бізнес-одиниці, тоді як друга складовою повинні опікуватися управлінці на більш високому корпоративному рівні.

Зрозуміло також, що для досягнення очікуваного рівня конкурентоспроможності у межах групи за рахунок досягнення синергетичного ефекту необхідне ефективне стратегічне управління, насамперед корпоративне. При цьому у цих умовах ефективне стратегічне управління з одного з факторів, який визначає конкурентоспроможність підприємства стає необхідною умовою, наявності міжгрупової конкурентоспроможності.

Висновки

1. Проведений аналіз розподілу наявних в Україні гірничо-металургійних активів між різними корпоративними групами, доводить, що на сьогодні в ГМК України конкурують не окремі підприємства-виробники, а великі корпоративні, здебільшого вертикально інтегровані, структури. І розглядати конкуренцію в ГМК України необхідно з урахуванням приналежності окремого підприємства до тієї чи іншої корпоративної групи.
2. Аналіз результатів роботи холдингу «МЕТІНВЕСТ» свідчить про велику економічну потужність і перспективність для подальшого розвитку саме такої форми організації бізнесу, як вертикально інтегрована корпоративна структура. Саме така форма організації бізнесу дозволяє отримати необхідні ресурси для успішного конкурування на глобальному ринку і підтримання на належному рівні своєї конкурентоспроможності.
3. Проведені дослідження сутності поняття «конкурентоспроможність» дозволили запропонувати визначення економічної категорії «конкурентоспроможність групи» під якою розуміється її здатність витримувати міжгрупову конкуренцію за рахунок формування та ефективного використання групових управлінських синергій, зберігаючи або розширюючи при цьому свою присутність на глобальному ринку.
4. Проведено дослідження методологічних рівнів поняття «конкурентоспроможність» в межах якого доведено, що найвищий – четвертий рівень – конкурентоспроможність підприємства – комплексно характеризується положенням підприємства на ринку протягом певного проміжку часу. При переході до розгляду конкурентоспроможності групи, з'являється п'ятий рівень, який характеризується створенням внутрігрупових синергій за рахунок ефективного управлін-

ня. Особливо відзначаємо, що цей п'ятий рівень є наскрізним, який пронизує усі попередні чотири: тобто ефективне управління в межах групи є одночасно фактором першого рівня (важливий внутрішній фактор), другого рівня (суттєва конкурентна перевага), третього рівня (є своєрідною «конкурентоспроможною продукцією», що «виробляється» менеджментом групи), четвертого рівня (дозволяє підприємствам, що входять до складу групи, зберігати або покращувати своє положення на ринку).

Список використаних джерел:

1. Закон України „Про захист економічної конкуренції” від 11.01.2001р. № 2210-III // Відомості Верховної Ради України. – 2001. - №12., с.12
2. Портер М. Конкуренция: Пер. с англ. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2005. – 608 с.
3. Портер М. Международная конкуренция / Пер. с англ. В.Д. Щегинина.- М.: Международные отношения, 1993. – с. 123.
4. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика: Учеб. - практ. пособие.- 3-е изд. испр. – М. : Издательство ГНОМ и Д, 2001. – 304 с., с.29.
5. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с., с.5.
6. Шлюсарчик Б. Еволюція і співвідношення понять конкуренції та конкурентності // Академічний огляд. – 2001. - №1. - С.20-26., с.22.
7. Педченко Н.С. Деякі аспекти конкуренції та конкурентоспроможності в регіональній економіці // Регіональні перспективи. – 2000. - №4 (11). - С.48., с.48.
8. Фатхудинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. – М. : Изд-во Эксмо, 2004. – 544 с., с.33.
9. Шпотов Б. О современных теориях конкурентных преимуществ // Международный журнал: Проблемы теории и практики управления. – 2001. - №3. - С.50-55., с.53.
10. Багиев Г.Л., Анн Х. Маркетинг: Учеб. для вузов. 3-е изд. / Под общ. ред. Багиева Г.Л.– СПб. : Питер, 2005. – 736 с.
11. Кирцнер І. М. Конкуренція і підприємництво / Кирцнер І. М. — М.: ЮНІТІ, 2001. — 239 с., с. 38.
12. Про' Шонесси Джон. Конкурентний маркетинг: стратегічний підхід / Про' Шонесси Джон — Спб.: Питер, 2001. — 257 с., с. 47–52.
13. Жаліло А. Я., Базилюк. Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації / Жаліло А. Я., Базилюк / За ред. Я. А. Жаліло; Нац. ін.- т стратегічних досліджень. — К. : Знання України, 2005. — 387 с., с. 35.
14. Майталь Ш. Экономика для менеджеров: десять важных инструментов для руководителей / Пер. с англ., Акад. нар. хоз-ва при прав. Рос. федерации. - М.: Дело, 1996. – 196 с., с.336-338.
15. Верескун М.В., Колосок В.М., Дроботина Е.Н. Эффективное управление, как фактор обеспечения стратегии конкурентоспособности крупных промышленных предприятий // Вестник Приазовского государственного технического университета. – 2011. – Вып. № 21. – С. 41-48.
16. [Электронный ресурс] Официальный сайт Ассоциации производителей стали [Режим доступа]: <http://www.worldsteel.org/media-centre/press-releases/2012/2011-world-crude-steel-production.html>
17. [Электронный ресурс] Официальный сайт Ассоциации производителей стали [Режим доступа] <http://www.worldsteel.org/statistics/top-producers.html>
18. Кавтиш О.П. Шляхи формування корпоративних утворень в економічних системах сучасності // Актуальні проблеми економіки: Науковий журнал.-№1,2007.- 98с.
19. Тараш Л.И. О развитии в Украине транснациональных корпораций // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект. – Сб. науч. трудов. Донецк: Донецкий национальный университет, 2008. – С 1680 -1686.
20. Vereskun M., Kolosok V. The management of concentration and consolidation of industrial capital processes organization //Business and Management – 2010. – Vilnius Gediminas Technical University, 2010. – V.II. – P. 1113 – 1118.
21. Бэнкс В., Стэнли Р. ФПГ и холдинги, проблемы функционирования и развития / В. Бэнкс, Р. Стэнли// - М. Росмэн, 2006. - 635с.

