

- шова // Інноваційна економіка. Всеукраїнський науково-виробничий журнал.- с.101-104.
4. Бланк И.А. Управление финансовой безопасностью / И.А. Бланк. – К. : Изд-во "Никацентр", Эльга, 2004. – 784 с.
 5. Барановський О.І. Фінансова безпека / О.І. Барановський; Ін-т екон. Прогнозування. – К. : Вид-во "Фенікс", 1999. – 338с.
 6. Біломістна І.І. Механізм забезпечення фінансової безпеки підприємств промислових підприємств / І.І. Біломістна, В.Є. Горечко // Інноваційна економіка. Всеукраїнський науково-виробничий журнал - 6'2012[32]. - с. 305-307.

УДК: 331.101

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕРЕЖНИХ КОРПОРАТИВНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Шапошников К.С. – д.е.н., доцент, Херсонський ДУ

Постановка проблеми. Одним із найбільш важливих, хоча й не помітних на перший погляд підсумків минулого століття стала можливість ведення бізнесу на основі прямих рівноправних зв'язків усіх з усіма. Такий спосіб організації взаємодії у економічній та багатьох інших науках одержав назву мережі.

Мережний спосіб ведення бізнесу дозволяє діяти без урахування природжених або набутих статусів і обов'язкової участі бюрократичних структур, а також набагато швидше, ніж при використанні традиційної системи опосередкованих відносин. Фактично мережа звільняє економічних агентів від багатьох соціально-політичних та економічних обмежень, генеруючи таким чином вагомий приріст дієздатності. Сьогоднішня загальнодоступність мережних взаємин і ступінь відповідної інституціональної свободи від просторово-тимчасових обмежень забезпечені досягненнями в сфері інтернет- і нано-технологій, нової енергетики, а також генної інженерії. У зв'язку з цим сучасним економічним агентам, незалежно від сфери діяльності, необхідно шукати нові джерела конкурентних переваг.

Стан вивчення проблеми. Проблеми пошуку нових форм (віртуальних, креативних, мережних) організації бізнесу висвітлені у працях Й.Ханса, А.Павлуцького, Р.Патюреля, В.Тарасова, Я.Квача, О.Редькіна [1; 3 - 7]. Хоча названі вчені є представниками різних наукових шкіл, усі вони погоджуються з думкою про те, що епоха завжди прихильного клієнта завершилася, тому всім економічним агентам необхідно проектувати таку архітектоніку організації бізнесу, яка б найповніше задовольнила постійно зростаючі потреби споживачів.

Отже, дана стаття має на меті обґрунтування особливостей функціонування мережних корпоративних організацій у сучасних умовах господарювання.

Завдання і методика досліджень. Основними завданнями даного дослідження стали: вивчення сучасної практики функціонування мережних корпоративних організацій; обґрунтування характерних рис мережного бізнесу. При цьому використовувався аналітико-синтетичний, порівняльний та індуктивний методичний апарат.

Результати досліджень. Сьогодні накопичено значний досвід діяльності на основі мережної організації корпоративного бізнесу, існує багатогранна сукупність різноманітних підходів, але наука та практика ще не виробили єдиної чітко окресленої системи понять, що не рідко приводить до неоднозначного трактування та невизначеності. Єдина точка зору на сутність понять «мережа» та «мережна організація» відсутня, що спонукає до узагальнення існуючих точок зору та наукового пошуку. Погляди вітчизняних і зарубіжних економістів на зміст понять „мережа” та „мережна організація” систематизовано нижче.

Ф.Йохансон [8] вважає, що бізнес-мережа – набір взаємозалежних відносин обміну між учасниками, що контролюють окремі бізнес-напрями, яка відрізняється від соціальних мереж – і мереж у цілому – своїм зв'язком з бізнес-процесами.

На думку Б.Гроневегена [8], мережа – група незалежних учасників, кожний з яких частково, але цілеспрямовано залучений у діяльність усієї групи, де виникають специфічні відносини між її учасниками.

Х.Хакансон [9] переконаний, що мережа – набір суб'єктів, не залежних інституціонально один від одного, але здійснюючих дії й/або контролюючих ресурси, які взаємозалежні в певному змісті.

