

5. Грановська В. Г. Інноваційний розвиток аграрних підприємств як складова їх конкурентоспроможності / В. Г. Грановська // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. – 2012. – Вип. 1(4). – Т. 2. – С. 105–109.

6. Замрига А. В. Інноваційна діяльність як фактор конкурентоспроможності підприємств аграрного сектору / А. В. Замрига // Європейські перспективи. – 2014. – № 3. – С. 41-44.

7. Чабан В. Г. Інновації як умова підвищення конкурентоспроможності аграрного сектору // Економіка АПК, 2006. – № 7. С. 63-67.

8. Янковий О. Г. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового]. – Одеса: Атлант, 2013. – 470 с.

9. Дейнега О. В. Методологічні аспекти оцінювання конкурентоздатності підприємств [Електронний ресурс] // Наукові праці Вінницького національного технічного університету. Електронне наукове фахове видання. Відділ Логістика. – 2008. – С. 61–68. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/VNULP/Logistyka/2008\\_623/10.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/VNULP/Logistyka/2008_623/10.pdf)

10. Подкопаєв О. М. Особливості теоретичного та семантичного визначення конкурентоспроможності продукції. – Режим доступу: <http://www.podkopaev.org.ua/2010/04/27/osoblivosti-teoretichnogo-ta-semantichnogo-viznachennya-konkurentospromozhnosti-produkci%D1%97/>

11. Головка-Марченко І. С. Сучасні підходи до розуміння сутності поняття «конкурентоспроможність підприємства» / І. С. Головка-Марченко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2013. – № 43. – С. 67-73.

**Літвінова І.М.**

*кандидат економічних наук, доцент;*

**Куліш К.Р.**

*студент,*

*Інститут хімічних технологій (м. Рубіжне),*

*Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля*

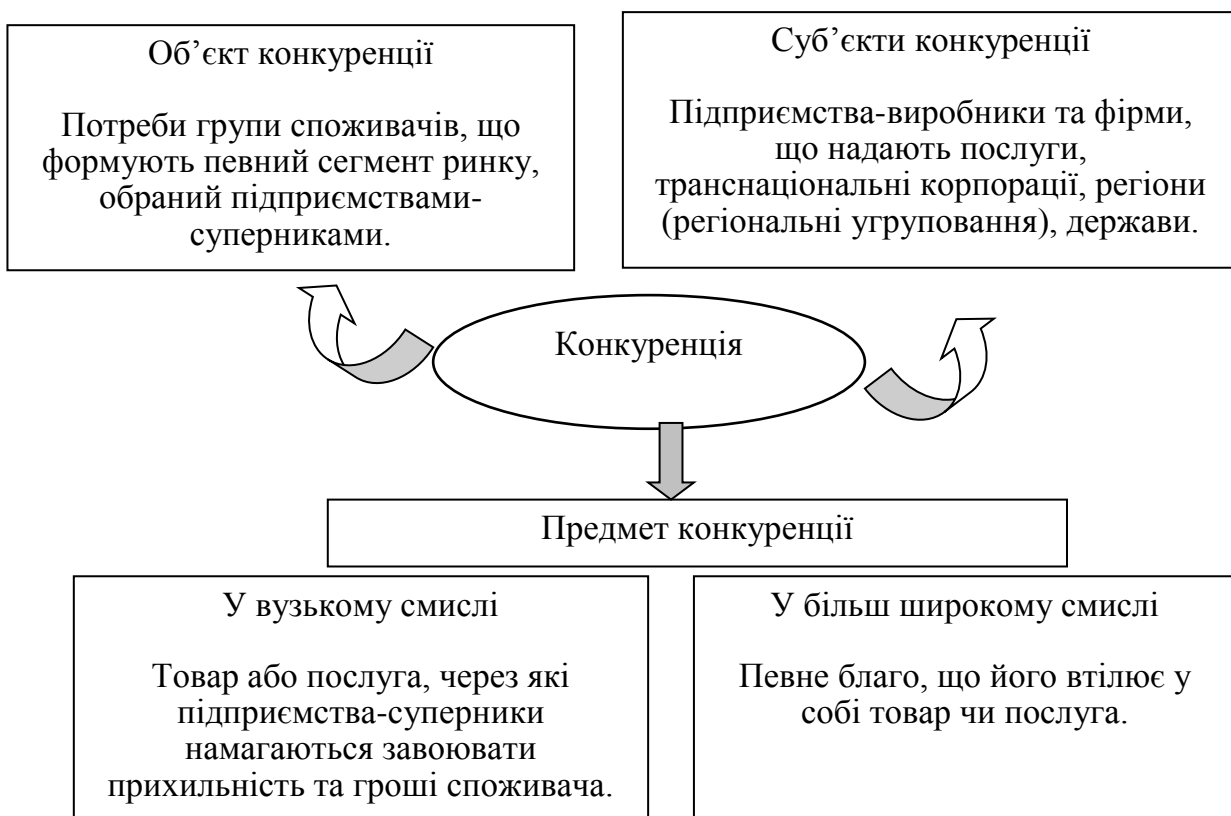
## **ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ**

