

обслуговування; б) оцінювання ефективності системи обслуговування; г) оцінювання якості та ефективності системи обслуговування в межах окремого підприємства; д) оцінювання якості та ефективності системи обслуговування у групі підприємств-конкурентів.

У подальшому передбачено дослідження питання моніторингу торговельного обслуговування у підприємствах роздрібної торгівлі.

Список літератури

1. Иванова, Т. Ю. Теория организации [Текст] / Т. Ю. Иванова, В. И. Приходько. – СПб. : Питер, 2004. – 269 с
2. Управління підприємствами: сучасні тенденції розвитку [Текст]: монографія / Н. П. Гончарова [та ін.]. – К. : КНЕУ, 2006. – 288 с.
3. Бланк, И. А. Торговый менеджмент [Текст] : учеб. курс / И. А. Бланк. – 2-е изд., перераб. и доп. – К. : Ника-Центр : Эльга, 2004. – 780 с.
4. Теорія та практика торговельного обслуговування [Текст]: навч. посіб. / В. В. Апопій [та ін.]; за ред. В. В. Апопія. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 496 с
5. Берман, Б. Розничная торговля: стратегический подход [Текст] : [пер. с англ.] / Б. Берман, Дж. Эванс. – М. : Вильямс, 2003. – 1184 с.
6. Про затвердження Методичних рекомендацій про атестацію об'єктів роздрібної торгівлі та порядок віднесення їх до певних атестаційних категорій [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства економіки та з питань Європейської інтеграції України № 276 від 19.09.2002. – Режим доступу : <<http://uapravo.net/data/base43/ukr43691.htm>>.
7. Решетняк, О. Сучасні методи управління підприємством сфери послуг [Текст] / О. Решетняк. – Х. : Фактор, 2008. – 544 с.
8. Долечек, В. Підходи до побудови моделі гарантії якості послуг [Текст] / В. Долечек // Економіст. – 2004. – № 4. – С. 69–71.
9. Баканов М. И. Информационные технологии контроля качества функционирования систем обслуживания в торговле [Электронный ресурс] / М. И. Баканов, В. Г. Степанов. – Режим доступа : <http://www.cfin.ru/press/afa/2000-4/52_bak.shtml>.

Отримано 30.03.2011. ХДУХТ, Харків.

© Т.С. Пічугіна, О.А. Круглова, О.С. Шуміло, 2011.

УДК 658.114.5

Н.О. Власова, канд. екон. наук, проф.

О.В. Колчкова, асист.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МЕРЕЖЕВИХ ФОРМ ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ

Визначено теоретико-методологічні засади розвитку мережеских форм організації бізнесу, визначено їх основні характеристики, уточнено зміст поняття «торговельна мережа».

Определены теоретико-методологические основы развития сетевых форм организации бизнеса, выделены их основные характеристики, уточнено содержание понятия «торговая сеть».

The article determines theoretical principals of the development of trade chains, distinguishes basis characteristics of trade chains, and specifies maintenance of notion «trade chain».

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сьогодні торгівля є одним із провідних видів економічної діяльності, що продовжує динамічний розвиток, незважаючи на проходження стадії трансформації. Ринкові перетворення українського суспільства концептуально змінили підходи до сутнісного розуміння ролі й значення торгівлі в сучасній економіці. Комплексне її осмислення як найважливішої сфери послуг, основного ланцюга в системі господарських зв'язків між виробником і споживачем, її незамінність як рушійної сили економічного розвитку передбачають необхідність вивчення її потенціалу [1]. Як галузь господарської діяльності торгівля має розгорнуту мережу оптових і роздрібних підприємств, що забезпечують зберігання, транспортування й реалізацію товарної продукції, предметів споживання. За сучасних умов розвитку вітчизняної економіки в торговельній галузі на тлі високих темпів збільшення обсягу продажів відбуваються структурні зміни, пов'язані з виникненням і активним просуванням на ринок торговельних форматів, що використовують прогресивні технології продажів, ефективний менеджмент, сучасні інформаційні й логістичні системи, які надають покупцям широкий спектр супутніх послуг.

Відзначимо, що характерною рисою сучасного ринку є його перетворення з ринку виробника на ринок споживача, який за допомогою сучасних інформаційних технологій одержує можливість вибрати спосіб задоволення своїх запитів за допомогою різних видів продукції, технологій, брендів та ін. Основним мезоекономічним ланцюгом такої економіки сьогодні стає мережа, яку поряд із кластером визнано в усьому світі як ефективний засіб формування національних конкурентних переваг, підвищення ефективності виробництва за рахунок вертикальної та горизонтальної інтеграцій як окремих галузей, так і підприємств.