Й. Зюдоф, А.Вінделер [10] дотримуються думки про те, що мережі – це довгострокові угоди між різними, але зв'язаними комерційними організаціями, які являють собою проміжну форму між ринковими й ієрархічними організаційними формами.

Заслуговує на увагу і думка Ф. Котлера та Р.Ачрола [2], які стверджують, що мережна організація – коаліція взаємозалежних спеціалізованих економічних одиниць зі своїми цілями (незалежні фірми або автономні організації), які діють без ієрархічного контролю, однак усі вони задіяні в системі із загальними цілями через численні горизонтальні зв'язки, взаємну залежність й обмін.

Узагальнивши різні наукові погляди, визначимо, що мережна корпоративна організація — це об'єднання незалежних індивідів, соціальних груп й/або організацій, що діють скоординовано на тривалій основі з метою досягнення погоджених цілей і мають загальну корпоративну інфраструктуру.

Основний принцип роботи мережної корпоративної організації – принцип мережної взаємодії. На нашу думку, мережна взаємодія – це система зв'язків, що дозволяє розробляти, апробувати й пропонувати учасникам мережі інноваційні моделі розвитку й управління, а також спосіб діяльності щодо спільного використання ресурсів.

Важливою рушійною силою мережної корпоративної організації є інформаційно-комунікаційна технологія. При цьому зазначимо, що вона лише постачає дані, утворюючи корисну платформу для полегшення контактів, але ніяким чином не замінюючи саму високоякісну мережну взаємодію, тобто сучасна інформаційно-комунікаційна технологія є лише важливою умовою ефективності мережної корпоративної організації.

Мережні корпоративні організації радикально змінюють образ сучасного бізнесу, є більш адекватними сучасним умовам господарювання. У цьому сенсі вони втілюють собою вихід за межі уявлень класичної індустріальної компанії, виявляючи можливості постійно перетворюватися і даючи життя все новим і новим компаніям. Звідси можна зробити висновок, що в столітті, яке настало, роль мережних корпоративних організацій посилиться. Саме цей факт відбиває реальний масштаб і значення сучасних умов господарювання, особливо у сфері інфокомунікацій, що робить нове суспільство дедалі більш несхожим на те, що донедавна вважалося традиційним і безсумнівним.

Відомо, що трансформація суб'єкта господарювання найчастіше починається з аналізу існуючої організаційної структури. Більшість корпорацій утримують свої позиції на ринку, безупинно реалізуючи зміни. Для прискорення змін і зниження негативного впливу функціональної ієрархії частина корпорацій упроваджує мережні управлінські інформаційні системи. У результаті на основі нових інформаційних технологій формуються мережні корпоративні організації з розгалуженими ланками управління, які прийнято називати віртуальними корпораціями [1; 4; 7].

Одночасне врахування різних, але взаємодіючих зовнішніх і внутрішніх рівнів активності мережної корпоративної організації приводить до інтеграції раніше розподілених підходів до управління стратегічним розвитком мережних корпоративних організацій. Для цього при побудові корпоративної структури слід виходити з того, що окремі фірми-учасники мережної взаємодії неминуче вступають між собою у своєрідну конкуренцію за вплив на ресурси (матеріальні, фінансові, людські та інформаційні), прагнучи розширити свій адміністративний вплив. Існуючі управлінські доктрини прагнуть зменшити ці негативні ефекти.

Очевидно, що ефективність взаємодії складників конкретної мережної корпоративної організації багато в чому залежить від рівня узгодження цілей, інтересів і дій окремого учасника мережі відповідно до організаційно-правових форм його економічного поведіння та варіантів розміщення наявних ресурсів. Останні формуються в "прив'язці" до конкретних ринків, методів роботи і виробничо-фінансових зв'язків. Проект створеної корпоративної структури повинен враховувати цю умову.

Інформаційна складова впливає не тільки на структуру капіталу мережної корпоративної організації, але й змінює виробничі й ринкові параметри продукції. Однак, сучасні концепції не завжди визнають за інформацією роль вирішального ресурсу. Може скластися думка, що використання ІТ являє собою тільки подальший розвиток НТП, що приводить до традиційного зниження капіталовкладень, зростання продуктивності праці тощо. Насправді, інформація інтегрується практично з усіма ресурсами мережної корпоративної організації (сировиною, енергією, працею, фінансами, технологіями тощо), докорінно змінюючи їхні властивості.

