

І.Б. Чернікова, канд. екон. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

О.О. Кваша, канд. екон. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

ПРОАКТИВНА СТРАТЕГІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РИНКОВИХ СТРУКТУР ЗА УМОВ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Сьогодні актуально викладати думки про особливості лідерства в умовах невизначеності, оскільки під час непередбачуваності керівники все частіше обирають стратегії, зокрема облікову. При цьому варто пристосовуватися до динамічного інформаційного середовища або намагатися просувати на ринок свої вимоги. Вважаємо доцільним під час невизначеності в інформаційній системі управління застосовувати декілька видів проактивної стратегії. Перший вид полягає в тому, що на відносно стабільних ринках успішна проактивна стратегія перетворює впорядкованість в хаос. Так, в Україні ЗАТ «Слав'яночка» – одно з перших вийшло з «Укрмолоко», відмовившись від традиційної системи дистрибуції. Майже при нульовій рекламі «Слав'яночка» зуміла стати лідируючим вітчизняним брендом. Звідси виходить, що коли всі на ринку дотримуються чітко визначених принципів, бажано раптово змінити їх, при цьому, щоб інші їх дотримувались.

Другий вид передбачає, коли непередбачуваність значна, успішна проактивна стратегія перетворює хаос у впорядкованість. Пропонуємо наступні варіанти впорядкування, такі як розробку інноваційної технології, яка стане домінуючою; реструктуризацію нестабільної галузі шляхом викупу або злиття ринкових структур. Чим більша невизначеність, тим більша вірогідність успіху, оскільки спостерігається зростання прибутку від проактивної стратегії. Передбачуваність підвищує ризик та зменшує прибутковість. За цієї ситуації, головною умовою є дія, поки інші в очікуванні.

Виходячи із зазначеного, в якості способу розрахунку ситуацій і прогнозування подій сталого розвитку, пропонуємо в управлінських інформаційних системах обліку, аналізу аудиту та оподаткування ринкових суб'єктів господарювання використовувати старокитайську страгему – спроможності перемагати в конкурентному бою, грамотно реагуючи на ситуацію, маючи інструментарій, який сприяє миттєвості прийняття рішень під час управління. Страгемі, як метафоричний інструмент, підказують готові відповіді й шляхи вирішення проблемних ситуацій (рис.).



Рис. Стратегія стратагем в інформаційній системі управління

Застосування теорії інновацій в тій чи іншій галузі бачимо в розумінні появи нових бізнес-моделей, які стануть попередниками змін в цих індустріях. Суть визначення сигналів, які можуть забезпечити зміни передбачає оцінку трьох груп споживачів: групи неспоживачів; групи незадоволених споживачів; групи пересичених споживачів. Кожна з цих груп містить в собі унікальні можливості. Так, ринкові структури молочної промисловості можуть виробляти проривну продукцію – ексклюзивне молоко (легке, живе), створюючи при цьому нові ринки для залучення неспоживачів. Вони також можуть ініціювати еволюційні інновації, випускаючи більш дороге молоко, яке відрізняється вишуканою смаковою якістю для того, щоб зацікавити недосить задоволених споживачів. Крім того, молоковиробні компанії можуть виводити на ринок більш просте молоко для своїх перенасичених споживачів. Звідси виходить, кожен з процесів відбувається за певних умов, що дає право передбачувати результат інноваційної діяльності будь якої ринкової структури.

Отже, сталий розвиток бізнесу незалежно від сегменту діяльності забезпечується універсальністю своєчасно обраної стратегії, що відображає життєво важливі реалії, тобто стане проактивною в управлінських інформаційних системах досягнення успіху у конкурентному просторі умов невизначеності.