22. [Электронный ресурс]: Сайт журнала «Контракты» [Режим доступа]: [http:// companies.kontrakty.ua / holdings /](http://companies.kontrakty.ua/holdings/)
23. [Электронный ресурс]: Официальный сайт Группы Систем Капитал Менеджмент. [Режим доступа]: www.scm.com.ua/
24. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг. - СПб.: Питер, 2002. – 448 с., с.127
25. Попов С.А. Стратегический менеджмент. - М.: Дело, 2003. – 352 с.
26. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента / Пер. с англ. Л.И. Евенко. – М. : Дело, 2004. – ., с.667
27. Савчук О.Г. Системний підхід до аналізу конкурентоспроможності промислового виробництва // Економіст. - 2001.- №12. - С.58-61.
28. Градов А.Г. Стратегия и тактика антикризисного управления фирмой. – СПб. : Специальная литература, 1996. – 510 с.
29. Оберемчук В.Ф. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства: стратегічні аспекти: Автореф. дис . канд. екон. наук/ Київський національний економічний ун-т. - К., 1999. – 18 с.
30. Шершнева З.Е., Оборська С.В. Стратегічне управління. - К.: КНЕУ, 1999. – 384 с
31. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночных отношений. - Х.: РИО ХГЭУ, 1997. – 248 с.
32. Тридід О.М. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи: Дис. ... доктора екон. наук: 08.06.01; захищена 25.02.2003. – Х., 2004. – 323 с.
33. Шинкаренко В.Г., Бондаренко А.С. Управление конкуренто- способностью предприятия. – Харьков : Изд-во ХНАДУ, 2003. – 186 с.
34. Тищенко А.Н., Головкин О.С. Стратегическое управление развитием предприятия. – Харьков : ЭДЕНА, 2003. – 198 с.
35. Дикань В.Л. Обеспечение конкурентоспособности предприятия. – Харьков : Основа, 1995. – 160 с.
36. Гавва В.Н. Оценка потенциала предприятия и отрасли / В.Н. Гавва, Х.: „ХАИ”, 2004. – 287 с.

Bibliography:

1. The Law of Ukraine, «Pro Zahist ekonomichnoi konkurentsii» vid 11.01.2001r. № 2210-III // Vidomosti Verhovnoi Rady of Ukraine. - 2001. - № 12., P.12 (Ukr.)
2. Porter M. Competition: Trans. from English. – Moscow : "Williams", 2005. - 608 p. (Rus.)
3. Porter M. International competition / Trans. from English. VD Shchetinin. - Moscow: International Relations, 1993. - p.123. (Rus.)
4. Yudanov A. Competition: Theory and Practice: Textbook. - Practical allowance. - 3rd ed. rev. - M. : Publishing GNOME and D, 2001. - 304., P.29. (Rus.)
5. Azoev GL Competition: analysis, strategy and practice. - Moscow: Center for Economics and Marketing, 1996. – 2 08 p., P.5. (Rus.)
6. Shlyusarchik B. Evolution and value concepts of competition and competitionsy // Academic Review. - 2001. - № 1. - P.20-26., C.22. (Ukr.)
7. Pedchenko N.S. Some aspects of competition and competitiveness in the regional economy // Regional perspective. - 2000. - № 4 (11). - P.48., P.48. (Ukr.)
8. Fathudinov R.A. Management of the competitiveness of organization - M.: Publishing house Penguin Books, 2004. - 544 p., P.33. (Rus.)
9. Shpotov B. On the modern theory of competitive advantage // International Journal: Problems of theory and practice of management. - 2001. - № 3. - P.50-55., P.53. (Rus.)
10. Bagiev GL, Ann H. Marketing: book for universities. 3rd ed. / Ed. Ed. Bagieva GL - St. Peter, 2005. - 736 p. (Rus.)
11. Kirzner I.M. Competition and Enterprise / I. Kirzner. Moscow - Moscow YUNITI, 2001. - 239 p., P. 38. (Rus.)
12. Pro 'Shaughnessy, John Competitive Marketing: strategic approach / Pro' Shaughnessy, John - St. Petersburg. Peter, 2001. - 257 p., P. 47-52. (Rus.)
13. Zhalilo A.Y., Bazilyuk S.V. Competitiveness of Ukraine's economy in conditions of globalization / Zhalilo A.Y., Bazilyuk S.V. / For Ed. JA Zhalila, Nat. in. - m strategichnih doslidzhen. - K.: Knowledge of Ukraine, 2005. - 387 p., P. 35. (Ukr.)
14. S. Maytal. Economics for Managers: important tool for managers / Trans. from English., - Mos-

