

УДК 336.153.11

**КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇЇ ФОРМУВАННЯ**

**Волошин В. С.**, д. т. н., професор, ректор ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»  
**Капранова Л. Г.**, к.е.н, доцент кафедри економічної теорії, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», м. Маріуполь.

**Волошин В. С., Капранова Л. Г. Конкурентоспроможність та особливості її формування**

В статті визначено сутність терміну конкурентоспроможність промислового підприємства. Визначено, що конкурентоспроможність промислового підприємства безпосередньо залежить від конкурентоспроможності його продукції, як на внутрішньому ринку так і на зовнішніх. Визначено фактори, що впливають на його конкурентоспроможність, та виокремлено зовнішні і внутрішні конкурентні переваги. Наведено динаміку світового експорту та імпорту і, зокрема, експорту й імпорту автомобільної продукції, машин і транспортного обладнання. Визначено, що світовий експорт та імпорт, і, в першу чергу, експорт та імпорт автомобільної продукції, машин та транспортного обладнання має позитивні тенденції. Виокремлено методи оцінювання конкурентоспроможності промислового підприємства, що є найбільш поширеними у використанні. Розраховано динаміку індексу порівняльної переваги (RCA) для світового ринку автомобільної продукції, машин та транспортного обладнання. Визначено, що індекс порівняльної переваги (RCA) для світового ринку автомобільної продукції, машин та транспортного обладнання має від'ємне значення. Це свідчить про те, що цей ринок має можливість подальшого розвитку у порівнянні з іншими. Розраховано динаміку індекса Херфіндала-Хіршмана (HHI) для світового ринку автомобільної продукції, машин та транспортного обладнання. Визначено, що світовий ринок автомобільної продукції, машин і транспортного обладнання є середньо концентрованим та є тенденція щодо зниження індексу концентрації.

**Волошин В. С., Капранова Л. Г. Конкурентоспособность и особенности её формирования.**

В статье определена сущность термина конкурентоспособность промышленного предприятия. Определено, что конкурентоспособность промышленного предприятия напрямую зависит от конкурентоспособности его продукции, как на внутреннем рынке, так и на внешних. Определены факторы, влияющие на конкурентоспособность промышленного предприятия, и выделены внешние и внутренние конкурентные преимущества. Приведена динамика мирового экспорта и импорта и, в частности экспорта и импорта автомобильной продукции, машин и транспортного оборудования. Определено, что мировой экспорт и импорт, и в том числе экспорт и импорт автомобильной продукции, машин и транспортного оборудования имеют положительные тенденции. Выделены методы оценки конкурентоспособности промышленного предприятия, являющиеся наиболее распространёнными в использовании. Рассчитано динамику индекса сравнительного преимущества (RCA) для мирового рынка автомобильной продукции, машин и транспортного оборудования. Определено, что индекс сравнительного преимущества (RCA) для мирового рынка автомобильной продукции, машин и транспортного оборудования имеет отрицательное значение. Это свидетельствует о том, что этот рынок имеет возможность дальнейшего развития по сравнению с другими. Рассчитано динамику индекса Херфиндала-Хиршмана (HHI) для мирового рынка автомобильной продукции, машин и транспортного оборудования. Определено, что мировой рынок автомобильной продукции, машин и транспортного оборудования является среднеконцентрированным рынком и существует тенденция к снижению индекса концентрации.

**Voloshin V., Kapranova L. Competitiveness and peculiarities of its formation**

The article defines the essence of the term competitiveness of industrial enterprises. It was determined that the competitiveness of industrial enterpriser depends on the competitiveness of the products on the uomesticand foreign market . The factors affecting the competitiveness of industrial enterprises were defined and allocated internal and external competitive advantage. The dynamics of world exports and imports, and in particular exports and imports of automotive products, machinery and transport equipment are shown. It was determined that the world's exports and imports, including imports and exports of automotive products, machinery and transport equipment have positive trends. It is identified most common methods of assessment of competitiveness of industrial enterprises. It is calculated the ratio of comparative advantage (RCA) dynamics for the global market automotive products, machinery and transport equipment. It was determined that the ratio of comparative advantage (RCA) for the global market automotive products, machinery and transport equipment has a negative value, which proves that this market has the opportunityfor further development. It is calculated the dynamics of the Herfindahl-determined that the global market of automotive products, machinery and transport equipment is semi-concentrated market and there is a downward trend in the concentration index.

