

ства, яка здатна до самоорганізації і самоуправління. В процесі самоорганізації фрактали виробляють завдання свого функціонування. Між собою фрактали можуть утворювати різні групуючі структури, самостійно їх формувати і розпадатися за власним бажанням. Фрактальна фабрика виконує централізовані функції і акумулює інформацію і доводить її до відома кожного фракталу. Цілі, що генеруються окремими фракталами, складаються в спільну цільову систему фабрики. Цілі, вибрані для невеликих структурних одиниць, завжди конкретні і досяжні, тому і вся цільова система реальна. Таким чином, подібне фрактальне підприємство в цілому виявляється дуже динамічним, здатним швидко реагувати на зрушення і зміни зовнішнього середовища, що дозволяє йому знаходитися в стані динамічної рівноваги.

Концептуально архітектуру ФФ можна представити як деякий набір «основних компонентів», кожна з яких складається з набору функціональних модулів (фракталів): 1) оглядача, 2) аналізатора, 3) організатора, 4) вирішувача і 5) генератора звітів. На практиці перераховані модулі можуть бути реалізовані як окремі програмні агенти, а ФФ у цілому — як мультиагентная система.

Література

1. Варнеке Х.-Ю. Революция в предпринимательской культуре. Фрактальное предприятие: Пер. с нем. — М.: МАИК Наука / Интерпериодика, 1999.
2. Смирнов Э. А. Теория организации: Учебное пособие. — М.: ИНФРА-М, 2000.
3. Теория организации / Иванова Т. Ю., Приходько В. И. — СПб.: Питер, 2004.
4. Титов В. В. Управление корпорацией: проблемы эффективности и согласования // Экономическая наука современной России. — № 3. — 2001. — С. 79—88.

УДК 65.012.32 (075.8)

А. А. Садєков, д-р. екон. наук,
проф. проректор з наукової роботи,
О. Ю. Гусєва, канд. екон. наук,
доц. кафедри прикладної економіки,
Донецький національний університет економіки
і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДІВ ОЦІНКИ ГОТОВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ДО ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ЗМІН

Запропоновано методичний підхід до оцінки готовності підприємства щодо впровадження стратегічних перетворень. На базі запропонованого підходу оцінено готовність до впровадження стратегічних змін підприємства ТОВ «Інтерхолод» (м. Донецьк).
The methodical approach is offered near the estimation of readiness of enterprise in relation to introduction of strategic transformations. On the base of offered approach readiness is appraised to introduction of strategic changes of enterprise of LTD. «Interkholod» (Donetsk).

В умовах посиленого динамізму зовнішнього середовища перед багатьма вітчизняними підприємства постає необхідність у стратегічній орієнтації та своєчасному впровадженні перетворень. При цьому ефективна реалізація змін на підприємстві багато в чому залежить від того, наскільки підприємство готове до відлагодженого процесу впровадження запланованих змін.

Методичні підходи до оцінки ступеня готовності підприємства до впровадження змін пропонуються такими вченими, як В. Хоп-Хейли і Дж. Балоган [1] (модель «Калейдоскоп»), Дж. Коен і

Д. Коттер [2] (модель «Ризики впровадження змін») та ін. Проте у сучасній науковій літературі не спостерігається таких підходів, які б враховували всі аспекти готовності підприємства до змін, головними серед яких є: загальний рівень «стратегічності» підприємства, усвідомлення необхідності змін керівниками вищої та середньої ланок на усіма іншими працівниками, наявність фінансових ресурсів для покриття витрат, пов'язаних із проведенням перетворень, мобільність та адаптивність ресурсного потенціалу, наявність на підприємстві організаційної культури, спрямованої на підтримку змін. Метою даного дослідження є удосконалення існуючих методичних підходів до оцінки готовності підприємства до впровадження стратегічних змін. Для визначення ступеня готовності підприємства до впровадження стратегічних змін пропонується використовувати такі ознаки (табл. 1).

Таблиця 1

**ОЦІНКА СТУПЕНЯ ГОТОВНОСТІ ТОВ «ІНТЕРХОЛОД»
ДО ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ЗМІН**

№	Ознака готовності до впровадження змін	Оцінка ступеня прояву ознаки
1	Усвідомлення керівниками вищого рівня необхідності змін	Виявляється частково
2	Визначеність цілей та стратегії підприємства;	Виявляється слабо

3	Наявність відлагодженого механізму стратегічного аналізу та планування	Виявляється слабо
4	Розроблена дієва політика управління конкурентоспроможністю	Виявляється частково
5	Адаптованість підприємства до нових можливостей	Виявляється слабо
6	Орієнтованість поточного управління на виконання стратегічних завдань підприємства	Виявляється слабо
7	Усвідомлення спеціалістами та іншими працівниками підприємства необхідності змін;	Виявляється слабо
8	Наявність підрозділів, які здійснюють внутрішнє консультування з питань управління змінами	Виявляється частково
9	Практика запрошення сторонніх спеціалістів з консультування по проблемам управління змінами	Виявляється повністю
10	Постійне інформування працівників щодо впроваджуваних стратегічних змін	Виявляється слабо
11	Орієнтація на «Культуру змін» на підприємстві	Не виявляється
12	Наявність на підприємстві ефективно функціонуючого підрозділу, що займається питаннями стратегічного управління	Виявляється слабо
	Середньозважений бал	3,164