Мережеві структури є найбільш відомими з концепцій економічних відносин, заснованих на інституціональній та територіальній близькості. Сьогодні постала нагальна потреба в більш точній концептуалізації того, що являють собою мережі й пов'язані з ними явища, для того, щоб проводити відповідні дослідження мережевих систем, зокрема в торгівлі, і зробити правильні висновки для економічної полі-

тики як окремого господарюючого суб'єкта, так і торгівлі в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз вітчизняної й закордонної літератури в галузі теорії мережевих систем свідчить, що вона все ще знаходиться у стані інтенсивного розвитку, бо ця галузь економічних знань виникла відносно недавно.

Проблеми розвитку мережевих структур досліджувалися такими вітчизняними дослідниками, як В. Бондаренко, Г. Богославець, І. Бріжаль, Л. Вардомський, Н. Власова, Л. Лігоненко, В. Матвеев, М. Ніколаєв, М. Петрушенко, Ю. Пономарьова, С. Соколенко, В. Чевганова та ін.

Мета та завдання статті. Метою статті є висвітлення теоретико-методологічних засад розвитку мережевих форм організації бізнесу, визначення їх основних характеристик, уточнення змісту поняття «торговельна мережа».

Виклад основного матеріалу дослідження. Практика останніх років показує успішну діяльність мережевих систем і доводить їхні конкурентні переваги порівняно з діяльністю окремих компаній конкретної галузі [1]. Мережеві системи підвищують коефіцієнт корисної дії підприємств, спільна діяльність яких у межах таких систем може збільшити їх продуктивність, рівень інновацій і конкурентоспроможність [3]. Такі об'єднання дозволяють підприємствам створювати не тільки власну матеріальну інфраструктуру, а й спеціальні центри послуг із різних напрямків діяльності, що дає можливість знизити вартість операцій, які здійснюються між партнерами, а також більш ефективно відстоювати свої інтереси на рівні місцевих органів влади та місцевого самоврядування, брати участь у великих інвестиційних проектах.

Власне термін «мережа» має безліч трактувань у науковій літературі. Найчастіше він використовується для опису локальних економічних відносин, у тому числі й кластерів. Таке розширене тлумачення мережі відображене, наприклад, у наступному визначенні: мережа – це «... сукупність стійких контактів або подібних з ними соціальних відносин між індивідами або групами» [3]. Існують різні трактування мережі як способу об'єднання господарюючих суб'єктів. Способи визначають цілі локалізації відносин. Власне локальні відносини можуть виникнути або еволюційним шляхом, або як розв'язок завдання захисту від невизначеності [2]. Невід'ємним атрибутом ефективно діючої мережі є персоніфікація відносин [2], що робить їх багатобічними і стійкими. По суті, так створюють базу для прийняття учасниками мережі взаємних зобов'язань, які є обов'язковою умовою для акумулювання ресурсів. Гарантією же повернення ресурсів стає сама мережа.

Найбільш загальний підхід до проблематики мереж може забез-

печити визначення, надане М. Кастельсом: «Мережне підприємство – специфічна форма підприємства, система засобів якого складена шляхом перетинання сегментів автономних систем цілей». У доповіді Туринської групи за 1997 рік відзначається, що мережева діяльність є не просто методом, але й концептуальним підходом, який у різних аспектах може стосуватися найрізноманітніших питань і застосовуватися по-різному. Це говорить про відсутність універсальної моделі роботи мережевих організацій.

У цілому в спеціалізованій літературі виділяють кілька підходів до розуміння сутності мереж, серед яких увагу доцільно звернути на структурний, топографічний, організаційний.

У вузькому змісті мережею називають саме спеціальні організаційні структури управління локальною взаємодією, які складаються з «вузлів» (фірм або інших економічних суб'єктів) і сукупності зв'язків між ними (дуг) [2]. З позицій аналізу структури дослідження мережі як об'єкта, застосовується такий інструмент, як теорія графів, що вивчає властивості кінцевих множин із заданими відносинами між їхніми елементами. Структурний підхід дозволяє виділити низку параметрів мережі, за якими стає можливим порівняння різних варіантів відносин: доступність, інтенсивність, централізація, відкритість [2]. До інших параметрів мережі належать: ступінь формалізації зв'язків, ступінь латентності зв'язків (частоту їх використання протягом певного періоду часу), стабільність зв'язків (тривалість їх існування) та ін. У такий спосіб даний підхід дозволяє порівнювати різні варіанти відносин між суб'єктами в мережі, заснованих на інституціональній і територіальній близькості, використовуючи однакові критерії й терміни.

Дослідники, що розбудовують топографічний підхід до аналізу мереж, вводять класифікації, які враховують просторові (географічні), соціальні, нормативні аспекти їх функціонування [3].

