

просування інтернет-магазину. Знання потреб населення, вивчення ринку і основних конкурентів - все це дозволяє ефективно просувати продукт кінцевим користувачам через Інтернет.

Список використаних джерел:

1. Буркова Д.С. Розробка конкурентних переваг інтернет-магазину в умовах цифрової трансформації в роздрібній торгівлі // *Нова наука: сучасний стан і шляхи розвитку*. - 2016. - №8. С.206-209.
2. Гнатченко Д.О. Інтернет як двигун роздрібно торгівлі // *Наукові записки молодих дослідників*. -2014.-№2. С.25-28.
3. Григорчук Т.В. *Маркетинг. Частина друга: Навч. посіб. для дистанційного навчання*. - К.: Університет "Україна", 2007. с. 255-300.
4. Євсіна І.Ю. *Інтернет маркетинг. Сегментація ринку інтернет торгівлі товарами моди* // *Нова наука: досвід, традиції, інновації*. - 2016. - №1-1 (59). - С. 104-106.
5. Шиленко С.І. Шиленко С.М., Трунова С.Є. *Посилення ролі комунікаційних функцій маркетингу в умовах динамічного розвитку Інтернет-торгівлі* // *Фундаментальні дослідження*. - 2016. - №4-3. С. 690-694.

УДК 338.487/.488:005.936.3(043.2)

Б.І. ФІЛЬКІНА
студентка ОС «бакалавр»,
Науковий керівник: к.е.н., доц. Товт Т.Й.,
Мукачівський державний університет,
м. Мукачево, Україна

ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ

Динамічний розвиток рекреаційного комплексу підприємств обумовлений соціально-економічними перетвореннями сьогодення. Головною складовою цього процесу є конкуренція, яка визначає всю сутність діяльності підприємств сфери послуг. Конкуренція є найважливішим фактором, що спонукає учасників ринку вдосконалювати свої можливості й пропонувати найкращі послуги, а це, в свою чергу, сприяє прогресивному розвитку економіки країни.

Основними методами конкурентної боротьби на ринку послуг є покращення якості, дизайну послуг, швидке оновлення асортименту, надання гарантій, тимчасове зниження цін, умов оплати, впровадження заходів інноваційної політики, ефективне рекламування послуг тощо. Поряд з цим, використовуються «мирні» методи обмеження конкуренції: таємні угоди про єдину політику цін і поділ ринків збуту, реалізація великих науково-технічних проектів, обмін інформацією з різних питань наукової, технічної, ринкової стратегії. Серед неекономічних методів конкурентної боротьби – фінансові махінації та спекуляції цінними паперами, промислове шпигунство, підкуп чиновників державного апарату з метою отримання урядових контрактів, субсидій тощо.

Актуальним залишається питання створення і розвитку конкурентного ринку сфери послуг та його ефективного державного регулювання. Безпосередньо, практичне значення мають пропозиції щодо вдосконалення комплексного аналізу конкурентного середовища сфери послуг в Україні, оцінюванні конкурентоспроможності даних підприємств, а також визначення ефективних напрямків державного регулювання в рекреаційному бізнесі.

Існують різні підходи до визначення конкурентного середовища. Так, М. Клименко та Т. Омеляненко визначають конкурентне середовище як результат і умови взаємодії великої кількості суб'єктів ринку, який визначає відповідний рівень економічного суперництва і можливість впливу окремих економічних агентів на загальну ринкову ситуацію. Важливим є те, що конкурентне середовище утворюється не лише і не стільки власне суб'єктами ринку, взаємодія яких викликає суперництво, але в першу чергу – відносинами між ними [1].

За визначенням З. Галушки та І. Комарницького, конкурентне середовище – це складна економічна категорія, яка характеризує взаємодію окремих суб'єктів господарювання, держави, інститутів колективного захисту, факторів зовнішнього і внутрішнього впливу на умови економічної діяльності, що визначають відповідний рівень економічного суперництва та вагомість впливу окремих економічних агентів на загальну ринкову ситуацію [2]. При цьому, чинники конкурентного середовища можна поділити на дві групи. Перша група – економічні (кількість та поведінка споживачів, кількість та поведінка конкурентів, кількість та поведінка постачальників, державна політика у сфері регулювання конкуренції). Друга група чинників, що визначають конкурентне середовище, має опосередкований вплив на його формування та функціонування. Це загальноекономічна ситуація в країні, наявність та структура ресурсів, екологічний стан, рівень інноваційності виробництва, якість та розвиненість правового поля функціонування суб'єктів господарювання, культурні традиції, цінності тощо [3].

Іноді дослідники зміст поняття «конкурентне середовище» розкривають сукупністю умов, що визначаються структурними та поведінковими показниками, які характеризують ступінь конкурентності ринку.

Особливістю сучасної конкуренції є те, що вона ведеться не без допомоги держави (на міжнародному рівні) і регулюється механізмом антимонопольного законодавства. Отже, конкуренція є найефективнішим засобом координації взаємних дій суб'єктів ринку без централізованого втручання в їх діяльність.

Отже, категорія конкурентне середовище базується на поняттях конкуренції, конкурентоспроможності підприємства й складових його внутрішнього та зовнішнього оточення. Конкурентне середовище визначається як міра гармонізації у часі й в просторі економічних інтересів підприємства з інтересами пов'язаних з ним суб'єктів зовнішнього середовища, що діють поза межами підприємства в умовах обмеженості ресурсів для задоволення власних потреб на ринку послуг.

Таким чином, сфера послуг України поступово освоює механізм ринкових відносин, що супроводжується формуванням у ній конкурентного середовища. Світовий досвід свідчить, що в умовах конкуренції жоден суб'єкт ринку послуг не може ефективно працювати без детального розуміння форм і функцій конкуренції, особливостей конкурентної стратегії.

Конкурентне середовище підприємств сфери послуг України сьогодні ще не можна назвати ефективним. Саме тому необхідно надавати виважену державну підтримку та здійснювати заходи сприяння розвитку конкурентного середовища.

Список використаних джерел:

1. *Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник.* / М. Клименко, Т. Омеляненко, Д. Барабась та ін. – К.: КНЕУ, 2013. – 520 с.
2. *Галушка З.І. Стратегічний менеджмент: Навчально-методичний посібник.* / Галушка З.І., Комарницький І.Ф. – Чернівці: Рута, 2016. – 248 с.
3. *Петрович Й. Визначення конкурентоспроможності товарів виробничого призначення.* / Петрович Й., Катаєв А. // *Економіка України.* – 1997. – № 10. – с 30.



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>