

ПОВЕДІНКОВО - ВЕКТОРНА ВЗАЄМОДІЯ СУБ'ЄКТІВ РИНКУ

Вінницький національний технічний університет

Анотація.

Представлено поведінково - векторну взаємодію суб'єктів ринку

Ключові слова: конкуренція, статична та динамічна модель конкуренції, поведінковий та структурний підхід.

Abstract.

There had been presented behavioral and vector interaction subjects on the market.

Keywords: competition, static and dynamic model of competition, behavioral and structural approaches.

Вступ.

Якщо переглянути наукові дослідження основних економічних течій (шкіл), то вони прямо чи опосередковано досліджували питання конкуренції, ринку та необхідності державного регулювання або саморегулювання ринку. Після ретроспективного та гносеологічного аналізу виникає ряд питань та помітних прогалин в теорії конкуренції. Відмітимо, що детального та систематизованого аналізу та викладення теорії конкуренції не надано. І досі вчені не дійшли єдиного висновку стосовно межі державного регулювання. Стосовно ж теорії конкуренції, то до прогалин можна віднести наступне: стадії взаємодії суб'єктів ринку, етапи розвитку ринку, визначення кореляції етапів розвитку ринку та стадій протікання конкуренції, оцінка конкуренції на ринку з врахування поведінкового підходу. Крім даних прогалин можемо відмітити неточності в трактуванні поняття конкуренції, невірної імплементації в дослідженнях.

Результати дослідження

Оскільки конкуренція знаходиться на стику декількох наук, тому вважаємо зв необхідним при дослідженні конкуренції розгляд її з точки зору психології, соціології, екології (біології). На даний момент все більше набуває актуальності моделювання економічних явищ як соціо-екологічних.

Тому виникли передумови дослідження:

- Ототоження недосконалого ринку та ринку з недосконалим типом конкуренції.
- Побудова усіх ринкових теорій на порівнянні з конкуренцією досконалого типу.
- Розгляд конкуренції лише як антагоністичної боротьби.
- Сприйняття сучасного трактування монополії як єдиного виробника продукції, в кількісному значенні.
- Кількісне визначення недосконалої конкуренції на основі структурного підходу.

З економічної точки зору, конкуренція розглядається в 3 основних аспектах [1]:

- Як ступінь змагальності на ринку. Перший визначає конкуренцію як змагальність на ринку. Такий підхід характерний для вітчизняної літератури.
- Як саморегулюючий елемент ринкового механізму. Другий підхід розглядає конкуренцію як елемент ринкового механізму, який дозволяє врівноважити попит і пропозицію. Цей підхід характерний для класичної економічної теорії.
- Як критерій, за яким визначається тип галузевого ринку. Третій підхід визначає конкуренцію як критерій, за яким визначається тип галузевого ринку. Цей підхід ґрунтується на сучасній теорії морфології ринку.

Зробимо поправку на те, що в сучасному розумінні за першого підходу необхідно розглядати конкуренцію не лише як процес *змагальності* на ринку, але й процесом *взаємодії*, тому вірніше буде відображено як процес взаємодії.

Першим етапом дослідження вважаємо за необхідним розкриття поняття взаємодія як філософську категорію, та види взаємодії.

Відмітимо, що з точки зору психології чітко окреслені види взаємодії індивідів між собою та їх перехідні стадії, при цьому в економічних працях розглядається окремо конкуренція як основна складова ринкової системи, і окремим елементом співпраця.

Взаємодія - філософська категорія, що відображає процеси впливу об'єктів (суб'єктів) один на одного, їх взаємну обумовленість і породження одним об'єктом іншого.

Взаємодія - об'єктивна і універсальна форма руху, розвитку, яка визначає існування і структурну організацію будь-якої матеріальної системи [2].

Найбільш поширеним є дихотомічний поділ усіх можливих видів взаємодій на два протилежні види: кооперація і конкуренція. Різні автори позначають ці два основних види різними термінами. Крім кооперації і конкуренції, говорять про згоду і конфлікті, пристосуванні і опозиції, асоціації та дисоціації і т.д. За всіма цими поняттями ясно видно принцип виділення різних видів взаємодії. У першому випадку аналізуються такі його прояви, які сприяють організації спільної діяльності, є «позитивними» з цієї точки зору. До другої групи потрапляють взаємодії, так чи інакше «розхитують» спільну діяльність, що представляють собою певного роду перешкоди для неї.

