

Гребешков О. М.,
аспірант, ДВНЗ «КНЕУ імені
Вадима Гетьмана», Україна

A. N. Grebeshkov
postgraduate, SHEE «Kyiv National
Economic University named after
V. Getman», Ukraine

ОЦІНКА ПОВЕДІНКИ ПІДПРИЄМСТВ У ІНФОРМАЦІЙНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

EVALUATION OF ENTERPRISES' BEHAVIOUR IN INFORMATION ENVIRONMENT

Запропоновано методичний підхід до визначення активності поведінки підприємств у інформаційному економічному середовищі. Наведено результати застосування даної методики для вітчизняних виробничих, торговельних підприємств та підприємств сфери послуг.

The methodological approach to determine the behavior activity of enterprises in the information economic environment is described. The results of applying this technique to domestic production, commercial and service enterprises are given.

Однією з передумов розробки коректної інформаційної стратегії підприємства, а також її впровадження є успішне визначення характеру поведінки підприємства в інформаційному економічному середовищі.

Для аналізу поведінки вітчизняних підприємств в інформаційному економічному середовищі вважаємо за доцільне запропонувати виокремити вісім груп підприємств, кожна з яких на нашу думку доцільно охарактеризувати за такими трьома критеріями:

- характером створення внутрішнього інформаційного продукту,
- характером створення зовнішнього інформаційного продукту,
- інтенсивністю інформаційного пошуку на підприємстві.

Інформаційні продукти є документованою інформацією, підготовленою відповідно до потреб користувачів і призначену для задоволення потреб користувачів. Внутрішні інформаційні продукти призначені для використання всередині інформаційної інфраструктури підприємства, зовнішні — призначені для зовнішніх відносно інформаційної інфраструктури підприємства користувачів. У свою чергу, критерій інформаційного пошуку комплексно характеризує інтенсивність процесів пошуку інформації у зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємства.

За запропонованою нами методикою логіка оцінювання інтенсивності інформаційної роботи на підприємстві полягає у наступному: при ідентифікації більшості критеріїв як «активних» характер усієї інформаційної роботи на підприємстві визнається «ак-

тивним»; при ідентифікації більшості критеріїв як «пасивних» характер усієї інформаційної роботи на підприємстві визнається «пасивним».

Така характеристика інформаційної активності поведінки підприємства в інформаційному економічному середовищі дозволить нам у подальшому визначити для кожного підприємства вибірки інформаційну стратегію, яка б відповідала специфіці роботи з інформацією конкретних підприємств.

Для спрощення сприйняття запропонованого нами концептуального підходу до оцінювання інтенсивності інформаційної роботи на підприємстві пропонуємо зазначені вісім груп підприємств позиціонувати у тривимірній восьмисекторній матриці (рис. 1).

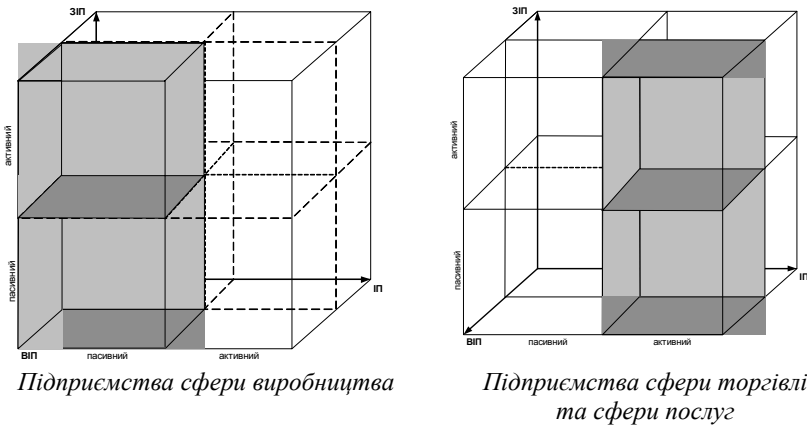


Рис. 1. Тривимірні матриці типологізації підприємств за ознакою активності їх поведінки в інформаційному економічному середовищі

Попередні результати нашого дослідження показали (рис. 1), що підприємства різних сфер мають різний ступінь активності в інформаційному економічному середовищі, і мають різні причини такої відмінності, які, здебільшого, обумовлені специфікою діяльності зазначених підприємств.

Проведені нами опитування дозволяють зробити висновок про те, що вітчизняні підприємства не мають цілісного уявлення про процес інформаційного забезпечення та його зв'язок із бізнес-стратегією та стратегічними планами і цілями підприємства. Це призводить до того, що інформаційному забезпеченню навіть на рівні інформаційної інфраструктури часто не приділяється потріб-

на увага, що робить можливість оптимального забезпечення інформацією діяльності підприємства такою, яка досягається вкрай складно, або в більшості випадків не досягається взагалі.

Однією з основних проблем вітчизняних підприємств, яка є результатом недостатнього розвитку інформаційної компетенції, є відсутність інформації, яка потрібна для прийняття стратегічних рішень. Така ситуація може стати причиною критичних помилок у продуктивній або ринковій диверсифікації та виборі стратегічного вектору. Більшість подібних рішень повинні прийматись із повним залученням наявних інформаційних ресурсів.

Гребешкова О. М.,

канд. екон. наук, доцент,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима
Гетьмана», Україна

Grebeshkova O.

Ph.D., assistant professor of
business strategy SHEE Kyiv
National Economic University
named after V. Getman, Ukraine

РЕЛЯЦІЙНА ПОВЕДІНКА ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНИЙ ТА ПРИКЛАДНИЙ АСПЕКТИ

Подано авторський погляд на актуальність та напрями вирішення проблеми формування теоретичних і прикладних засад реляційної поведінки підприємства. Запропоновано концептуальні положення щодо ідентифікації типів, моделей, технологій реляційної поведінки підприємств у контексті теорії і практики стратегічного управління.

RELATIONAL COMPANY BEHAVIOR: THEORETICAL AND APPLIED ASPECTS

Author's view on the urgency of solving the problem of theoretical and applied principles of relational behavior of an enterprise. Conceptual provisions to identify types, models, technologies, relational behavior in the context of business theory and practice of strategic management are proposed.

Незважаючи на значну кількість публікацій із питань забезпечення успішного довгострокового розвитку підприємства, зокрема в контексті стратегічного управління, багато аспектів цієї проблематики залишаються відкритими для подальших розробок. Такими слід визнати питання дієвості та результативності неконкурентних (реляційних) стратегій.

Необхідність забезпечення виживання в умовах кризи тільки загострює потребу у бізнес-партнерах, спираючись на підтрим-