

УДК 330.8

Борейко У. – ст. гр. БКм-51

*Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **МЕТОДИ КОНКУРЕНТНОЇ БОРотьБИ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Науковий керівник: доц., к. е. н. Бурліцька О. П.

На сучасному етапі конкуренція ведеться насамперед між гігантськими об'єднаннями, всередині них, а також між підприємствами немонополістичного сектора економіки та різних форм власності. Її особливістю є те, що центр боротьби все більше переміщується зі національного на інтернаціональний рівні.

Методи конкурентної боротьби – це передусім поліпшення якості товарів і послуг, швидке оновлення асортименту продукції, дизайн, надання гарантій і післяпродажних послуг, тимчасове зниження цін, умов оплати тощо.

Розрізняють цінові та нецінові методи конкурентної боротьби. Останнім часом до них додають методи недобросовісної конкуренції.

Методи цінової конкуренції базуються на використанні ціни як основного важеля конкурентної боротьби. У такій боротьбі перемагає той, хто домагається нижчої, ніж ринкова ціна вартості своєї продукції. Це досягається завдяки використанню досягнень науково – технічного прогресу, наукової організації праці, підвищення її продуктивності.

Методи нецінової конкуренції ґрунтуються на наступних принципах: 1. Поліпшення якості продукції. Відомо, що одна продукція може мати різну якість на різних підприємствах. Причиною цього є в основному порушення технології виробництва. Крім технологічної дисципліни, тут можливе використання технічних новинок, які становлять комерційну таємницю. 2. Використання реклами. Усі рекламні заходи розраховані на те, щоб привернути увагу покупців, надати їм відповідну інформацію про споживчі властивості товару, спонукати споживача зробити покупку, нагадати споживачеві про існування того чи іншого товару. 3. Умови, що пов'язані з продажем товару. Фірма зоборв'язується здійснювати ремонт виробу, надавати запасні частини, проводити безоплатні консультації щодо використання свого товару.

Недобросовісна конкуренція – це діяльність економічного суб'єкта, що спрямована на одержання комерційної вигоди і забезпечення домінуючого становища на ринку, обманом споживачів, партнерів, інших економічних суб'єктів і державних органів. Методи здійснення недобросовісної конкуренції наступні: дезінформація з боку виробника споживачів; використання товарного знаку, фірмового найменування або маркування товару без дозволу економічного суб'єкта, на ім'я якого вони зареєстровані; поширення неправдивих повідомлень про товари своїх конкурентів; намагання деяких фірм впливати на постачальників ресурсів і банки для того, щоб вони відмовляли конкурентам в постачанні сировини, матеріалів, а також у наданні кредитів; переманювання провідних спеціалістів конкурентів підкупом, встановленням більш високих окладів і різних пільг; порушення законів; неправомірне використання ноу-ау конкурента тощо.

Отже, методів конкурентної боротьби існує багато. Вибір методу і стратегії функціонування у конкурентному середовищі залежить лише від керівництва фірми. І цінова, і нецінова конкуренція нерідко супроводжується порушенням загальноприйнятих правил поведінки. Тому слід пам'ятати, що лідер сьогодні, може стати аутсайдером завтра.