Відповідно перерахованим мотивів можна визначити провідні стратегії поведінки у взаємодії:

- Співпраця спрямована на повне задоволення учасниками взаємодії своїх потреб без обмеження інтересів іншої (реалізуються мотиви кооперації, або конкуренції);
- Суперництво (протидія) - передбачає орієнтацію виключно на свої цілі без урахування цілей партнерів по спілкуванню (індивідуалізм);
- Компроміс - реалізується в приватному досягненні цілей партнерів заради умовного рівності;
- Поступливість (пристосування) передбачає жертву власних цілей для досягнення цілей партнера (альтруїзм);
- Уникнення-являє собою відхід від контакту, втрату власних цілей для виключення виграшу іншого. Перераховані стратегії особливо яскраво проявляються в ситуації конфлікту [3].

Другим етапом дослідження вважаємо за необхідним розкриття конфлікту.

У процесі визрівання конфлікту можна виділити 4 стадії:

1. Приховану стадію. Вона охоплює всі аспекти життєвих умов: соціальний, політичний, економічний, моральний, інтелектуальний. Головна її причина - прагнення людей до поліпшення свого статусу і переваги;

2. Стадію напруженості, ступінь якої залежить від позиції протидіючої сторони, що має велику силу, перевагу. 3. Стадію антагонізму, яка проявляється як наслідок високої напруженості;

4. Стадію несумісності, що є наслідком високої напруженості. Це власне і є конфлікт [4].

Автор вважає, що наявність конкуренції на ринку призводить до розвитку до розвитку ринку, але в залежності від стадії взаємодії суб'єктів на ринку. Вважаємо, що саме конкретний стан конкуренції відповідає стадії розвитку ринку.

Тому, було виділено три основні стани конкуренції: антагоністична боротьба, змагальність, кооперація (конкуренція+співпраця).

Таблиця 1

Матриця стадій взаємодії суб'єктів на ринку та етапів розвитку ринку

Стадії взаємодії суб'єктів	Антагоністична боротьба (змагальність)	«боротьба за виживання»	Конкуренція+співпраця кооперації
Стагнація	Руйнування, боротьба за виживання на ринку.	Намагання кожного відособленого суб'єкта зайняти кращу позицію на ринку, змагання за ресурси, покупців.	Об'єднання конкурентних сил та намагань задля здобуття спільного результату.
Старі позиції	Приносить негативні зміни кожному із суб'єктів	В результаті не приносить ні позитивних, ні негативних змін.	Максимізуються конкурентні можливості, та приносять максимальний й результат взаємодії.

	конкурентних перегонів.		
Розвиток	Ринок знаходиться в стані спаду.	На ринку не відбувається жодних змін, ні позитивних так і негативних.	Досягнення нових результатів ринку: НТП, інноваційні рішення, соціо, еколого покращення.

Третій етап розкриття стадії *конкуператії*. Конкуператія (від «кооперація» і «конкуренція»; іноді також відома як конкурентна співпраця або співконкуренція) — неологізм описує співпрацю конкурентів, включаючи співробітництво в районах, де ваша думка не має переваги в конкурентоздатні, і може бути тільки варіантом для споживача. В англійській мові вживається термін *coopetition* — від *cooperation* + *competition*.

Конкуператія — це поєднання кооперації та конкуренції. Компанії економлять на основі співробітництва і розподілу витрат, затримуючи конкурентів в інших областях.