Інший (організаційний) підхід до аналізу мережевих утворень демонструє економічна школа Р. Майлза й Ч. Сноу [3], розглядаючи мережі як організаційну форму управління фірмою, що, з нашої точки зору, є більш точним і доречним сучасним умовам розвитку економіки. Ці вчені розуміли міжфірмові мережі як новий етап в еволюції організаційних структур управління фірмою: лінійна – функціональна – дивізійна – матрична – мережна [4]. Особливість останньої полягала в тому, що місцем її виникнення є глобальні мінливі ринки, де компанії повинні постійно займатися розробкою товарів і послуг. У той же час, розглядаючи поняття «мережі» як організаційної форми, не можна обмежуватися лише типом структури, її слід розуміти як цілісну систему взаємопов'язаних структурних, культурних, просторових і технологіч-

них компонентів, яка надає потоку внутрішньофірмових явищ певний характер, образ і порядок.

Істотною відмінністю мережевих структур від попередніх типів організації є незосередження в межах однієї фірми всіх активів, необхідних для створення продукту, а використання колективних активів декількох фірм, розташованих на різних ділянках вартісного ланцюжка [3]. Мережі в управлінні потоками ресурсів покладаються більше на ринкові механізми, ніж на адміністративні процеси. Їхні учасники визнають взаємозалежність і прагнуть обмінюватися інформацією, кооперуватися й кастомізувати продукти.

Майлз Р. і Сноу Ч. запропонували одну з перших раціональних класифікацій мережевих структур: внутрішня, стабільна й динамічна мережі [4].

1. Внутрішня мережа не передбачає значного винесення діяльності фірми, але передбачає введення сил ринку. Передбачається, що якщо внутрішні підрозділи працюватимуть за ринковими цінами, а не орієнтуватимуться лише на плани, графіки й трансферні ціни, то вони будуть постійно намагатися підвищувати ефективність. Мережна організація взаємодії підрозділів навіть в умовах твердої координації дозволяє успішно освоювати організаційні новачі.

2. Стабільна мережа застосовує структурні принципи й операційну логіку функціональної форми. Подібна організаційна структура передбачає часткове замовлення товарів і послуг на стороні, що дозволяє гнучко формувати весь вартісний ланцюжок. У стабільній мережі активи належать декільком спеціалізованим фірмам. Склад партнерів формується із числа обслуговуючих «стрижневі» компанії, поставляючи їм ресурси або виступаючи дистрибуторами продукції. Цей підхід є розповсюдженим серед компаній автомобілебудівельної галузі, зокрема «Chrysler», «Toyota», «BMW», у яких до 70% вартості кінцевого продукту припадає на куповані на стороні деталі й комплектуючі [3]. В Україні прикладом такого роду стали мережі дилерів автомобілів.

До переваг стабільної мережі, що дають додатковий прибуток, належать надійність поставок і дистрибуції, тісна кооперація у виробничих графіках (сприятлива підвищенню завантаження устаткування) і контроль якості. Недоліками є сильна взаємозалежність компаній і втрата гнучкості. Майбутнє мережі визначається в основному рівнем розвитку стрижневої компанії. Уведення новачі у стрижневі компанії вимагає реформування інших учасників мережі, що не завжди вдається.

Внутрішні й стабільні мережі найпоширеніші у зрілих галузях, де потрібні значні капітальні інвестиції. Внутрішні мережі більше під-

ходять у ситуаціях, коли фірмам складно знайти нових постачальників, і потрібна гнучкість власних відділень, що є самостійними.

3. Операційна логіка динамічної мережі подібна до дивізійної структури, яка прагне адаптуватися до бізнес-середовища на основі розподілу самостійно керованих відділень на різних ринках. Такий вид мережі застосовується у конкурентному середовищі, що швидко змінюється. У деяких випадках подібна мережа являє собою мережну форму полярного значення. Мова йде про гранично можливий обсяг переданих в аутсорсинг видів діяльності. Динамічні мережі набули великого поширення в галузях, які сильно піддаються впливу фактора моди і мінливості попиту (виробництво одягу, дитячих іграшок, кіноіндустрія, сфера біотехнологій і комп'ютерний бізнес, роздрібна торгівля). Зазвичай головна фірма має лише ключову для бізнесу роль, наприклад, у виробництві (мобільні засоби зв'язку – Motorola), у проектуванні й маркетингу (високотехнологічне спортивне взуття й одяг – Nike і Reebok), маркетингу й обслуговуванні (Dell Computer) [3].

