

ПЕРЕДУМОВИ СТВОРЕННЯ НОВОЇ МЕРЕЖЕВОЇ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМИ КОРПОРАЦІЯМИ

За сучасних умов ринкового господарювання в розвитку економіки країни важливу роль відіграють такі корпоративні форми організації господарської діяльності підприємств як мережеві моделі організації бізнесу і, відповідно, управління цими формами. Світова практика переконує, що тільки з розвитком національного корпоративного сектору економіки, і зокрема акціонерних товариств, акумулюються значні обсяги інвестиційних ресурсів у національній економіці. Саме корпоративне управління та акціонерний капітал становлять важливу складову ефективної інтеграції суб'єктів господарювання в міжнародну економіку і саме цей сектор визначатиме тенденції розвитку світової економіки.

Основним чинником, який фактично визначатиме формування сучасної моделі корпоративного управління буде фактор мережевої економіки (networked economy), риси якої є достатньо чітко визначеними на теперішній час. Мережева економіка представляє собою нову економічну модель, яка характеризується ключовою роллю знань та інформації як продуктивних сил, наявністю мережевого ефекту, мережевої конкуренції, просторовим та часовим стисненням. Сучасні тенденції домінування мережевої економіки на фінансових ринках реалізуються у вигляді розвитку електронних банків та бірж, виникнення альтернативних торговельних систем. Мережеві моделі ведення господарської діяльності допомагають отримувати доступ до ресурсів партнера і досягати максимального синергетичного ефекту від їх використання. Наприклад, дрібні підприємства, створюючи і використовуючи спільну ресурсну базу, можуть швидко реагувати на зміну потреб потенційних клієнтів. Для великої корпорації перебудова внутрішньої структури в мережну означає введення ринкового механізму всередину організації. Тепер корпоративні одиниці не отримують гарантованих замовлень з центру, а конкурують на рівних з існуючими альтернативними постачальниками таких же послуг.

Мережеві організації (стабільні, динамічні і внутрішні) господарської діяльності володіють рисами, що відрізняють їх від інших організаційних форм, які включають елементи різних організаційних структур як базових складових нових форм. Однією з можливих форм створення мережевої моделі є мережеві організації визначеної моделі діяльності. Суб'єктами такої моделі є учасники мережевих організацій працюють керуючись спільними цілями, правилами прийняття рішень, спільними завданнями і діяльністю. Від кожної організації чи інституції вимагається вкладання власних ресурсів. Залежність між ними може бути постійна чи тимчасова, відповідно до розвитку ситуації і функціонуючих на той час форм мереженої співпраці, до яких належить мережа інформації, координації і співпраці.

Передумови створення і розвитку нової мережевої моделі управління сучасними корпораціями можна визначити наступні:

- ускладнення ділового середовища, що є наслідком процесу глобалізації;
- зміна поведінки споживача, тобто нестабільність потреб примушує перейти до виробництва за індивідуальним замовленням, що вимагає більшої гнучкості, кращого знання тенденцій розвитку потреб, креативності, гнучких технологій, використання компетенцій партнерів;
- велике підприємство з негнучкою ієрархічною структурою не здатне швидко адаптуватися до зміни попиту і вимушене збільшувати і використовувати партнерів і переваги горизонтальних зв'язків;
- спеціалізація і поглиблення компетенцій на глобальному рівні примушує компанії обмінюватися компетенціями, кооперуватися, розвивати довгострокові взаємини і створювати партнерства;
- основний ресурс ринку – інформація, для доступу до якої потрібно стати учасником мережі, що постійно генерує, передає, оброблює і використовує інформацію;
- підвищення ризиків в зовнішньому середовищі, подолати які допомагає залучення партнера, який володіє знаннями щодо зниження ризиків.

Таким чином, корпоративні мережі – це результат закономірного розвитку процесів організації та інституціоналізації соціально-економічної системи, яка прагне вижити, адаптуючись до нових умов існування.

Перехід на мережеві моделі організації бізнесу – це еволюційний крок, який роблять компанії для отримання конкурентних переваг при збільшенні ризиків, пов'язаних з переходом економіки від індустріальної фази до інформаційної. Це відображається в різкому підвищенні значення інновацій і здатності фірми швидко і ефективно їх розробляти і впроваджувати.

Т.В. Шталь, канд. екон. наук, доц. (ХДУХТ, Харків)

Л.О. Мельнік, канд. екон. наук, доц. (ХДУХТ, Харків)

В.О. Козуб, ст. викл. (ХДУХТ, Харків)

СУЧАСНИЙ СТАН ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Зовнішньоторговельна діяльність є важливою і невід'ємною сферою господарської діяльності всіх учасників ринкових відносин, її поглиблення позитивно впливає на загальну атмосферу довіри між країнами, на

зміцнення їх партнерських відносин. Про сучасний стан зовнішньоторговельної діяльності в Україні дає уявлення аналіз зовнішньоторговельного балансу України за 2010 р.

За даними Держкомстату України, обсяг експорту товарів та послуг України за 2010 р. становив 63067,1 млн дол США, імпорту – 66180,2 млн дол США. Порівняно з 2009 р. експорт збільшився на 27,9%, а імпорт – на 30,8%. Негативне сальдо зовнішньоторговельного балансу становило 3113,1 млн дол США (за 2009 р. також негативне – 1312,6 млн дол США).

