

ІНТЕНСИВНІСТЬ КОНКУРЕНЦІЇ ЯК ХАРАКТЕРИСТИКА АКТИВНОСТІ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА

Ставропольцева О.В., гр. Е-41м

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф., **Чорна М.В.**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

В широкому сенсі, конкурентне середовище – це простір господарювання суб'єктів різних галузей ринкової економіки, що базується на поняттях конкуренції та складових його внутрішнього та зовнішнього оточення. При цьому відношення конкуренції є вихідними та проникаючими в усі інші зв'язки. Однією з найважливіших характеристик активності конкурентного середовища підприємства є інтенсивність конкуренції – ступінь протидії конкурентів в боротьбі за споживачів і нові ринкові ніші.

Унаслідок того, що важливою характерною особливістю категорії конкурентного середовища є рухливість та динамічність, тобто можливість змінюватися в різні періоди часу під впливом конкретних учасників конкурентної боротьби, вважаємо за необхідне ввести ознаку конкурентного середовища «за інтенсивністю конкуренції». Інтенсивність конкуренції проявляється в тому, наскільки ефективно підприємства використовують наявні в їх розпорядженні засоби конкурентної боротьби.

Тому у розрізі даної ознаки виділено наступні види конкурентного середовища:

- активне – конкурентне середовище з високим ступенем інтенсивності конкуренції в галузі (суб'єкти господарювання активно застосовують різні заходи конкурентної боротьби, їх взаємодія носить явно виражений характер, дії фірм-конкурентів знижують середній прибуток в галузі);

- пасивне, за якого суб'єкти господарювання на ньому майже не ведуть конкурентної боротьби, пристосовуючись до дій лідерів (більшість фірм одержують цілком помірний прибуток).

Порівняння окремих характеристик активності конкурентного середовища та результатів діяльності підприємства з основними конкурентами дає змогу не лише зробити «миттєве фото» стану, що склався в галузі, а й визначити слабкі та сильні сторони підприємства відносно основних конкурентів, спрогнозувати можливі варіанти розвитку ситуації, розробити відповідні стратегії посилення позитивних тенденцій та ослаблення негативних.