

УДК 658.8.013

Дем'як О. – ст. гр. БК - 53

Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя

РИНКОВІ СИГНАЛИ У КОНКУРЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Науковий керівник: ст. викладач Н. М. Голда

Ринковий сигнал - це будь - яка дія конкурента, що безпосередньо або опосередковано свідчить про його наміри , мотиви або внутрішній стан. Поведінка конкурента може допомогти визначити сутність відповідних сигналів.

Одні сигнали - це блеф, інші попередження, а ще інші свідчать про серйозні наміри конкурента. Тому розпізнавання та тлумачення ринкових сигналів має велике значення для визначення стратегії конкуренції та аналізу її інтенсивності на ринку. Ринкові сигнали виконують дві діаметрально протилежні функції:

1. Сигнал є надійним показником мотивів, намірів та цілей конкурента.

2. Сигнал - блеф - це сигнал, який використовують для введення в оману конкурентів, з метою отримання власної вигоди. Часто дуже складно розібратися де сигнал - блеф, а де правдиве повідомлення.

Конкуренти найчастіше використовують такі форми ринкових сигналів: попередні заяви про здійснення дій, аналіз наслідків дій конкурента для фірми, публічне обговорення конкурентами стану бізнесу у галузі, пояснення конкурентам своїх кроків, тактика конкурентів у порівнянні з іншими можливостями, початок реалізації стратегічних змін, відхилення від попередніх цілей, обмін "ударами", боротьба торгових марок, приватні антимонопольні позови.

Формування стратегії розвитку фірми передбачає використання певних припущень щодо конкурента та його мотивів. Ринкові сигнали можуть дати великий внесок про цілі та майбутні дії конкурентів і таким чином заздалегідь підготуватися до відповідного удару. Ігнорування ринкових сигналів - є ігнорування конкуренції взагалі.

Аналізуючи діяльність конкурентоспроможних фірм у світовому масштабі легко помітити, що ці фірми мають властивість концентруватися. Часто вони розміщуються у одній країні або в одному регіоні.

Факт такого розміщення є не випадковим, а наслідком того, що досягнення конкурентоспроможності однією фірмою розповсюджується на інші - постачальників, споживачів, конкурентів. В результаті цих процесів формується кластер - співтовариство фірм тісно взаємопов'язаних галузей, які підвищують конкурентоспроможність одна одної.

Кластери виконують роль фіксованих точок внутрішнього розвитку ринку і бази міжнародної економіки. Так, кораблебудування сприяло бурхливому розвитку економіки Японії у 50 - ті роки і формуванню могутнього кластеру металургії. Він започаткував небачений успіх країни на світовому ринку. Тобто, висока конкурентоспроможність країни, тримається на сильних позиціях окремих кластерів. Без них країна втрачає свої економічні позиції на світовому ринку. Наприклад, Японія, маючи сильні автомобільні фірми та електротехнічну промисловість, не має значних успіхів у хімічній та аерокосмічній галузях.

Виникнення кластерів відбувається шляхом передачі за допомогою технологічного ланцюжка товарів з високою споживчою цінністю та інших переваг високої конкурентоспроможності від фірм - новаторів до фірм - суміжників і є передумовою динамічного розвитку економіки країни та зміцнення конкурентоспроможності фірм на внутрішньому і зовнішньому ринках.