**Постановка проблеми.** В умовах поглиблення спеціалізації виробництв, індивідуалізації попиту, зростання невизначеності галузевої структури, відбувається інтенсивне впровадження новітніх технологій.

Зазначені тенденції суттєво впливають на конкурентоспроможність промислових підприємств не тільки на внутрішньому, але й на світовому ринку. Сучасне підприємство не може функціонувати у обмеженому національній економічній просторі, йому край необхідно мати свій сегмент світового ринку і бути конкурентоспроможним на ньому. Увага до питань конкурентоспроможності промислового підприємства зумовлена активізацією боротьби промислових підприємств за ринки збуту та споживачів своєї продукції.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням визначення конкурентоспроможності промислового підприємства, його сутності, факторів, методів оцінювання, присвячені праці таких провідних вітчизняних та закордонних вчених, як Барабань Д.О., Вакулєнко А.В., Должанський І.З., Дуброва О.С., Загорна Т.О., Клименко С.М., Омельяненко Т.В., Павленко А. Ф., Войчак А. В.

**Метою дослідження** є уточнення понятійно-категоріального апарату щодо сутності та особливостей конкурентоспроможності та визначення факторів впливу на неї.

**Викладення основного матеріалу дослідження.** Конкурентоспроможність, як економічну категорію, К. Ф. Ковальчук, визначає як властивість об'єкту, що характеризує ступінь задоволення ним конкретної потреби порівняно з іншими об'єктами на даному ринку, її кількісна діагностична оцінка можлива за умови зіставлення аналогічних об'єктів, їхня множина наведена на рис. 1 [2].



Рис. 1. Об'єкти конкурентоспроможності

Види конкурентоспроможності [4, С. 26] визначається в залежності від рівня і об'єкта аналізу.

На макрорівні це конкурентоспроможність держави та її економіки; на мезорівні - конкурентоспроможність галузей національного господарства та регіонів; на мікрорівні - конкурентоспроможність підприємства (фірми) та її продукції.

Забезпечити конкурентоспроможність на макро- та мезорівні можливо тільки за умови забезпечення достатнього рівня конкурентоспроможності на мікрорівні – рівні підприємств та продукції, що ними виробляється. У зв'язку з цим, особливої уваги потребує розв'язання проблеми пошук можливостей забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання та їх продукції.

Як зазначає Клименко С.М., в країнах з ринковою економікою конкурентоспроможність підприємства є результатом перетинання факторів, породжених об'єктивним розвитком продуктивних сил, що відображають результати політики великих монополій в боротьбі за якість, ринки збуту і отримання прибутку [3]. Конкурентоспроможність підприємства, на думку Должанського І.З., це здатність виробляти й реалізовувати швидко, дешево, якісно, продавати в достатній кількості, при високому технологічному рівні обслуговування. Конкурентоспроможність фірми (підприємства) - це можливість ефективно розпоряджатись власними і позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку. Виробництво і реалізація конкурентоспроможних товарів - обов'язкова умова конкурентоспроможності фірми. Можливо вважати, що конкурентоспроможність фірми (підприємства) є результатом наявності в неї конкурентних переваг щодо усього спектру проблем управління компанією [4, С. 28]. Конкурентоспроможність підприємства - це відносна характеристика, що віддзеркалює відмінності у розвитку даної фірми від розвитку конкурентів за такими показниками, як ступінь задоволення своїми товарами потреб споживачів та ефективність виробничої діяльності [5]. Конкурентоспроможність фірми характеризує можливості і динаміку її пристосування до умов ринкової конкуренції. Як визначає Павленко А. Ф., конкурентоспроможність підприємства - це його здатність посісти відповідну позицію на конкретному ринку. З позиції маркетингу, найбільш об'єктивним є встановлення конкурентоспроможності підприємства на підставі наявності в нього реальних конкурентних переваг. Відповідно до такого підходу, оцінка конкурентоспроможності підприємства - це порівняння його характеристик, властивостей чи марок товарів, що ним продукуються, із аналогічними показниками пріоритетних конкурентів (тобто з найліпшими позиціями на даному ринку) для визначення того, що забезпечує підприємству переваги над конкурентами в конкретній сфері чи навіть у кількох сферах діяльності [5].