Основи теорії конкурентоспроможності підприємства та підходи до її оцінювання закладено в роботах М. Портера, В. Диканя, Ю.Б. Іванова, А.П. Градова, Р.А. Фатхутдінова та ін. Поняття конкуренції, запропоновані цими та іншими авторами, охоплюють різні її аспекти і, як правило, доповнюють одне одного. Дослідження конкурентоспроможності підприємства спирається на вивчення ринку, тобто пов'язано з маркетингом та стратегічним менеджментом. Роботи І. Ансоффа, А. Томпсона, А. Стрикленда у сфері стратегічного менеджменту, Є. Голубкова та Г. Багієва у сфері маркетингу – є теоретичною та методологічною основою вивчення та оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Залежно від бачення сенсу існування підприємства (виробництво товару чи задоволення певної потреби споживача), буде залежати і його поточна діяльність, і розвиток, і сприйняття ним основних конкурентів. Так, підприємство, що визначає за своє головне завдання виробництво конкретного

товару, в якості основних конкурентів виділяє виробників аналогічних товарів та товарів-замінників. Якщо ж метою своєї діяльності підприємство вважає задоволення певної потреби споживачів, то при проведенні аналізу конкурентів до уваги будуть прийматися всі ті, хто так чи інакше може задовольнити дану потребу або ж «перевести» її у будь-яку іншу потребу, або взагалі виключити її з життєдіяльності споживача. Саме відокремлення предмета конкуренції від її об'єкта показує, що у конкурентній боротьбі існує не одна, а дві сфери впливу: товар (предмет), з одного боку, та споживач (об'єкт) – з іншого, а це означає, що існують різні методи та прийоми конкурентної боротьби [1].

В теоретичному аналізі економічної конкуренції важливого значення набуває виокремлення та розуміння ключових термінів та понять, серед яких – об'єкт, суб'єкт та предмет конкуренції (рисунк 1).



**Рис. 1. Конкуренція як економічна категорія [1]**

Об'єктом дослідження є конкурентоспроможність підприємства ПАТ «Рубіжанський картонно-тарний комбінат» (ПАТ «РКТК»), який спеціалізується на виробництві картону для плоских шарів гофрокартону, паперу для гофрування, картону-основи для гіпсокартону, картону вологостійкого, картону для гільз та виробів з картону і тари з гофрокартону на їх основі. Комбінат виробляє картон для плоских шарів гофрокартону з білим, бурим, хмарним і пофарбованим поверхневим шаром і папір для гофрування в широкому діапазоні фізико-механічних властивостей відповідно до потреб власного виробництва і зовнішніх споживачів [3].

ПАТ «РКТК» – один з найбільших в Україні виробників транспортного пакування з гофрованого картону. Підприємство є членом Української

Асоціації Виробників Гофрокартону (UACBM), що тісно співпрацює із загальноєвропейською федерацією виробників гофрокартону FEFCO.

ПАТ «РКТК» має величезне значення для національної економіки й целюлозно-паперової галузі в цілому, оскільки обслуговує більшість підприємств легкої, харчової та важкої промисловості, забезпечуючи їх пакувальним матеріалом відповідної якості та призначення.

