

**УДК 658.8.013**

**Андрій Голда, аспірант**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

## **НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА**

Анотація. Розкрито особливості формування конкурентного середовища. Продемонстровано науковий підхід до дії конкурентів на ринку.

*Ключові слова:* конкурентний хід, конкурентний сигнал, кластер, конкурентоспроможність.

**Andriy Golda**

## **SCIENTIFIC APPROACHES TO FORMING OF COMPETITION ENVIRONMENT**

Abstract. The features of forming of competition environment are exposed. The scientific going is shown near the action of competitors at the market.

*Keywords:* competition motion, competition signal, cluster, competitiveness.

На сьогоднішній день проблеми конкурентоспроможності підприємств є особливо актуальним питанням для сучасних підприємств. Це зумовлено відсутністю своєчасної оцінки рівня власного конкурентного потенціалу та виявлення факторів впливу на конкурентні позиції підприємства. Структурною одиницею конкурентного середовища виступають ринкові сигнали, які виражаються як дія конкурента, що безпосередньо або опосередковано свідчить про його наміри, мотиви або внутрішній стан. Поведінка конкурента допомагає визначити сутність відповідних сигналів. Одні сигнали – це блеф, інші попередження, а ще інші свідчать про серйозні наміри конкурента. 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: сигнал є надійним показником мотивів, намірів та цілей конкурента; сигнал-блеф – це сигнал, який використовують для введення в оману конкурентів, з метою отримання власної вигоди. 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.

Формування стратегії розвитку фірми передбачає використання певних припущень щодо конкурента та його мотивів. Ринкові сигнали можуть дати інформацію про цілі та майбутні дії конкурентів і таким чином заздалегідь підготуватися до відповідного удару. 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 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.

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.