Існують зовнішні і внутрішні конкурентні переваги:

а) зовнішні базуються на відмінних якість товару, що стають цінністю для покупців через те, що зменшуються витрати або підвищують ефективність їх діяльності. Така перевага збільшує "ринкову силу" підприємства, бо вона може примусити, ринок погодитись навіть на вищу ціну продажу, ніж у конкурентів;

б) внутрішні полягають у скороченні витрат чи налагодженні ефективнішої системи управління, ніж у конкурентів, що дає змогу виробнику знизити собівартість товарів, а отже, і ціни, здобуваючи в такий спосіб

пріоритет на ринку [5].

Факторами, що впливають на конкурентоспроможність фірми, є такі: місткість ринку (кількість щорічних продажів); легкість доступу на ринок; вид виробленого товару; однорідність ринку; конкурентні позиції підприємств, що вже працюють на даному ринку; можливість впровадження технічних нововведень у галузі [6].

Конкурентоспроможність підприємства в найбільшій мірі визначається конкурентоспроможністю його продукції. Конкурентоспроможність підприємств забезпечує конкурентоспроможність об'єктів більш високого рівня управління.

Одним з найбільш вагомих чинників підвищення конкурентоспроможності є аспект управління, тобто визначення напрямів та шляхів підвищення конкурентоспроможності не тільки продукції що виробляється, а й самого підприємства.

Так, на думку Гаркава Л. В. управління конкурентоспроможністю підприємства має бути спрямованим на:

1) нейтралізацію (подолання) або обмеження кількості негативних (деструктивних) чинників впливу на рівень конкурентоспроможності підприємства шляхом формування захисту проти них;

2) використання позитивних зовнішніх чинників впливу для нарощування та реалізації конкурентних переваг підприємства;

3) забезпечення гнучкості управлінських дій і рішень - їх синхронізації з динамікою дії негативних і позитивних чинників конкуренції на певному ринку [7].

Об'єктом управління конкурентоспроможністю підприємства є рівень конкурентоспроможності, необхідний і достатній для забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта економічної конкуренції.

Суб'єктами управління конкурентоспроможністю підприємства є певне коло осіб, що реалізують його (управління) мету. Ними є такі:

1 - власник підприємства, який за будь-яких умов має брати безпосередню участь у формуванні стратегічних цілей та завдань підприємства, пов'язаних з економічними інтересами та фінансовими можливостями власника;

2 - вищий управлінський персонал підприємства;

3 - лінійні менеджери операційних підрозділів підприємства, які є відповідальними за ефективну реалізацію планів дій по забезпеченню належного рівня конкурентоспроможності;

4 - менеджери-економісти консалтингових фірм, які залучаються на підприємство на платній основі для розробки та реалізації стратегії підвищення конкурентоспроможності;

5 - державні та відомчі управлінські структури та органи, повноваження яких визначаються відповідними нормативними документами. [7]

Ефективність процесу управління конкурентоспроможністю на мікро-, мезо та мікрорівні можливо забезпечити за умови використання сучасних критеріїв та методів оцінки її рівня. Розглянемо деякі з них.

Для визначення того, наскільки країна, регіон або підприємство є конкурентоспроможним на ринку використовується індекс порівняльної переваги RCA (revealed comparative advantage), тобто індекс виявленої конкурентної переваги, що уніфікує експорт та імпорт однієї галузі і із загальним експортом й імпортом усіх галузей певної країни і розраховується за формулою (1):

$$RCA_i = \left[ \frac{X_i - Im_i}{X_i + Im_i} - \frac{\sum(X_i - Im_i)}{\sum(X_i + Im_i)} \right], \quad (1)$$

де  $X_i$  – обсяг експорту  $i$ -го товару;  $Im_i$  – обсяг імпорту  $i$ -го товару;  $\sum X_i$  – обсяг усього експорту;  $\sum Im_i$  – обсяг усього імпорту.