За результатами аналізу конкурентоспроможність підприємства ПАТ «РКТК» залежить від ряду таких чинників, як:

- конкурентоспроможність товарів підприємства на зовнішньому та внутрішньому ринках;
- від виробляемого товару;
- місткість ринка (кількість річного продажу);
- ціна (рівень ціни порівняно з іншими конкурентами, систему знижок, форми оплати та можливість відстрочки у платежах);
- легкість доступу на ринок;
- канали збуту (характеризує форми збуту, стан ринку, систему транспортування та складування);
- реалізація (відображає ефективність діяльності маркетингових служб, дієвість реклами, використання систем просування товару на ринок тощо);
- конкурентні позиції підприємств, котрі вже працюють на даному ринку; конкурентоспроможність галузі;
- рівень кадрового потенціалу та управлінських структур (кваліфікаційний рівень персоналу підприємства, ефективність використання кадрового потенціалу, прогресивність управлінської структури та її мобільність);
- можливість технічних нововведень в галузі;
- конкурентоспроможність регіону и країни [2].

Найважливіші результати конкурентної боротьби, які фіксують ступінь домінування підприємства на ринку, її можливості впливати на обсяг і структуру попиту та пропозиції, ціни й динаміку ринку в цілому відображає ринкова частка (доля) підприємства. Питома вага ПАТ «РКТК» на ринку гофротари України склала в 2016 році – 24,40% [3].

ПАТ «РКТК» успішно конкурує з безліччю великих виробників, пропонуючи продукцію світового рівня, найвищий рівень сервісу та технічної підтримки. Провідна роль на підприємстві належить маркетингу та стратегії розвитку.

Таким чином, ринкові економічні відносини вимагають від підприємства ПАТ «РКТК» систематичного підвищення ефективності виробництва, конкурентоспроможності продукції на основі впровадження досягнень науково-технічного прогресу, підвищення форм організації виробництва та управління.

### **Список використаних джерел:**

1. Клименко С.М., Дуброва О.С., Барабась Д.О., Омельяненко Т.В., Вакуленко А.В. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник. – К.: КНЕУ, 2006. – 527 с.

2. Літвінова І.М., Кулиш К.Р. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах. Інноваційна економіка. Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 28-29 квітня 2017 року). – Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2017. – С. 38-41.

3. Статистична та фінансова звітність ПАТ «РКТК» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://smida.gov.ua/db/participant/01882551>

**Маліцька Г.Г.**

*студентка,*

**Кутаренко Н.Я.**

*кандидат економічних наук, асистент,  
Чернівецький національний університет  
імені Юрія Федьковича*

## **СУТНІСТЬ ТА ОСНОВНІ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ФОРМИ ІНТЕГРОВАНИХ БІЗНЕС-СТРУКТУР**

Сучасний етап функціонування та розвитку різних економічних систем характеризується активізацією інтеграційних процесів на всіх рівнях. Сьогодні виникають безліч форм і видів об'єднань, які технологічно пов'язують різні господарюючі суб'єкти, що дозволяє консолідувати ресурси підприємств-учасників і забезпечити розробку загальної стратегії, проводити спільні науково-дослідні роботи, випускати конкурентоспроможну продукцію, просувати її на світовий ринок.

Основними мотивами, які спонукають промислові підприємства до інтеграції є необхідність контролю умов поставок сировини та подальшого збуту продукції, що значно спрощується в умовах інтегрованої структури, потреба у зниженні витрат за рахунок інтеграції виробничих процесів, потреба у зростанні виробничих потужностей, управління підприємницькими ризиками, підвищення якості продукції та перехід на нові технології [2, с. 156-157].

Сьогодні інтегровані структури бізнесу поділяються на об'єднання підприємств, що ґрунтуються на корпоративній формі власності (концерни, конгломерати, холдинги, фінансово-промислові групи, транснаціональні компанії та ін.), та об'єднання, які передбачають добровільне співробітництво підприємств у вигляді міжфірмової кооперації (технопаркові структури, спільні підприємства, партнерства, кластери, консорціуми, стратегічні альянси, асоціації тощо).

Корпоративні структури відрізняються значною консолідацією власності, постійністю складу учасників, закритим характером функціонування, розгалуженою системою корпоративного управління, відсутність будь-якої конкуренції всередині об'єднання, прагненням до отримання конкурентних переваг у зовнішньому середовищі.

Об'єднанням міжфірмової кооперації притаманні добровільна участь у спільній діяльності, демократичність співпраці, рівноправність учасників,