

В.В. Коненко, канд. екон. наук (Харківський національний університет міського господарства ім. О.М. Бекетова, Харків)

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ ПІДГОТОВКИ ТА ПРИЙНЯТТЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО- УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

З розвитком процесу інформатизації характер конкуренції в економіці країни зазнає значних змін. Зменшується вплив природних ресурсних можливостей на конкурентоспроможність суб'єктів ринкових відносин і одночасно посилюється роль інформаційного забезпечення, програмно-апаратних засобів інформатизації, сучасних інформаційних технологій, що докорінно змінює значення і пріоритетність факторів конкурентоспроможності підприємств.

Удосконалення форм організації роботи компанії і підвищення ефективності її управління сприяє розвитку організаційного капіталу, тобто набуттю досвіду роботи компанії на ринку, що у поєднанні з добре налагодженою системою інформаційного забезпечення та застосуванням сучасних інформаційних технологій створює можливість швидкого реагування на ринкові умови, оптимізації номенклатури товарів, що випускаються, допомагає у прийнятті ефективних організаційно-управлінських рішень.

Вихід з товаром на ринок – це завжди намагання підкреслити конкурентні характеристики свого товару, це боротьба за задоволення конкурентних інтересів споживачів та суспільне визнання власної продукції

Важливість інформаційного забезпечення в процесі реалізації та збуту товару підтверджується, насамперед, рекламною діяльністю, що передбачає не тільки показ реалізаційних, в т.ч. експортних, можливостей виробництва, але й популяризацію компанії, яка виробляє і поставляє дану продукцію. З розвитком процесів інформатизації суперництво компаній за задоволення потреб споживачів набуває якісно нового змісту. Значного обсягу досягає споживчий капітал (база даних компанії щодо споживачів, їх побажань до характеристик та сервісу товару), посилюється його роль як одного з видів інтелектуального капіталу.

Інформаційне забезпечення, істотно впливаючи на якісну модифікацію систем управління і форм ведення бізнесу, розвиток економічних та інноваційних процесів, збільшення наукомісткості і диференційованості продукції, суттєво змінює структуру конкурентоспроможності, якісно підсилює конкурентні переваги

компанії, значно покращуючи її конкурентоспроможність ринку, і як результат – призводить до активізації конкурентної боротьби.

Оцінка конкурентоспроможності компанії на ринку, що будується на ретельному аналізі її технологічних, виробничих, фінансових та збутових можливостей, є своєрідним вказівним ланцюгом у маркетинговій діяльності, в рамках якого проводиться з'ясування потенційних можливостей компанії і визначення заходів, які вона повинна вжити для забезпечення стійкої конкурентоспроможної позиції на ринку. Для оцінки конкурентоспроможності компанії використовується низка показників, що свідчать про ступінь стабільності роботи компанії, її спроможність виготовляти продукцію, яка користується попитом на ринку й забезпечує компанії одержання намічених стабільних фінансових результатів.

Конкурентні переваги за зазначеними показниками конкурентоспроможності досягаються в процесі реалізації обраної компанією стратегії на всіх етапах її діяльності: від наукових розробок до збуту товарів і надання сервісних послуг.

За умов стабільного розвитку національних і галузевих факторів конкурентоспроможності, максимальне розкриття ресурсних можливостей компанії досягається, насамперед, завдяки злагодженій роботі всіх її структурних підрозділів у всіх функціональних сферах діяльності. Запорукою злагодженості в роботі виступає, передусім, ефективне управління, дієвим підґрунтям якого є інформаційне забезпечення.

Організація дієвої системи інформаційного забезпечення повинна розглядатися як першооснова організаційно-управлінської діяльності. Технічним базисом такої системи повинно стати сучасне комп'ютерне обладнання, розгалужена інфраструктура інформаційного зв'язку, нові інформаційно-комунікаційні технології. Це забезпечить швидку обробку і узагальнення інформації, її своєчасне доведення до відповідних підрозділів, сприятиме оперативному реагуванню на всі зміни суспільно-економічної спрямованості, які стосуються діяльності компанії (як всередині країни, так і за її межами), і внесенню відповідних коректив у науково-технічну, виробничу, збутову та сервісну її сфери, і, як результат, – забезпечить прийняття всебічно обґрунтованих управлінських рішень, направлених на досягнення та утримання стабільної конкурентної позиції, підвищення рівня конкурентоспроможності компанії.