Значення цього показника більше одиниці означає, що країна (регіон) або підприємство експортує деякий вид товару більш інтенсивно, ніж у цілому по світу, тобто у цього товару є перевага у виробництві та експорті порівняно з іншими країнами світу.

Конкурентоспроможність залежить також від конкурентної ситуації на ринку. Для оцінки використовують такі основні показники:

1. Індекс концентрації (concentration ratio - CR), що розраховується за формулою:

$$CR_n = \sum_{i=1}^n k_i, \quad (2)$$

де  $k_i$  – частка  $i$ -ї фірми (галузі, країни), %.

В разі, якщо індекс концентрації наближається до 100%, ринок вважають високо монополізованим. Коли він незначно більший за нуль – ринок є конкурентним.

Недоліком цього показника є відсутність можливості врахування частки ринку, яку покриває імпорт. У підсумку, це може призвести до завищеної оцінки рівня концентрації.

2. Індекс Лінда - цей показником використовується у країнах ЄС.

Для двох фірм він розраховується за формулою:

$$I_L = \frac{k_1}{k_2} \times 100\% \quad (3)$$

Цей показник розраховується для двох фірм, тобто він також не враховує всієї ситуації на ринку.

Для трьох найбільших фірм індекс Лінда визначається за формулою:

$$I_L = \frac{1}{2} \left[ \frac{k_1}{(k_2 + k_3)/2} + \frac{(k_1 + k_2)/2}{k_3} \right] \times 100\% \quad (4)$$

Для чотирьох фірм:

$$I_L = \frac{1}{2} \left[ \frac{k_1}{(k_2 + k_3 + k_4)/3} + \frac{(k_1 + k_2)/2}{(k_3 + k_4)/2} + \frac{(k_1 + k_2 + k_3)/3}{k_4} \right] \times 100\% \quad (5)$$

Недоліком є те, що індекс Лінда, як і індекс концентрації, розраховується тільки для декількох найбільших фірм. Внаслідок цього відсутня можливість врахує загальноринкової ситуації. Саме тому у США з 1982 р. офіційна статистика повністю відмовилася від індексу концентрації і почали використовувати індекс Херфіндаля-Хіршмана (ННІ).

3. Індекс Херфіндаля-Хіршмана розраховується за формулою (6):

$$HNI = \sum_{i=1}^n p_i^2 \quad (6)$$

де  $p_i$  – частка  $i$ -ї країни, %.

Із збільшенням концентрації індекс ННІ збільшується, і навпаки. У США прийняті такі нормативи ННІ: ННІ < 1000 - слабоконцентрований ринок; 1001 < ННІ < 1800 - середньоконцентрований ринок; ННІ > 1800 - висококонтентрований ринок.

Конкурентоспроможність країни є основою для динамічного розвитку. Важливими фактором конкурентоспроможності на макрорівні є структура національного господарства та рівень інноваційного розвитку економіки країни.

Для економіки України, однією з провід галузей національного господарства є металургія, що є експорторієнтованою галуззю. Аналіз структури її експорту свідчить про те, що основна частка в ньому належить сировині та напівфабрикатам, тобто продукція з низьким рівнем доданої вартості. Зазначена ситуація є несприятливою для забезпечення необхідного рівня світової конкурентоспроможності економіки України.

Основним споживачем продукції металургійної галузі в світі є машинобудування. На відміну від металургії, машинобудування є галуззю, що виробляє кінцеву продукцію з суттєво вищим рівнем доданої вартості. Крім того, ця галузь має суттєво вищий інноваційний рівень, бо передбачає широке використання високих технологій.

На даний час підвищеними попитом на світовому ринку користуються об'єкти інтелектуальної власності (патенти, ліцензії, ноу-хау, тощо), високі технології які в першу чергу дадуть змогу розвиватись базовим галузям економіки (аграрно-промисловий сектор).