Основні фактори (інтеграційний, регуляторний, ринковий, технологічний, інвестиційний, соціально-економічний і приватизаційний), що впливають на розвиток мережних корпоративних організацій у всьому світі, обумовлюють такі тенденції у функціонуванні підприємницьких мереж:

- загальне посилення й зміна структури конкуренції: розширення географії роботи, поступова демонополізація ринку, легалізація діяльності віртуальних підприємств;
- вихід на глобальний ринок великих міжнаціональних компаній з різних секторів економіки, що володіють значним інвестиційним ресурсом, що спричиняє перерозподіл сил серед основних гравців;
- побудова мереж зв'язку нового покоління, видача ліцензій на розгортання мереж третього (3G) і четверте покоління (4G), початок реалізації програми цифрового телебачення;
- розвиток нових бізнес-моделей партнерських відносин між мережами та іншими учасниками ринку: контент і сервіс-провайдерами, рекламодавцями, постачальниками платформ і програмного забезпечення;
- поява нових послуг, заснованих на конвергенції технологій (інформаційної, телекомунікаційної) і мереж, що вплине на подальше розширення функціональності;
- здатність доходів від реалізації нових послуг частково відшкодувати втрати від падіння голосового трафіку в мережах фіксованого зв'язку;
- загальна економічна ситуація в країні, зміна доходів, рівень освіти й зайнятості населення в різних регіонах тощо.

Вирішальний вплив на процес формування та функціонування мережних корпоративних організацій, безумовно, здійснює виникнення й формування інформаційно-комунікаційної сфери, що стало результатом науково-дослідної і дослідно-конструкторської діяльності міжнародних компаній, котрі представили на ринок кардинально нові послуги – стільниковий, супутниковий зв'язок й Інтернет. Для підтримки конкурентоздатності ці компанії проводять активну інноваційну політику й планомірно виводять на ринок нові послуги. Характерним є також, що за останні кілька років змінився основний акцент конкурентної боротьби в рамках інформаційно-комунікаційної сфери: він перемістився в сферу надання додаткових послуг і стимулювання збуту для захоплення нових сегментів ринку. Одним із найпоширеніших способів оптимізації інноваційної діяльності в сучасних умовах є конкурентна політика компаній, спрямована на співробітництво й кооперацію з конкурентами.

ІКТ істотно підвищують ефективність економічної діяльності як на рівні корпоративного управління, так і на рівні ринкових взаємодій, знижуючи трансакційні витрати й відкриваючи нові інформаційні можливості. Інформаційно-комунікаційний ринок складається з двох взаємопов'язаних кластерів – галузі телекомунікації (ТК) та галузі інформаційних технологій (ІТ), які можуть розглядатися як окремі ринки.

Кожна з галузей відповідно поділяється на вужчі, а саме: телекомунікації складаються зі сфери телекомунікаційних послуг (послуги фіксованого та безпроводного зв'язку) і сфери апаратного забезпечення телекомунікацій (телекомунікаційне обладнання). До галузі інформаційних технологій належать сфери ІТ послуг, апаратного та програмного забезпечення.

На сьогоднішній день розвиток інфокомунікаційних послуг здійснюється, в основному, у рамках комп'ютерної мережі Інтернет, доступ до послуг якої відбувається через традиційні мережі зв'язку. У той же час, у ряді випадків послуги Інтернет через обмежені можливості її транспортної інфраструктури

не відповідають сучасним вимогам, що висуваються до послуг інформаційного суспільства. У зв'язку із цим розвиток інфокомунікаційних послуг вимагає вирішення завдань ефективного управління інформаційними ресурсами з одночасним розширенням функціональності мереж зв'язку. У свою чергу, це стимулює процес інтеграції Інтернету й мереж зв'язку.

