

УДК 338.01

Кунинець Н.– ст. гр. ЕккМ-51с

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

## **ВПЛИВ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА**

Науковий керівник: проф. Вовк В. М.

За даними Міжнародного Валютного Фонду половина новостворених підприємств банкрутує протягом перших п'яти років свого існування. Це зумовлюється рядом проблем і перешкод, які неодмінно постають перед кожним новоствореним підприємством, і які воно не завжди спроможне своєчасно подолати. Від того, наскільки успішним був старт підприємства, значною мірою залежить, чи вдасться йому відвоювати у конкурентів свою частку ринку і втримати її у майбутньому.

В сучасних динамічних умовах, якими характеризується ринок, торговельним підприємствам досить важко пристосовуватись до мінливості зовнішнього оточення, тому для прийняття зважених управлінських рішень доцільним є постійний моніторинг конкурентного середовища.

Оцінку впливу конкурентного середовища на діяльність підприємства можна провести за розробленою М. Портером розширеною концепцією суперництва, яка базується на ролі п'яти конкурентних сил при набутті конкурентних переваг підприємства: - загроза інтенсивності конкуренції, - загроза появи нових конкурентів, - загроза посилення ринкової влади споживачів, - загроза зростання влади постачальників, - загроза товарів - заміників. Значення кожної з п'яти сил змінюється від галузі до галузі та визначає, врешті-решт, прибутковість галузей. У тих галузях, де дії цих сил складаються сприятливо, численні конкуренти можуть одержувати високі прибутки від вкладеного капіталу. В тих же галузях, де одна чи кілька сил діють несприятливо далеко не всім фірмам вдається довгий час зберігати високі прибутки.

П'ять сил конкуренції визначають прибутковість галузі, тому що вони впливають на ціни, які можуть диктувати фірми, на витрати, які їм приходится нести, та на розміри капіталовкладень, необхідні для того, щоб конкурувати в цій галузі.

Володіючи інформацією про конкурентне середовище, можливо отримати наступні переваги: більш чітко оцінити перспективи підприємства, визначити пріоритети діяльності; підвищити конкурентоздатність та ефективність діяльності підприємства; мотивувати співробітників, надаючи інформацію про конкурентів.

У кожній галузі формується власне конкурентне середовище. Саме тому підприємство повинно правильно оцінити його конкурентів та їх інтереси, галузь (або галузі), в якій воно функціонує, щоб виробити найбільш ефективні конкурентні стратегії, які б забезпечували його високу конкурентоздатність та конкурентостійкість.

Аналізуючи фактори, складові, чинники та умови формування конкурентного середовища, можна дійти висновку, що сучасне конкурентне середовище являє собою сукупність економіко організаційних та соціальних умов, в яких торговельні підприємства ведуть конкурентну боротьбу за споживача, постачальника та вагому частку ринку. Саме не сформоване конкурентне середовище на ринку не дає змоги повною мірою реалізувати потенціал економічного росту, не забезпечує якісне обслуговування населення, стримує технік не переоснащення підприємств, а також обмежує заохочення коштів від інвесторів, тому на сьогоднішній день актуальним є вивчення його стану, а також закономірностей розвитку з метою прогнозування його майбутнього та визначення необхідності адаптації.