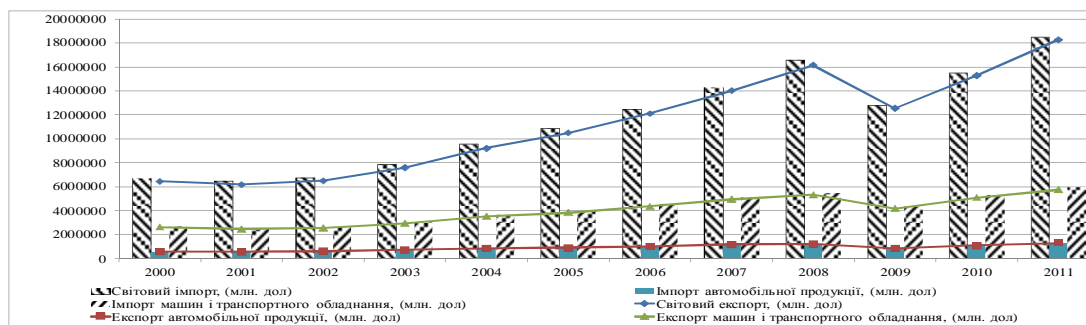
На необхідності підвищення інноваційного рівня національної економіки наголошено у низці урядових документів. Основних з них є Закон України "Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні". [1] В ньому зазначено, що пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні – це напрями провадження інноваційної діяльності, що спрямовані на забезпечення економічної безпеки держави, створення високотехнологічної конкурентоспроможної, екологічно чистої продукції, надання високоякісних послуг та збільшення експортного потенціалу держави з ефективним використанням вітчизняних та світових науково-технічних досягнень.

У Законі визначені стратегічні пріоритетні напрями на 2011-2021 роки. Ними є такі:

- 1) освоєння нових технологій транспортування енергії, впровадження енергоефективних, ресурсозберігаючих технологій, освоєння альтернативних джерел енергії;
- 2) освоєння нових технологій високотехнологічного розвитку транспортної системи, ракетно-космічної галузі, авіа- і суднобудування, озброєння та військової техніки;
- 3) освоєння нових технологій виробництва матеріалів, їх оброблення і з'єднання, створення індустрії наноматеріалів та нанотехнологій;
- 4) технологічне оновлення та розвиток агропромислового комплексу;
- 5) впровадження нових технологій та обладнання для якісного медичного обслуговування, лікування, фармацевтики;
- 6) широке застосування технологій більш чистого виробництва та охорони навколишнього природного середовища;
- 7) розвиток сучасних інформаційних, комунікаційних технологій, робототехніки.

Таким чином, до пріоритетних галузей національного господарства, спроможних забезпечити достатній рівень міжнародної конкурентоспроможності можливо віднести машинобудування. Тим більш, що ця галузь динамічно розвивається у світовому масштабі. [1]

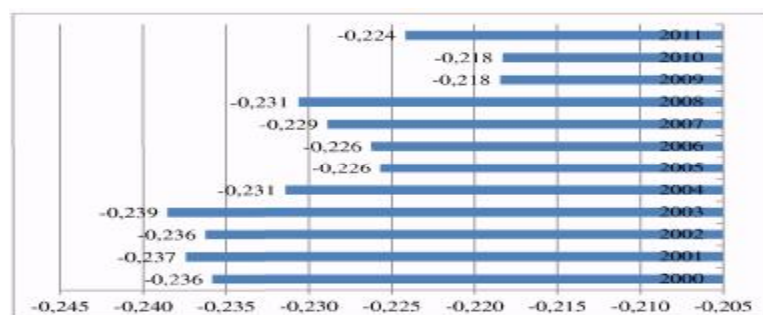
Проаналізуємо основні загальносвітові тенденції щодо експорту та імпорту автомобільної продукції, машин та транспортного обладнання (рис. 2). Як бачимо, світовий експорт та імпорт має тенденцію до зростання (рис. 2). Так світовий експорт збільшився майже у 2,5 рази з 13517046 млн. дол. США у 2000 році до 35833634 млн. дол. США у 2011 році, тобто зростання склало 22316588 млн. дол. США. Експорт та імпорт автомобільної продукції, машин та транспортного обладнання також має тенденцію до зростання. Так, експорт машин та транспортного обладнання збільшився більше ніж у 2 рази (на 3829054 млн. дол. США). Імпорт машин та транспортного обладнання збільшився також у 2 рази, збільшення склало 3988460 млн. дол. США.