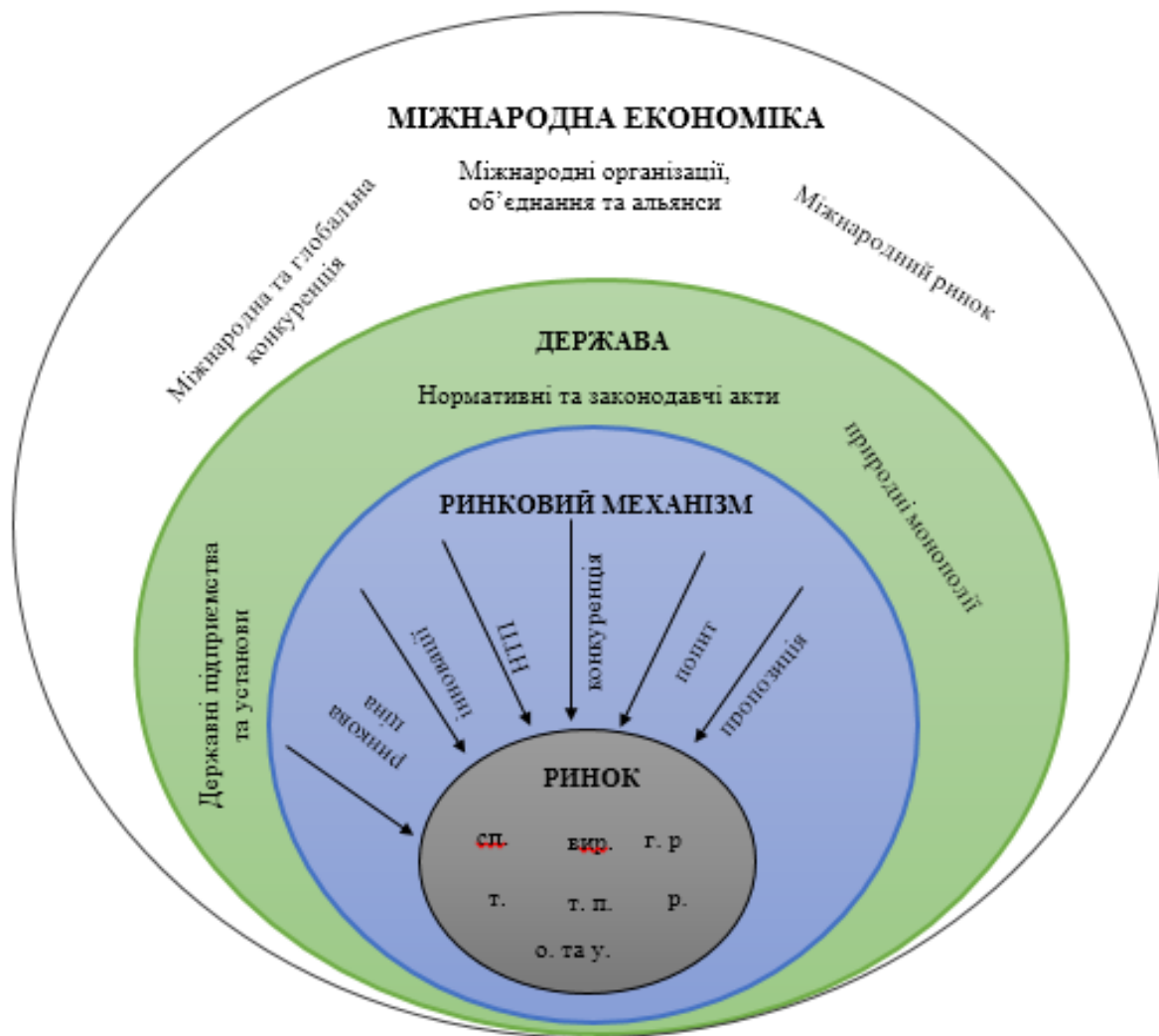


Рис. 1 Функціонування ринкового механізму за умов державного та глобалізованого впливу, де основні складові ринку: сп. – споживачі, вир. – виробники, г. р. – грошові ресурси, т. – товар, т. п. – трудовий потенціал, о. та у. – обладнання та устаткування

Сценарій розвитку поведінки підприємств на ринку на основі аналітичного моделювання напрямку конкурентної взаємодії суб'єктів ринку за допомогою векторного моделювання:

Взаємодія – співставлення конкурентних можливостей підприємств, що в подальшому призведе максимального результату.

Протидія – використання всіх ресурсів конкурентної боротьби на завдання збитків конкуренту, зіставлення зусиль конкурентів.

Напрямок руху вектор (модуль вектора) – конкурентна взаємодія підприємств.