Керівникам вищого та середнього рівня пропонується оцінити рівень готовності підприємства за наступними ознаками за такою шкалою: «5» — якщо дана ознака на підприємстві повністю виявляється; «4» — якщо дана ознака виявляється частково; «3» — якщо дана ознака виявляється слабо; «2» — якщо дана ознака не виявляється.

Загальна оцінка ступеня готовності підприємства до впровадження стратегічних змін є середньозваженим балом, який обчислюється за формулою:

$$\bar{P} = \frac{1}{m \cdot n} \sum_{i=1}^m k_i \sum_{j=1}^n p_{ij}, \quad (1)$$

де p_{ij} — бальна оцінка j -го експерта ступеня прояву i -ї ознаки;

n — кількість експертів;
 k_i — коефіцієнт важливості i -ї ознаки, яка визначається за правилом: $k_i = 1$, якщо ознака є менш важливою; 2 — якщо ознака має середній ступінь важливості; 3 — якщо ознака є дуже важливою.

Для визначення ступеня готовності підприємства до впровадження стратегічних змін за отриманим середньозваженим балом встановлено таку шкалу:

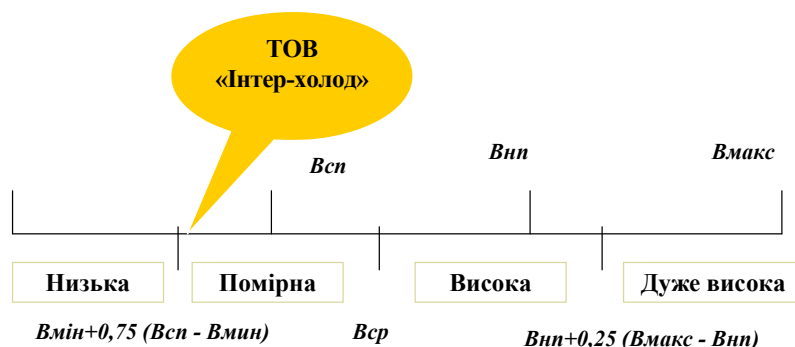


Рис. 1. Шкала оцінки ступеня готовності підприємства до впровадження змін

На основі проведеної оцінки з'ясовано, що ТОВ «Інтерхолод» має рівень готовності до впровадження стратегічних змін дещо нижче помірного (середньозважений бал = 3,16). Отже, для ефективного впровадження запланованих стратегічних змін керівникам підприємства необхідно запровадити систему комплексного стратегічного управління, а також вжити низку заходів щодо більш ретельної підготовки персоналу до майбутніх перетворень.

Література

1. Стратегический менеджмент / Под. ред. А. Н. Петрова. — СПб.: Питер, 2008. — 496 с.
2. Коэн Дэн С. Суть перемен: путеводитель. Инструменты и тактика руководства преобразованиями в компании. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2007. — 320 с.

3. Дятлов А. Н. Общий менеджмент: концепции и комментарии: Учебник. — М.: Альпина-Бизнес Букс, 2007. — 400 с.

УДК 62.50:658.21

В. А. Северілов, канд. т. наук,
доц. кафедри інформаційних технологій,
Л. І. Семенюк, викладач,
BCEI

СИСТЕМА РОБОЧИХ МОДЕЛЕЙ РИНКУ ПОСЛУГ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Розглянуто задачу побудови математичної моделі ринку послуг освіти. Вибрано моделі класу «N виробників, M продуктів, K споживачів». Використання векторизації дозволяє ефективно моделювати системи високої розмірності. Модель дозволяє отримувати пряму оцінку ризику ринку для виробника.

The task of construction of mathematical model of market of services of education is considered. The models of class of «N of producers, M of products, K of users, are chosen. Use of the tracing system allows efficient simulation of high dimensionality. A model allows to get the direct estimation of risk of market for a producer.

Задача моделювання механізму формування конкурентноспроможного ринку освітніх послуг не має чітких границь у просторі і часі, має міждисциплінарний характер, тому вимагає адекватного — загальносистемного підходу. Економічну цінність вищої освіти оцінити важче, ніж для звичайних продуктів — автомобіля, комп'ютера. Сучасний ринок вищої освіти по інформаційній асиметрії мало відрізняється від ринків кави і сардельок. У роботі подано побудову математичних моделей (ММ) вищої освіти, орієнтованих на виділення базових механізмів. На рис. 1 подана схема системи моделей ринку освіти.