

Секція 2. «ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА ТА МАРКЕТИНГ»

Н.В. БОНДАРЕНКО, канд. екон. наук, доцент, начальник відділу забезпечення реалізації і платних послуг Головного управління статистики в Харківській області

М.В. ОВОД, магістр Української інженерно-педагогічної академії

Е. ДЖАПАРОВ, магістр Української інженерно-педагогічної академії

УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЄЮ ПІДПРИЄМСТВА ПО СЛАБКИХ СИГНАЛАХ

У сучасних умовах часто виникає необхідність управління стратегією підприємства по слабких сигналах. Це обумовлене тим, що зміни в зовнішньому середовищі можуть відбуватися дуже швидко. У міру наростання швидкості змін стає усе складніше передбачити з достатнім ступенем точності характер змін, що дозволило б вчасно відреагувати на них. Як правило, до початку дії якої-небудь загрози з боку зовнішнього середовища практично неможливо одержати вичерпуючу інформацію щодо можливих наслідків і напрямку дії даної погрози.

І. Ансофф відзначає, що "...виникає очевидний парадокс: очікуючи одержання достатньої інформації для рішучих відповідних заходів, фірма страждає від раптових змін, а одержавши неясну інформацію, фірма також не може почати продуманих заходів з метою вирішення виниклої проблеми. Для розв'язання цього парадокса необхідно змінити підхід до використання стратегічної інформації. Замість того, щоб очікувати повної інформації, фірмі слід визначити, які послідовні кроки в плануванні й на практиці можуть бути почато при різному розвитку подій, що створюють погрози, і можливості". Такий підхід І. Ансофф називає «поступовим посиленням відповідних заходів» і «реагуванням на слабкі сигнали».

Інформація, необхідна для оцінки можливого впливу змін у процесі стратегічного планування, представляється недостовірною через невизначеність їх проявлення. У книзі "Стратегічне управління", І. Ансофф, установлює п'ять рівнів поінформованості в умовах несподіваних змін, наведених у табл. 1

Таблиця 1 - Рівні поінформованості в умовах несподіваних змін

Обсяг інформації	Рівень поінформованості				
	Почуття нових можливостей	Джерело нових можливостей	Конкретна можливість	Конкретні відповідні заходи	Конкретні результати
Фінансові наслідки й вжиті заходи піддаються оцінці	Немає	Немає	Немає	Немає	Так
Визначені відповідні заходи: момент початку й програма дій, фінансове забезпечення	Немає	Немає	Немає	Так	Так
Є характеристики проблем, її природи, масштабу й періоду впливу	Немає	Немає	Так	Так	Так
Установлена область або організація, де може виникнути спонтанне явище	Немає	Так	Так	Так	Так
Переконання в неминучості спонтанного явища	Так	Так	Так	Так	Так

Перший рівень відповідає найменшому обсягу корисної інформації, отриманої керівництвом. Інакше кажучи, відомо лише, що не виключене виникнення якоїсь небезпеки, однак його природа й джерело поки невідоме. П'ятий, найвищий рівень поінформованості відповідає такому обсягу інформації, який необхідний для цілей стратегічного планування.

Змінною величиною першорядної важливості є "час, що залишився", тобто період між моментом, коли поінформованість фірми досягає п'ятого рівня, і настанням наслідків цього явища на фірмі. Якщо на п'ятому рівні поінформованості часу, що залишився, фірмі мало, вона може почати вживати відповідних заходів, перебуваючи й на більш низькому рівні поінформованості.

Замість того, щоб жорстко зв'язувати себе певним курсом дій, керівництво повинне почати такі заходи, які б підготували фірму до прийняття

остаточної відповідної програми, але в той же час не виключати й альтернативних розв'язків.

Н.Г. СИКЕТИНА

**МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ФАКТОРОВ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

В современных условиях развития необходимо совершенствование условий развития конкурентной рыночной среды для создания условий, обеспечивающих процесс эффективного функционирования промышленных предприятий. Однако практика промышленных предприятий позволяет сделать вывод о том, что их продукция не соответствует требованиям, реализуемым в условиях мирового рынка. Одним из факторов, обеспечивающих экономическую эффективность деятельности предприятий, является конкурентоспособность их продукции. Однако, до сих пор в экономической литературе недостаточно освещены вопросы, направленные на изучение взаимосвязи и взаимозависимости между названными экономическими категориями. Хотя, не вызывает сомнения тот факт, что показатели эффективности деятельности предприятий создают базу для достижения определенного уровня конкурентоспособности их продукции (в текущем периоде). В свою очередь, достижение определенного уровня конкурентоспособности продукции позволяет предприятиям реализовывать продукцию и тем самым обеспечивать экономическую эффективность своей деятельности (в отчетном и будущем периодах). Поэтому для действующих предприятий конкурентоспособность продукции является фактором, обеспечивающим экономическую эффективность их деятельности. Однако в рыночных условиях на экономическую эффективность влияют еще и такие