- cow: Delo, 1996. - 196 p., S.336-338.
15. Vereskun M.V., Kolosok V.M., Drobotina E.N. Effective management strategies as a factor in ensuring the competitiveness of large enterprises // Bulletin of Azov State Technical University. - 2011. - Vol. Number 21. - S. 41-48. (Ukr.)
16. [Electronic resource] The official website Worldsteel Association [Access mode]: <http://www.worldsteel.org/media-centre/press-releases/2012/2011-world-crude-steel-production.html>
17. [Electronic resource] The official website Worldsteel Association [Access mode]: <http://www.worldsteel.org/statistics/top-producers.html>
18. Kavtish O.P. Ways of formation of corporate entities in the economic systems today // Current Problems of Economics: Scientific Journal - № 1, 2007. – P. 98. (Ukr.)
19. Tarash L. On the development of transnational corporations in Ukraine // Problems of development of foreign economic relations and attraction of foreign investments: regional aspect. - Sat researcher. works. Donetsk: Donetsk National University, 2008. - From 1680 -1686. (Ukr.)
20. Vereskun M., Kolosok V. The management of concentration and consolidation of industrial capital processes organization // Business and Management - 2010. - Vilnius Gediminas Technical University, 2010. - V.II. - P. 1113 - 1118.
21. Banks, W., Stanley R. FIGS holdings, problems in the functioning and development / O Banks, Stanley P. // - M. Rosman, 2006. – 635 p.
22. [Electronic resource]: magazine site "Contracts" [Access mode]: <http://companies.kontrakty.ua/holdings/>
23. [Electronic resource]: The official website of the Group System Capital Management. [Mode of access]: www.scm.com.ua/
24. Fatkhutdinov R.A. Strategic marketing. - St. Peter, 2002. - 448 p., P.127.
25. Popov S. Strategic Management. - Moscow: Delo, 2003. - 352.
26. Meskon M., Albert M., Hedouri F. Principles of Management / Trans. from English. L.I. Evenko. - Moscow: Delo, 2004. - S.667.
27. Savchuk O. The system approach to the analysis of the competitiveness of industrial production // Ekonomist. - 2001. - № 12. - P.58-61. (Ukr.)
28. Grad A.G. Strategy and tactics of crisis management firm. - St. Petersburg: Special Books, 1996. - 510 p.
29. Oberemchuk V.F. Providing enterprise competitiveness: strategic aspects: Author. degree. candidate. Econ. Science / Kyiv National Economic University. - K., 1999. - 18. (Ukr.)
30. Shershneva Z., Oborska S. Strategic Management. - K.: KNEU, 1999. P. 384. (Ukr.)
31. Ivanov Y.B. The competitiveness of enterprises in conditions of market relations. - H.: RIO HGEU, 1997. - 248. (Ukr.)
32. Tridid O. The development strategy of the company in conditions of crisis: Dis. Dr. Econom. Science: 8.6.01; protected 25.02.2003. - H., 2004. - 323 p. (Ukr.)
33. Shinkarenko V.G., Bondarenko A.S. Managing competitive ability of the enterprise. - Kharkov Univ HNADU, 2003. - 186 p. (Ukr.)
34. A. Tishchenko, O. Golovko. Strategic management of enterprise development. - Kharkov: Eden, 2003. - 198 p. (Ukr.)
35. Dikan V.L. Ensuring the competitiveness of enterprises. - Kharkov: Base, 1995. - 160. (Ukr.)
36. Gavva V.N. Assessment of the potential business and industry / V. Gavva, H.:HAI, 2004. - 287 p. (Ukr.)

Рецензент: М. Г. Білопольский
д-р экон. наук, проф., ДВНЗ «ПГТУ»

Стаття поступила 14.05.2012