У 2010 р. обсяги експорту та імпорту товарів України становили відповідно 51430,5 млн дол США та 60739,9 млн дол США і збільшилися порівняно з 2009 р. на 29,6% та на 33,7%. Від'ємне сальдо зовнішньої торгівлі товарами становило 9309,4 млн дол США (за 2009 р. сальдо також від'ємне – 5737,4 млн дол США). На формування від'ємного сальдо вплинули окремі товарні групи: енергетичні матеріали, нафта та продукти її перегонки (–15941,3 млн дол США), наземні транспортні засоби, крім залізничних (–2780 млн дол США) та полімерні матеріали, пластмаси (–2355,1 млн дол США). Коефіцієнт покриття експортом імпорту склав 0,85 (у 2009 р. – 0,87).

Зовнішньоторговельні операції товарами Україна здійснювала з партнерами зі 217 країн світу. До країн СНД було експортовано 36,4% усіх товарів, до країн ЄС – 25,4% (у 2009 р. – відповідно 33,9% та 23,9%). Найбільші експортні поставки здійснювались до Російської Федерації – 26,1%, Туреччини – 5,9%, Італії – 4,7%, Білорусі – 3,7%, Польщі – 3,5%, Німеччини – 2,9% та Індії – 2,8% від загального обсягу експорту. Із країн СНД імпортовано 44% усіх товарів, із країн ЄС – 31,4% (у 2009 р. – відповідно 43,3 та 33,9%). Найбільшу питому вагу в загальному обсязі імпорту мали Російська Федерація – 36,5%, Китай – 7,7%, Німеччина – 7,6%, Польща – 4,6%, Білорусь – 4,2%, США – 2,9% та Італія – 2,3%.

Основу товарної структури зовнішньої торгівлі України становили мінеральні продукти, недорогочінні метали та вироби з них, механічні та електричні машини, продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості, транспортні засоби та шляхове обладнання, продукти рослинного походження.

Обсяг експорту зовнішньої торгівлі послугами України за 2010 р. становив 11636,6 млн дол США і збільшився по відношенню до 2009 р. на 21,2%, обсяг імпорту становив 5440,3 млн дол США та зріс на 5,2%. Позитивне сальдо зовнішньої торгівлі послугами становило 6196,3 млн дол США (за 2009 р. – 4424,8 млн дол США).

Зовнішньоторговельні операції послугами Україна здійснювала з партнерами із 217 країн світу. Експорт послуг до країн СНД становив 48% від загального обсягу експорту, до країн ЄС – 26,8% (у 2009р. – відповідно 39,9% та 31,5%). Імпорт послуг із країн СНД становив 17,2%, з країн ЄС – 54,0% (за 2009р. – 15,2% та 58,8%).

Основними партнерами в експорті послуг були Російська Федерація, на яку припадало 44,2% від загального обсягу експорту, Сполучені Штати Америки – 5%, Сполучене Королівство – 4,7%, Швейцарія – 3,7%, Кіпр – 3,6% та Німеччина – 2,9%. Найбільшу питому вагу в загальному обсязі імпорту мали: Кіпр (15,0%), Російська Федерація (14,5%), Сполучене Королівство (10,8%), Сполучені Штати Америки (6,8%), Німеччина (5,7%), Франція та Туреччина (4,1%).

Експорт послуг до країн-членів ЄС збільшився в основному за рахунок зростання обсягів експорту послуг до Угорщини, Франції та Австрії. Одночасно зменшилися обсяги послуг, наданих Кіпру та Німеччині. Порівняно з 2009 р. обсяги послуг, одержаних із країн-членів ЄС, збільшилися в основному за рахунок зростання обсягів імпорту послуг із Кіпру, Португалії, Швеції. При цьому скоротилися обсяги послуг з Австрії, Франції, Сполученого Королівства, Німеччини, Чеської Республіки та Італії. У структурі зовнішньої торгівлі послугами, як і раніше, переважали транспортні послуги, різні ділові, професійні та технічні, фінансові, подорожі та державні послуги, які не віднесені до інших категорій.

Беручи до уваги аналіз зовнішньоторговельної діяльності за останні роки, слід зазначити, що Україна повинна проводити політику географічної диверсифікації зовнішньоекономічних зв'язків, вести пошук нових джерел критичного імпорту і нових ринків збуту продукції. При цьому пріоритет необхідно надавати тим, хто вбачає в нашій країні рівноправного партнера у співробітництві в галузях високої технології, виявляє готовність сприяти інвестиціям у пріоритетні переробні галузі промисловості, сільське господарство, транспорт, зв'язок, інші об'єкти, тобто допомагає підвищити національний економічний потенціал.

Н.М. Штангей, доц. (ХДУХТ, Харків)

В.Ю. Аксьонова, студ. (ХДУХТ, Харків)

ЄВРОІНТЕГРАЦІЯ ТА НАЦІОНАЛЬНІ ІНТЕРЕСИ УКРАЇНИ

Поступова інтеграція до ЄС – це важлива складова процесу реформування української економіки, входження України до системи світових господарських зв'язків та європейського економічного простору.

Головною складовою інтеграції до Європейського Союзу є створення зони вільної торгівлі та входження у такий спосіб нашої країни до спільного ринку ЄС. Тому постає проблема дослідження позитивних і негативних наслідків такого кроку та вироблення рекомендацій щодо зменшення чи зняття відповідних негативних проявів.

На нашу думку, здійснити таке дослідження варто через призму аналізу впливу застосування до України чотирьох базових свобод спільного ринку ЄС, якими є свобода руху товарів, послуг, капіталу та робочої сили.