



Ключові проблеми в найближчому майбутньому будуть стосуватися якості міжнародної статистики торгівлі та можливості виділити імпорт користувачів по галузях і споживачам. Крім того, існує ряд питань, які виникають у зв'язку з недавнім переглядом системи національних рахунків (СНР 2008) і платіжного балансу (ВРМ6), які є базовою основою для обліку міжнародних торговельних операцій в таблицях «витрати-випуск». Головною серед цих проблем є можливість фіксації зовнішніх операцій для переробки і перепродажу товарів. Витрати на «дослідження і розробки» повинні враховуватися як інвестиції, які безпосередньо збільшують додану вартість.

Важливе практичне завдання — зв'язати відповідні продукти в єдиний ланцюг і показати роль торгівлі у створенні доданої вартості таким чином, щоб це легко було зрозуміло і тлумачено для неспеціалістів по складанню таблиць «витрати-випуск».

### ***Список використаних джерел***

1. Meng B. Measuring Global Value Chains and Regional Economic Integration: An International Input-Output Approach. / Meng B., Fang Y., Yamano N. // IDE-JETRO Discussion Paper 362, Tokyo: Institute of Developing Economies. — 2012.
2. World Investment Report 2013 [Електронний ресурс]. — Режим доступу до ресурсу: [http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2013\\_en.pdf](http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2013_en.pdf).
3. Koopman R. Give Credit Where Credit Is Due: Tracing Value Added in Global Production Chains / Koopman R., Powers W., Wang Z., Wei Shang-Jin. // NBER Working Paper no 16426, Cambridge: National Bureau of Economic Research. — 2010. — Volume № 16426.
4. Daudin G. Who Produces for Whom in the World Economy? / Daudin G., Riffart Ch., Schweisguth D. // OFCE Working Paper no 2009–2018, Paris: Sciences Po. — 2009. — Volume № 2009–2018.

***Берідзе Т.М.***

*к.т.н., доцент кафедри підприємництва і торгівлі  
ДВНЗ «ДонНУЕТ ім. Михайла Туган-Барановського»*

## **СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНОГО СТАТУСУ ПІДПРИЄМСТВ ГІРНИЧОДОБУВНОЇ ГАЛУЗІ**

Перехід до ринкових відносин, що стався в українській економіці, висунув низку питань управління підприємствами в нових умовах. Один з найголовніших — вибір стратегії розвитку підприємства.



***Роль статистики в подоланні світової економічної кризи: виклики та перспективи для України***



Безсумнівно, особливої уваги заслуговує всебічний аналіз конкурентного статусу підприємства, що є підґрунтям для прийняття ефективних управлінських рішень. Визначення економічної політики підприємства ґрунтується на оцінці його конкурентного статусу [1].

Основною метою проведеного дослідження є імплементація методів статистичного аналізу щодо визначення конкурентного статусу підприємства шляхом проведення порівняльного дослідження фактично досягнутих результатів діяльності підприємств із встановленими цільовими показниками стратегії розвитку.

Статистична оцінка конкурентного статусу — це інструмент, за допомогою якого керівництво підприємства виявляє й оцінює свою господарську діяльність з метою вкладення засобів у найбільш прибуткові чи перспективні напрямки розвитку. При цьому оцінюється відносна привабливість ринків і конкурентоспроможність підприємства на кожному з цих ринків.

Доведено, що економічна стратегія гірничорудного підприємства складається з таких взаємопов'язаних завдань: визначення сфери діяльності підприємства добувної промисловості і формування стратегічних напрямів; постановки стратегічних цілей і завдань для їх досягнення; формування стратегії для досягнення поставлених цілей і результатів діяльності виробництва; реалізації стратегічного плану; оцінювання результатів діяльності з розширення сировинної бази гірничорудного підприємства; зміна стратегічного плану тощо.

Сутність оцінки конкурентного статусу гірничорудного комплексу полягає у тому, що вона використовується заради вибору конкретної стратегії гірничого підприємства з багатьох альтернатив і формування всієї системи стратегій. При здійсненні аналізу визначається вплив зовнішніх і внутрішніх чинників на критерії конкретних стратегій.

Процес розробки стратегії управління підприємствами гірничорудного комплексу доцільно починати з вивчення інформаційно-аналітичного забезпечення аналізу та оцінювання результатів діяльності підприємств [2].

У процесі дослідження побудовано аналітичну модель вибору стратегії розвитку підприємства, яка формується з урахуванням стимулятивного або дестимулятивного характеру впливу розглянутих чинників на вибір характеристик стратегії.

Визначено етапи розрахунку інтегрального показника статистичного оцінювання конкурентного статусу підприємства: 1) формування вихідних



даних; 2) стандартизація даних; 3) конструювання еталону конкурентного статусу; 3) оцінка якості у вигляді узагальнюючого показника.

За початкову вибірку даних був узятий масив коефіцієнтів конкурентної позиції підприємств. Після стандартизації вхідних даних проводилося конструювання еталону конкурентного статусу і розраховувалися відповідно інтегральні показники конкурентного статусу підприємства.

Формалізація та аналітичне співставлення означених статистичних показників дозволило розробити статистичний інтегральний показник конкурентного статусу підприємств гірничодобувної галузі.

Для практичної реалізації оцінювання конкурентного статусу були обрані такі гірничорудні підприємства: ПАТ «Інгулецький гірничо-збагачувальний комбінат», ПАТ «Центральний гірничо-збагачувальний комбінат», ВАТ «Південний гірничо-збагачувальний комбінат», ВАТ «Північний гірничо-збагачувальний комбінат», ПАТ «Криворізький залізорудний комбінат», ПАТ «ЄВРАЗ Суха Балка» та ВАТ «Полтавський гірничо-збагачувальний комбінат».

Визначено аутсайдера серед означених підприємств — ПАТ «ЄВРАЗ СУХА БАЛКА» та лідера з найвищим значенням показника конкурентного статусу — ВАТ «Північний гірничо-збагачувальний комбінат» [3].

Таким чином, узагальнюючим показником оцінювання конкурентного статусу підприємства пропонується інтегральний показник визначення конкурентної позиції підприємства. Розрахунок запропонованого показника доцільно здійснювати на підставі статистичних показників: ринкової частки підприємства в певній галузі, інтенсивності конкуренції в гірничодобувної галузі, відношення ринкової частки підприємства, що аналізується до лідера в галузі.

### **Список використаних джерел**

1. *Портер М.* Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран / М. Портер: Пер. с англ. — М.: Международные отношения, 1993. — 896 с.
2. *Пономаренко В.С.* Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи / Пономаренко В.С., Тридід О.М., Кизим М.О. — Х. : ІНЖЕК — 2003. — 328 с.
3. *Берідзе Т.М.* Формування моніторингу економічного стану підприємства як складової системи стратегічного управління / Т.М. Берідзе // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: економічні науки. Випуск 6 Частина 2. Херсон. — 2014. — С. 97–101.