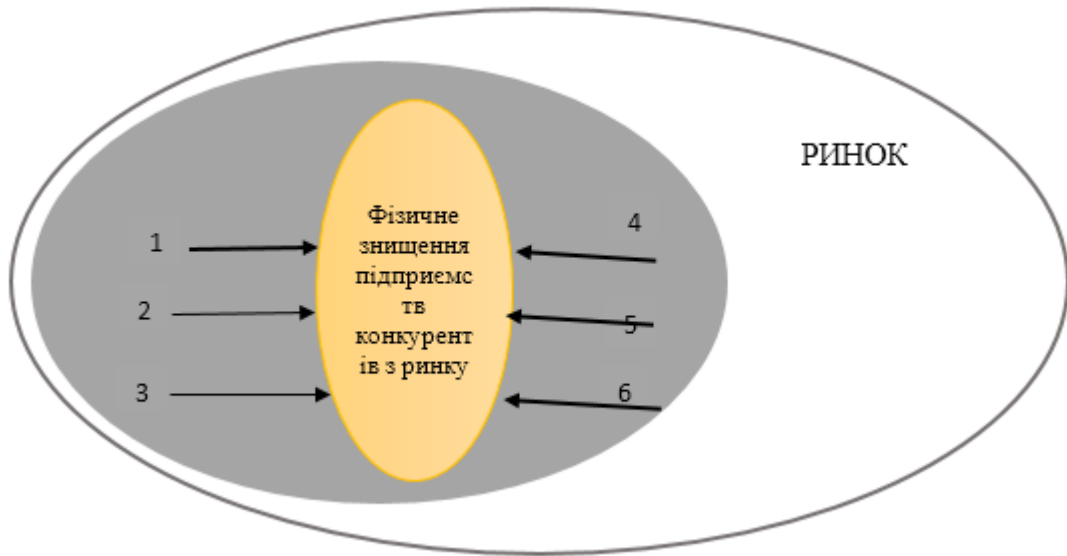


Рис. 2 Вектори напрямку руху конкурентної боротьби підприємств на ринку, де 1 – 6 підприємства на ринку

Антагоністична боротьба конкурентів, боротьба до взаємознищення, відповідно до біологічного підходу.



Рис. 3 Вектори напрямку руху конкурентної боротьби підприємств на ринку, де 1 – 6 підприємства на ринку



Рис. 4 Вектори напрямку руху конкурентної боротьби підприємств на ринку, де 1 – 6 підприємства на ринку

Напрямок руху векторів вказує на їх єдину ціль, саме при цьому стані можливо досягнути максимального ефекту для ринку, що в подальшому призведе до добробуту для підприємств. Якщо спроектувати їх напрямки руху, він буде відображатися наступним чином:

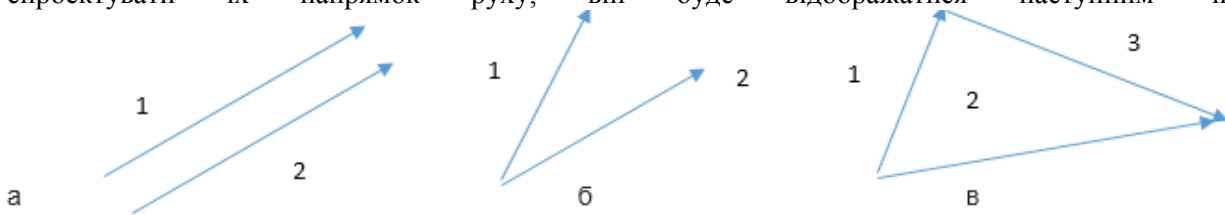


Рис. 5 Вектори напрямку руху конкурентної боротьби підприємств на ринку, де 1 – 2 підприємства на ринку, 3 - співпраця

При такій ситуації модулі векторів додаються, що й дорівнює їхній спільній співпраці, при цьому в два рази збільшуючи їх спільні зусилля (в). В (а) і (б) показано спільний напрямок руху двох компаній.

Висновки. Запропоноване моделювання поведінки суб'єктів ринку дозволяє наблизити вітчизняне трактування теорії конкуренції до ретроспективного західного наукового бачення теорії конкуренції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Интернет-проект «Энциклопедия маркетинга» [Электронный ресурс] Информационное обеспечение управления конкурентоспособностью С.Г.Светулькова // Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/read/m19/index.htm>
2. Википедия [Электронный ресурс] Взаимодействие // Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Взаимодействие>
3. Морозов В.А. Взаимодействие: понятие, виды и свойства // Креативная экономика. — 2015. — Том 9. — № 10. — с. 1309-1318.
4. Психология [Электронный ресурс] Стадии конфликта // Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/psihologiya/stadii-konflikta.html>

Філатова Любов Сергіївна – асистент кафедри менеджменту, маркетингу та економіки, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця. filatovalyba@gmail.com

Filatova Lyubov - Assistant with the Department of Management, Marketing and Economics, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia. filatovalyba@gmail.com