Динамічні мережі мають переваги одночасно в спеціалізації та гнучкості, що необхідні під час організації роботи багатьох незалежних фірм для одноразового або короткострокового спільного проекту з мінімальними витратами й мінімальними втратами операційного часу. Посилення спеціалізації в рамках динамічної мережі може привести до ефекту «пустотілої» корпорації. Це поняття пов'язують із діяльністю фірми, у якій не склалося чіткого розуміння свого істотного внеску у вартісний ланцюжок створюваного нею товару. Тому стрижнева фірма має реалізувати досить широкий сегмент вартісного ланцюжка для втримання конкурентоспроможності. Опорою цьому є ключова компетенція. Динамічні мережі адекватні в низькотехнологічних галузях із короткими циклами розробки продуктів (торгівля) та у високотехнологічних галузях (електроніка й біотехнологія).

Управлінські властивості мереж засновані не тільки на операційній залежності в технологічному ланцюжку виробництва (реалізації) конкурентоспроможного товару, але й на соціальній близькості. Таке положення істотно впливає на природу економічних відносин і являє собою важливий фактор сегментації й монополізації ринку. Крім цього, бар'єри входу й виходу з галузі підсилюються за рахунок обмеження на участь у локальних мережах. Для членів локальних співтовариств внутрішньогрупові норми завжди є більш значущими, ніж ті, які привносяться ззовні.

Урахування наведених визначень і підходів до суті мереж дозволяє виділити наступні характеристики, що визначають їх зміст (рис.).



Рисунок – Основні характеристики, які визначають зміст поняття «мережа»

Процеси виникнення бізнес-структур, що мають мережеву організацію, набули великого поширення насамперед у роздрібній торгівлі, а масштаб торговельної діяльності провідних компаній і тенденції їх розвитку на споживчому ринку дозволяють говорити про них як про ключові елементи сучасної організації товарного обігу, що вимагає постійної уваги до вдосконалювання їх діяльності.

Про існування мережевої роздрібно-торговельної компанії, як правило, можна говорити в таких випадках:

1. Коли фірма будує другий магазин.
2. Коли оптова компанія ухвалює рішення розширити бізнес за рахунок відкриття власних роздрібних каналів збуту.
3. Якщо існує проект створення роздрібно-мережі (коли інвестиційні, виробничі, нафтові компанії намагаються диверсифікувати бізнес).

Вважаємо, що з урахуванням галузевих особливостей і виконуваних торгівлею функцій можна стверджувати, що торговельна мережа – це сукупність торговельних об'єктів, які мають єдині принципи управління (бажано, керуються з єдиного центру), об'єднані однотипною назвою (вивіскою), асортиментною і ціновою політикою, стратегією розвитку і функціонування та, як мінімум, реалізують одну з основних переваг мережевої компанії порівняно з окремим торговельним об'єктом. Їх підприємницька діяльність здійснюється з метою отримання синергетичного ефекту і спрямована на задоволення споживчого попиту в товарах і послугах.

Висновки. Так, відмітною рисою другої половини ХХ століття у сфері споживчого ринку стає виникнення й розвиток торговельних мереж. Рушійним мотивом цього процесу стало прагнення торговель-

них операторів одержати економічний ефект від інтеграції ресурсів і укрупнення форм організації бізнесу, що передбачає перехід до мережових принципів організації бізнес-структур. Сьогодні торговельні мережі є динамічними соціально-економічними системами, які в ході свого розвитку набувають нових якісних та кількісних характеристик, територіальні особливостей, притаманних певному регіону держави.

Список літератури

1. Власова, Н. А. Торговые сети: мировые тенденции развития и отечественный опыт [Текст] / Н. А. Власова, Ю. В. Пономарева // Маркетинг и реклама. – 2003. – №12 (88). – С. 17-20.

2. Олейник, А. Модель сетевого капитализма [Текст] / А. Олейник // Вопросы экономики. – 2003. – № 8. – С. 132–149.

3. Баринов, В. А. Развитие сетевых формирований в инновационной экономике [Электронный ресурс] / В. А. Баринов, Д. А. Жмуров // Менеджмент в России и за рубежом. – Режим доступа : <<http://www.dis.ru/library/manag/archive/2007/1/4253.html>>.

4. Mails, R. Adapting to technology and competition: A new industrial relations system for the 21th century [Text] / R. Mails // California Management Review. – 1989. – Vol. 31, № 2. – P. 1– 14.

Отримано 30.03.2011. ХДУХТ, Харків.

© Н.О. Власова, О.В. Колчкова, 2011.

УДК 334.722.8

О.П. Близнюк, канд. екон. наук

Т.О. Сідорова, канд. екон. наук

Г.Г. Лисак

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ФІНАНСОВОГО МЕХАНІЗМУ АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВ В УКРАЇНІ

Розглянуто особливості формування та функціонування фінансового механізму діяльності акціонерних товариств в Україні, запропоновано напрямки його удосконалення в сучасних умовах ринкової трансформації економіки України.

Рассмотрены особенности формирования и функционирования финансового механизма деятельности акционерных обществ в Украине, предложены направления его усовершенствования в современных условиях рыночной трансформации экономики Украины.