

В результаті має відбутися процес знищення «тіньової» економіки, бо саме через інвестиції у малий та середній бізнес можливе залучення до обороту заощаджень населення, які є потенційними ресурсами «тіньових» операцій. Одночасно, цей процес сприятиме розвитку конкурентного середовища та розвитку збутової інфраструктури.

Отже, розвиток малого підприємництва є запорукою добробуту як населення, так і держави в цілому. Саме тому необхідними є підтримка та модернізація сучасної системи регулювання його діяльності. Зниження кількості стримуючих факторів розвитку малого бізнесу є необхідною передумовою стабільного розвитку в сучасних умовах становлення економіки України.

1. Місце і роль малого бізнесу: [Електрон. ресурс] // Аграрний сектор України. – Режим доступу: <http://agroua.net>.

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Бородіна Є.О.

Науковий керівник – Соболєва Г.Г., канд. екон. наук, доцент

На сучасному етапі формування ринкових відносин все більш уваги приділяється проблемі адаптації підприємств в умовах жорсткої конкуренції. Конкуренція сприяє ефективному використанню потенціалу, також спонукає підприємства до вдосконалення власної діяльності. Тому питання конкурентоспроможності підприємства є досить актуальним в наш час.

Метою роботи є обґрунтування теоретико-методичних засад щодо підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Вирішенням питань понять «конкуренція» та «конкурентоспроможність» займалися такі вчені як А. Маршал, Д. Рікардо, П. Самуельсон, А. Сміт, А. І Кредісов та багато інших.

Після аналізу трактування поняття «конкурентоспроможність» ми можемо запропонувати власне визначення: конкурентоспроможність – це здатність суб'єкта господарювання задовольняти потреби споживачів, а також витримувати конкуренцію утримувавши позицію на ринку серед конкурентів.

Більшість дослідників говорять про те, що конкурентоспроможність підприємства та конкурентоспроможність товару треба об'єднати між собою в одне ціле.

У сучасному економічному світі конкурентоспроможність підприємства визначається наступними факторами:

- якість продукції та послуг;

- наявність ефективної стратегії маркетингу та збуту;
- рівень кваліфікації персоналу і менеджменту;
- технологічний рівень виробництва;
- податкова середовище, в якому діє підприємство;
- доступність джерел фінансування.

Основні проблеми, що перешкоджають підвищенню конкурентоспроможності та напрямки їх розв'язання: по – перше, це проблема низької конкурентоспроможності вітчизняних товарів в порівнянні з аналогами зарубіжних. Щоб вирішити цю проблему необхідно втручання зі сторони держави, а саме зниження для підприємництва ризиків та створення стимулів для розвинення інноваційної, інвестиційної та зовнішньоекономічної діяльності.

Другою проблемою є низький захист внутрішнього ринку від недобросовісної конкуренції. Існує два напрямки розв'язання, які необхідно проводити: по-перше, розпочати міри з імпортозаміщення в країні, а по-друге, проводити активну політику експансії вітчизняних виробників на зовнішні ринки.

Наступна проблема – висока зношеність основних засобів. Для подолання проблеми необхідно провести реконструкцію/модернізацію або заміну застарілих основних фондів на сучасні з більш високими стандартами якості.

Результати дослідження показали:

- в умовах ринкової економіки підприємствам замало мати якісний продукт, тому воно повинно стежити за появою нових технологій, які треба планувати упровадити на підприємстві задля підвищення рівня конкурентоспроможності. Щоб «виграти» в конкурентній боротьбі треба передбачити та планувати можливі зміни в умовах господарювання;

- підприємствам необхідно розробляти конкурентні стратегії, тому що вони дають можливість отримувати стійкі конкурентні переваги.

Таким чином, дослідження категорії «конкурентоспроможність» та «конкурентоспроможність підприємств» надало можливість сформулювати власне визначення поняття «конкурентоспроможність». Щоб досягти високого рівня підвищення конкурентоспроможності треба вирішити існуючі бар'єри, які виникають на підприємствах під час підвищення конкурентоспроможності. Однією із таких умов є розробка власної конкурентної стратегії, згідно якої підприємства має змогу адекватно приймати управлінські рішення при зміні умов господарювання.