Можемо зробити висновок, що серед авторів найбільш популярним ключовим словом є процес, але слово технологія у визначення «бюджетування» вживає також велика кількість авторів.

Розглядаючи авторів які використовують у визначенні бюджетування ключове слово – технологія, можемо виділити наступних авторів, а саме Квасницька Р.С., Хруцький В.Е. які у своєму визначенні розглядають поняття у загальному виразі і воно не є точним визначенням.

Отже проаналізувавши існуючі визначення процесу бюджетування вважаю доцільним сформулювати власне визначення даного поняття враховуючи специфіку автомобільного транспорту. Таким чином, бюджетування – це процес розпису потреб і ресурсів у кількісній формі, що формується на засадах багатоваріантного аналізу для обраного об'єкта з метою пошуку оптимального шляху досягнення встановлених цілей.

КОНКУРЕНТНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ РИНКУ

Усачов В.В., Кайдалова А. В.
доцент кафедри менеджменту та адміністрування, к.ф.н.
спеціальність «Менеджмент організацій і адміністрування», 5 курс
Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Невід'ємною складовою ринкової економіки є створення й розвиток конкурентного середовища – сукупності зовнішніх стосовно конкретного підприємства факторів, які впливають на конкурентну взаємодію підприємств відповідної галузі. У той же час конкурентне середовище є динамічним за темпами, глибиною, масштабністю змін на окремих конкретних ринках, елементом економічного життя. У ринковій економіці будь-яке підприємство функціонує в певному конкурентному середовищі і бере участь у конкурентній боротьбі.

Проблемами діяльності підприємств в умовах конкурентного середовища, аналізом його конкурентних позицій та факторів впливу на конкурентне середовище займалось багато вітчизняних та зарубіжних вчених. На сьогодні існує багато поглядів на визначення складових та факторів, які здійснюють вплив на конкурентне середовище підприємства.

Конкурентне середовище – це результат і умови взаємодії великої кількості суб'єктів ринку, що визначає відповідний рівень економічного суперництва і можливість впливу окремих економічних агентів на загально 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.

Класифікацію конкурентного середовища наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Класифікація конкурентного середовища

Класифікаційна ознака	Види конкурентного середовища
Об'єкт купівлі	конкурентне середовище товарів; конкурентне середовище послуг; конкурентне середовище інформації; конкурентне середовище науково-технічних розробок; конкурентне середовище капіталів; конкурентне середовище трудових ресурсів.
Територіальна ознака	світове конкурентне середовище; міжнародне конкурентне середовище; національне конкурентне середовище; міжрегіональне конкурентне середовище; регіональне конкурентне середовище; міжрайонне конкурентне середовище; районне конкурентне середовище; місцеве (локальне) конкурентне середовище; конкурентне середовище підприємства.
За моделями конкуренції на ринку	конкурентне середовище досконалої конкуренції; конкурентне середовище чистої монополії; конкурентне середовище олігополії; конкурентне середовище монополістичної конкуренції.

В першу чергу необхідно робити статистичне дослідження всіх складових конкурентного середовища, тобто вивчити склад конкурентів на даному ринку, та виявити фактори, що впливають на нього в певних умовах місця і часу.

Серед складових конкурентного середовища, залежно від ролі, які вони виконують на ринку можна виділити такі основні групи учасників: конкуренти, постачальники, покупці (споживачі), виробники товарів-замінників та потенційно нові (можливі) конкуренти.

Усі дані складові конкурентного середовища взаємопов'язані і зміна однієї з них певним чином впливає на функціонування інших. Головною особливістю системного підходу до вивчення складових конкурентного середовища є оцінка можливих наслідків, виходячи з інтересів усієї сукупності складових, об'єднаних в систему.

Модель п'яти сил конкуренції Портера є найбільш розповсюдженим, потужним інструментом для систематичної діагностики основних конкурентних сил, що впливають на ринок, оцінки ступеня впливу кожної з них та визначення характеру конкурентної боротьби на даному ринку.

Згідно класичної моделі конкурентне середовище формується під впливом таких конкурентних сил, як:

– суперництво між конкуруючими продавцями однієї галузі;

– конкуренція з боку товарів, що виробляються підприємствами інших галузей, і що є гідними замінниками, а також конкурентоспроможні за ціною;

– економічні можливості та торгівельні спроможності постачальників;

– економічні можливості та купівельні спроможності покупців.

Отже, можна зробити висновок, що чим вищий рівень конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств, тим напруженішою стає боротьба між ними, що змушує їх застосовувати новітні та нетрадиційні методи конкурентної боротьби. Таким чином, забезпечується широта конкуренції (форми конкурентної боротьби) та її глибина (методи конкуренції), що сприяє підвищенню інтенсивності конкурентного середовища.