\* Побудовано за даними СОТ: <http://stat.wto.org>

Рис. 2. Динаміка світового експорту та імпорту та експорту та імпорту автомобільної продукції, машин та транспортного обладнання.

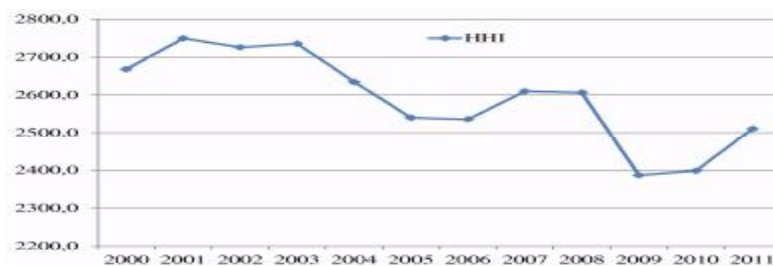
Результати оцінки індекса порівняльної переваги (RCA) для світового ринку автомобільної продукції, машин та транспортного обладнання наведені на рис. 3. Як бачимо, індекс RCA має від'ємне значення, що свідчить про недостатній рівень використання його потенціалу і наявність можливостей для подальшого розвитку.



\* Побудовано за даними СОТ: <http://stat.wto.org>

Рис. 3. Динаміка індексу порівняльної переваги (RCA) для світового ринку автомобільної продукції, машин та транспортного обладнання.

Результати оцінки конкурентної ситуації на світовому ринку автомобільної продукції, машин та транспортного обладнання наведені на рис. 4. Як бачимо, ринок є середньоконцентрованим ринком, бо  $1001 < HHI < 2000$ , (2000 - середньорозрахункове значення HHI за 2000 - 2011 роки). На ринку існує тенденція до зниження індексу концентрації (HHI) з 2473 у 2000 році до 1481 у 2011 році. Зниження складало 1000 одиниць.



\* Побудовано за даними СОТ: <http://stat.wto.org>

Рис. 4. Динаміка індексу Херфіндаля-Хіршмана (HHI) для світового ринку автомобільної продукції, машин та транспортного обладнання.

Україна має значні потужності для виробництва автомобільної продукції, машин та транспортного обладнання. Тому необхідно визначити ті напрями розвитку у виробництві автомобільної продукції, машин та транспортного обладнання які дозволили би зайняти Україні свою частку цього ринку.

**Висновок.** Рівень конкурентоспроможності національного господарства суттєво залежить від відповідних показників на мезо- і мікрорівні. Тому важливим є завдання формування конкурентоспроможної структури економіки країни. Серед галузей, що спроможні забезпечити достатній рівень національної конкурентоспроможності, однією з основних є машинобудування.

Дослідження світових тенденцій конкурентоспроможності галузевих ринків свідчить про те, що такий його сегмент, як автомобільна продукція, машини та транспортне обладнання, має від'ємне значення індекса порівняльної переваги (RCA). Україна має значні потужності для виробництва автомобільної продукції, машин та транспортного обладнання. Тому необхідно визначити ті напрями розвитку у виробництві автомобільної

продукції, машин та транспортного обладнання які дозволили би зайняти Україні свою частку цього ринку. Доведено, що індекс Херфіндала-Хіршмана (ННІ) для світового ринку автомобільної продукції, машин та транспортного обладнання має тенденцію до зменшення, тобто концентрація виробників на цьому ринку зменшується і цей сегмент ринку стає менш монополізованим. Таким чином, українські промислові підприємства що виробляють автомобільну продукцію, машини та транспортне обладнання мають можливість виходу на цей ринок при наявності конкурентоспроможної продукції.