Поширення ІКТ сприяє інтеграції бізнесу й появи мережних корпоративних організацій як усередині галузі інфокомунікацій, так і в інших сферах виробництва. Конвергентний характер розвитку інфокомунікацій, що виявився в створенні конвергентних мереж (NGN, IMS), контентних і конвергентних послуг (Triple Play – голос, дані, відео, Quad Play – голос, дані, відео, мобільний зв'язок), конвергентних терміналів (смартфон, бездротовий шлюз), сприяє інтеграції операторів, організацій сервісу в сфері надання послуг і доступу до мереж, а також перегляду ринкової й бізнес-стратегій корпоративних організацій.

Особливості розвитку мережних корпоративних організацій зумовлені також використанням електронного маркетингу. Існують два підходи до електронного маркетингу [8; 9]: як до додаткового засобу і як до віртуального бізнесу. Підхід до електронного маркетингу як до додаткового засобу виходить з того, що мережні корпоративні організації не обмежуються маркетинговими заходами тільки в Інтернеті. Фактично для виконання ділових завдань і досягнення цілей маркетингу користувачі повинні приділяти увагу іншим, традиційним засобам реклами й маркетингу. При цьому, web-маркетинг варто розглядати як один із засобів у маркетинговому арсеналі мережних корпоративних організацій за допомогою он-лайн каталогу.

Віртуальний бізнес – це те, на що розраховує більшість прихильників Інтернет-маркетингу. Незважаючи на існування недостатньої безпеки операцій, мережні корпоративні організації схильні користуватися безпосередньо маркетингом в Інтернеті. По суті, уже з'явилося й працює безліч віртуальних фірм, таких як Amazon.com й Virtual Vineyards.

Здатність мережних корпоративних організацій швидко адаптуватися до змін кон'юнктури ринку, пропонувати нові продукти й послуги стає головним чинником отримання конкурентних переваг. Відповідно до цього докорінно трансформується саме поняття якості продукції або послуг, яке вже зараз базується на оцінці цінності взаємодії між товаровиробником й споживачем. Основою такої взаємодії може служити визначення поняття “віртуальний продукт” близький до поняття “послуга”, як виготовлений і адаптований до вимог споживача за короткий час, у будь-якому місці й у будь-якій формі.

Таким чином, у теорію й практику економічного життя входять поняття віртуального продукту й віртуального підприємства, як принципово нова концепція організаційної структури підприємства. У світовій практиці корпоративного управління визначення “віртуальний” є ключовим щодо віртуальних утворень, купівлі/продажу, банківських операцій, фондових ринків, організацій тощо.

Висновки та пропозиції. Традиційний управлінський інструментарій корпоративного управління став менш ефективним і деякою мірою застарілим у сучасних умовах господарювання. Упровадження інформаційних і комунікаційних технологій трансформує організаційну стабільність корпорації й наці-

лює їх на пошук або створення нових мережних організаційних структур. Коопераційні ознаки створення мережних корпоративних організацій є підставою для імітації реальних процесів у кібернетичному просторі, який охоплює систему корпоративного управління в якості частки телекомунікаційного середовища.

Ураховуючи ці відмінності, ми розуміємо, що сучасні корпорації відповідно до поставленої мети вимушені стосовно вибору певної форми коопераційних зв'язків освоювати таку нову форму організації бізнесу, як мережна корпоративна організація. Мережна корпоративна організація є упорядкованою організацією, що поєднує мету, ресурси, традиції й досвід декількох корпоративних підприємств при розробці складних інноваційно-інвестиційних проектів. У цих проектах передбачається вибір й використання найкращих матеріальних, трудових, фінансових та інформаційних ресурсів з найменшими витратами, що дозволяє підвищити конкурентоспроможність.

