

## **Інформаційна складова у формуванні переваг на конкурентних ринках**

*Б.М. Одягайло, д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності та логістики, Університет економіки та права «КРОК»  
odiagailobm @ gmail.com*

*В.І. Терехов, д.е.н., професор, професор кафедри управління фінансово-економічною безпекою, Університет економіки та права «КРОК»  
victor @ krok.edu.ua*

**Методологія дослідження.** На основі дихотомічної моделі здійснено поглиблений аналіз таких властивостей інформації, як поширеність і рідкісність, невичерпність і скінченність, показано підсилення інформаційних процесів, розкрито механізми їхнього впливу на ринкову конкуренцію.

**Результати.** Показано, що агрегована інформація про низку компаній певної галузі допомагає виробити національні конкурентні переваги чи переваги одних держав перед іншими. Глобальна інформатизація суспільства призводить до того, що інформація стає життєво важливим елементом сучасного підприємства, а зростання інформаційної складової у вартості товарів спричинює поступове розмивання кордонів між виробництвом і споживанням вартості, між її виробником і споживачем. На мікрорівні використання оперативного та дихотомічного інформаційного чинника дає змогу отримати, перш за все, спеціалізовані конкурентні переваги.

**Новизна.** На підставі дослідження показано значення достовірних, оперативних і дихотомічних інформаційних чинників для отримання переваг на конкурентних ринках і генерації стратегічних альтернатив.

**Практична значущість.** Використання запропонованого алгоритму генерації альтернатив організації збуту продукції з використанням інформаційного чинника у практиці вітчизняних акціонерних товариств дасть можливість отримати їм певні конкурентні переваги за рахунок здатності оперативно отримувати інформацію й швидко адаптуватися до різкої зміни попиту на ринку, виходити на нові ринки чи ринкові сегменти або обслуговувати додаткові групи клієнтів.