#### Список використаних джерел:

1. Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» /Верховна Рада України. - від 08.09.2011 № 3715-VI //Голос України від 01.10.2011 — № 183
2. Банківські операції. Навчальний посібник/ К. Ф. Ковальчук, І. В. Вишнякова, Л. М. Савчук, І. Г. Сокиринська - К.: "Центр учбової літератури", 2013. – 326 с. / [Електроний ресурс ] – Режим доступу: [http://pidruchniki.ws/1292052246471/bankivska\\_sprava/analiz\\_yakosti\\_konkurentospromozhnosti\\_metaloproduktsiyi](http://pidruchniki.ws/1292052246471/bankivska_sprava/analiz_yakosti_konkurentospromozhnosti_metaloproduktsiyi)
3. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник. /С.М. Клименко, О.С. Дуброва, Д.О. Барабась, Т.В. Омеляненко., А.В. Вакуленко. – К.: КНЕУ, 2006. - 527 с.
4. Должанський І.З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства Навчальний посібник. / – К.: ЦНЛ, 2006. - 384 с.
5. Павленко А. Ф. Маркетинг: Підручник. /А. Ф. Павленко, А. В. Войчак — К.: КНЕУ, 2003. — 246 с. <http://studentbooks.com.ua/content/view/383/44/1/2/>
6. Конкурентоспроможність підприємства //Доступний маркетинг / [Електроний ресурс ] – Режим доступу: <http://marketing-helping.com/konspekti-lekcz/21-konspekt-lekczj-qosnovi-marketinguq/409-konkurentospromozhnst-pdprimstva.html>
7. Гаркава Л. В. Концепції управління конкурентоспроможністю підприємства //Матеріали VIII Международная научно-практическая конференция «Социально-экономические реформы в контексте интеграционного выбора Украины» (29-30 ноября 2012 г.) [Електроний ресурс ] – Режим доступу: [http://www.confcontact.com/2012\\_11\\_29/4\\_garkava.htm](http://www.confcontact.com/2012_11_29/4_garkava.htm)
8. Світова організація торгівлі. Офіційний сайт / [Електроний ресурс ] – Режим доступу: <http://www.wto.org>

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, конкурентні переваги, світовий ринок, експорт, імпорт, індекс порівняльної переваги RCA, індекс концентрації, індекс Херфіндала-Хіршмана (ННІ).

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, конкурентные преимущества, мировой рынок, экспорт, импорт, индекс сравнительного преимущества RCA, индекс концентрации, индекс Херфиндала-Хиршмана (ННІ).

**Keywords:** competitiveness, competitive advantage, world market, export, import, index of revealed comparative advantage (RCA), concentration index, Herfindahl-Hirschman Index (ННІ).

УДК 669.013.003.2

### ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МЕТАЛУРГІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ

**Гончар В.В.**, к.е.н., доцент кафедри «Економіки підприємств» ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», м. Маріуполь

**Гончар В.В. Формування системи управління металургійних підприємств на основі оцінки фінансового стану .**

У статті висвітлюється сутність, основи та завдання організації фінансів підприємств. Розглянуто базисні теоретичні поняття фінансів підприємств та розкрито практичні аспекти здійснення фінансової роботи. Докладно висвітлено сутність і структура необоротного та оборотного капіталу підприємства, окремі аспекти його формування та показники, які характеризують ефективність його використання. Приділено увагу оцінці фінансового стану та визначення фінансової стійкості підприємства. Висвітлено основні аспекти оподаткування діяльності підприємств в Україні. Розкрито економічну сутність, зміст та необхідність оцінки фінансового стану суб'єктів господарювання; висвітлено проблеми проведення порівнянь результатів аналізу фінансового стану підприємств за відсутності уніфікації його інформаційного забезпечення, визначено особливості оцінювання фінансового стану корпорацій в зарубіжних країнах та вплив закордонного досвіду на методику аналізу фінансового стану вітчизняних підприємств. За результатами проведеного дослідження теоретичних основ оцінювання фінансового стану підприємств критично оцінено наявні в економічній літературі дефініції