Перспектива подальших досліджень. Підсумовуючи, треба відзначити, що в даній статті зроблена спроба обґрунтувати і довести важливість вивчення особливостей виникнення та функціонування мережних корпоративних організацій у сучасних умовах господарювання. На жаль, у сучасній економічній теорії та вітчизняній практиці господарювання актуальність вирішення зазначених питань недостатньо усвідомлена. Вхідження України в ринковий простір вимагає від економічної науки вказати вітчизняним корпораціям новий шлях до успіху. Саме тому ми переконані, що у перспективі слід очікувати подальших досліджень характерних рис та особливостей мережного бізнесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Корпоративне управління організаційним розвитком: креативні засади: [монографія] / Я.П.Квач, К.С.Шапошников, М.М.Адамкович; ОДІФ УДУФМТ. – Ізмаїл: СМІЛ, 2008. – 272с.
2. Котлер Ф. Маркетинг в условиях сетевой экономики / Котлер Ф., Ачрол Р. // Маркетинг и маркетинговые исследования в России – 2000 – №2 – С. 21–38.
3. Павлуцький А. Менеджмент третього тисячоліття: системно-еволюційний підхід до розвитку організації / А.Павлуцький // Управління персоналом. – 2001. - №2. – С.66 – 78.
4. Патюрель Р. Создание сетевых организационных структур / Р.Патюрель // Проблемы теории и практики управления. – 2007. - №3.- С. 117-124.
5. Редькин А.С. Современные концепции корпоративного управления / А.С.Редькин // Вестник социально-экономических исследований: [Сб. науч. тр.]. - Одесса: ОГЭУ, 2002. - Вып. 11. – С.22 – 34.
6. Тарасов В.Б. Новые стратегии реорганизации и автоматизации предприятий: на пути к интеллектуальным предприятиям / В.Б.Тарасов // Новости искусственного интеллекта. – 2006. – №4. – С.40 — 84.
7. Ханс Йоас. Виртуализация как возможный путь развития управления / Йоас Ханс, Андреас Филипп Ф. // Проблемы теории и практики управления – 2000 – № 5 – С. 32 – 44.
8. Forsgren, M. & Johanson, J., 1992, Managing Internationalization in Business Networks in Forsgren, M.& Johanson, J.(eds.), 1992, Managing Networks in International Business. Philadelphia: Gordon & Breach, pp.1-16.

9. Hakanson H. Evolution Processes in Industrial Networks. In: Industrial Networks. A New View of Reality. London: Routledge.
10. Sydow, Jörg; Windeler, Arnold (1993): Managing corporate networks. A structurationist perspective.

УДК: 364.48.631.16

ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОГО МЕХАНІЗМУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПРОГРАМ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОЇ МІСЦЕВОСТІ

Шепель І.В. - к.е.н., доцент, Херсонський ДАУ

Постановка проблеми. Механізм функціонування більшості сільських поселень упродовж багатьох десятиліть був міцно прив'язаний до форм організації та напрямів розвитку сільськогосподарських підприємств. Від характеру й ефективності роботи цих підприємств залежав розвиток виробничої сфери та соціальної інфраструктури села, місце якого визначало і його статус в адміністративно-територіальному поділі суспільства. Усе це специфічно позначилося на суспільному житті сільського населення, яке поступово усвідомлювало себе не стільки односельцями, скільки членами однієї громади, одного трудового колективу. Цьому сприяло й те, що більшість проблем села розв'язувалось не коштами сільської громади, а за рахунок сільськогосподарських підприємств.

Однак, сучасний економічний і соціальний стан сільських територій зазнав і зазначає значних змін. Метою даного дослідження є визначення основних елементів фінансового механізму виконання соціально-економічних програм розвитку сільського населеного пункту та впровадження його в окремі населені пункти регіону. Економічна криза сільськогосподарських підприємств обмежила можливості ефективного функціонування сільської території, а в деяких населених пунктах поставила під загрозу саме їхнє існування.

Стан вивчення проблеми. Проблема удосконалення фінансового механізму розбудови сільської місцевості, підвищення рівня зайнятості на селі присвячено немало робіт як в Україні, так і в інших країнах. Найбільш вагомими є дослідження в працях багатьох українських учених, зокрема М.Й.Маліка, І.І.Лукінова, Г.І.Купалової, О.М.Онищенко, О.Д.Гудзинського, Е.М.Лібанової, К.В.Прокопишак, В.В.Юрчишина, Є.В.Мішеніна, В.М.Нелепа, М.П. Сахачького В.П. Рябоконт, Л.О.Шепотько, О.Ю. Єрмакова, Д.П.Богині та ін.

Завдання і методика досліджень. Мета досліджень полягає у вивченні основних складових механізму розбудови соціальної інфраструктури села Херсонської області, проблемам його розвитку та впровадження. Досягнення визначеної мети зумовило необхідність дослідження на системних засадах розвитку соціальної сфери села та обґрунтування методологічних аспектів з урахуванням чинників її формування.