

Провівши дослідження представлене у таблиці 1, ми виявили, що більшість з найсильніших компаній орієнтуються не стільки на технології або витрати, скільки на цінності та мотивацію робітників.

Багато експертів та консультантів вважають суттєвим стимулом трудової діяльності участь у корпоративних рішеннях, наявність відчуття командної роботи, підвищення кваліфікації та професійного рівня, вміння визначити для кожного працівника таке місце в компанії, де він зможе максимально реалізувати свій потенціал. Топ-менеджери, в основі діяльності яких лежать такі підходи, є новаторами і забезпечують ефективність своїх компаній.

Але разом з тим, практики застерігають, що такі звичні фактори мотивації, як медичні страховки, путівки, оплата комунальних послуг та транспорту, хоча і створюють у співробітника відчуття стабільності і захищеності, не спрацьовують краще за такі стимули, як оплата навчання та підвищення професійної майстерності.

Часто для акцентування мотивів трудової діяльності проводять аудит людських ресурсів, чим намагаються з'ясувати відповідність політики фірми в напрямку персоналу нормам чинного законодавства та передового досвіду. Деякі фірми вдаються до застосування бенчмаркінгу, що дає можливість порівняння й оцінки своєї діяльності з діяльністю лідерів бізнесу з метою одержання інформації для його удосконалення. Аудит людських ресурсів та бенчмаркінг дають можливість керівникові розробити концепцію та стратегію розвитку персоналу з обов'язковим розв'язанням проблем трудової мотивації.

Сучасний топ-менеджмент часто застосовує участь працівника в прибутках компанії, як один із мотивів трудової діяльності.

Мотивація представляє собою складний і динамічний процес. Не існує і принципово не може існувати єдиної системи мотивації трудової діяльності. Мотивація як процес повинна розвиватися динамічно, системно, а за характером впливу на працівника носити індивідуальний характер, і бути диференційованою. Рівень мотивації носить відносний характер, і кожен працівник вплив одного й того ж фактора мотивації оцінюватиме по-різному.

Таким чином, мотивація праці є актуальним та складним процесом, потребує системного підходу, зваженого застосування різних методів та способів, прозорості та визначеності.

Л.М. Зарецька, ст. викл. (ХДУХТ, Харків)

ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ В МЕРЕЖНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Наприкінці двадцятого століття відбулося розширення мережних форм організації економіки господарюючих суб'єктів, масштабів й інтенсивності процесів обміну інформацією, пов'язаних з розвитком всесвітньої електронної мережі. Ці форми, засновані на інноваційних знаннях і базуються на нових, сучасних мережах, що мають віртуальну, електронну інформаційну основу, що дозволяє здійснювати взаємодії між господарюючими суб'єктами.

Мережна економіка вже є статистично зареєстрованим фактом і досить чітко видні процеси, які постійно підсилюють її вплив на світовий розвиток. Серед них можна виділити:

- Інтернет-технології;
- масштаби економічної діяльності;
- створення мережних форм організацій;
- створення мережних інституціональних структур.

Оскільки мережна економіка функціонує в інформаційно-комунікаційному середовищі, що створюється глобальною мережею Інтернет, то базовою умовою її існування є розвиток і поширення Інтернет-технологій.

Привабливість й ефективність мережної економіки залежить від наявності в ній критичної маси економічних агентів і відповідної інфраструктури, що уможливило їхню діяльність (на Заході ця тема одержала назву "network externalities"). Численні спроби індивідів й організацій використати можливості глобальної мережі приводять до розширення масштабів соціально-економічної діяльності в мережній економіці.

Нові можливості глобальних комунікацій між людьми дають їм і нові інструменти для реорганізації форм їхньої спільної діяльності. Ці інструменти використовуються для розробки принципів "мережної організації". Масовою практикою є втілення даних принципів при модернізації діючих або створення нових організацій, що дає їм нову якість, завдяки якій вони вже не можуть бути віднесені ні до ієрархічної, ні до ринкової форми.

На практиці, процес мережної модернізації існуючих організацій, як правило, означає активне використання інформаційних технологій, і певне зменшення частки традиційних ієрархічних форм управління за рахунок підвищення частки колективних форм.

Застосування Інтернет-технологій у внутрішньому просторі організацій, що одержало самостійну назву: "Інтранет", дозволяє їм підвищити ефективність свого функціонування.

При створенні нових мережних форм організації, а також при модернізації існуючих, розроблювачі, як правило, орієнтуються на наступні основні потенційні переваги:

1. Економія на переміщеннях;
2. Внутріфірмовий інформаційний простір;
3. Колективне формування інформаційних ресурсів;
4. Внутріфірмова координація.

Різні види економічної інфраструктури, також, стають більше ефективними, коли починають користуватися можливостями Інтернет-технологій. Це приводить до модернізації інфраструктури в економіці й створенню мережних "горизонтальних" інституціональних структур, які інтерпретуються як системи угод між більшістю членів суспільства, які визначають загальні правила для найбільш типових видів взаємодій людей у суспільстві. До таких структур відноситься: торговельна й фінансова інфраструктури, система трудових відносин, юридична система й т.п. Головним діючими елементами горизонтальних структур є зв'язки між їхніми окремими ланками і єдині правила роботи всіх ланок. Фактично, горизонтальні структури в економіці (так само як і розглянуті вище "організації") уже являють собою мережі зв'язків, які з перенесенням у середовище мережі Інтернет одержують можливість працювати більш ефективно.

Висока інтенсивність зазначених чотирьох основних процесів, що формують мережну економіку, свідчить, що у найближчі 10 років майже 90% бізнес-організацій в економічно розвинених країнах будуть використовувати у своїй діяльності Інтернет-технології й мережні форми управління. Отже, всі вони стануть учасниками мережної економіки, а її особливості й можливості будуть мати для основної частини бізнесу досить великий інтерес.

Очікується, що в найближчому майбутньому для основної маси населення в країнах з домінуючою мережною економікою життя стане дешевше й буде давати більше можливостей для самореалізації людей. З іншого боку, конкуренція стане жорсткіше й зажадає додаткових зусиль для освоєння нових принципів виживання в мережній економіці.

О.П. Карел, канд. екон. наук, асист. (ХДУХТ, Харків)

ПЕРЕВАГИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ

Мережні форми організації економіки властиві практично всім періодам розвитку господарських систем. Проте у кожен окремий період склад, структура, якісні характеристики й цільові настанови їхнього функціонування різні. Сучасні мережі принципово відрізняються від попередніх тим, що вони стали глобальними і об'єднаними суб'єктами економічних відносин за допомогою електронного середовища. Багато сучасних мережних форм організації економіки націлені на обслуговування капіталів, віртуальної економіки, без цільової орієнтації на рішення соціальних проблем суспільства й конкретної прив'язки до інститутів державного регулювання. Нові організаційні форми виникли у відповідь на необхідність подолання недоліків старих форм, які вже не відповідали вимогам зовнішнього середовища.

В останні роки в національній економіці відбуваються революційні процеси в сфері розподілу споживчих товарів, через мережні форми організації господарюючих суб'єктів, викликані глобалізацією й зміною поведінки й переваг покупців.

Основною тенденцією розвитку торгівлі є стрімке зростання мережних форм організації магазинів, укрупнення роздрібною торгівлі, збільшення частки покупців великих торговельних комплексів, збереження позицій універсамів і спеціалізованих магазинів на тлі істотної втрати покупців ринками й маленькими магазинами самообслуговування. Покупець усе в більшій мірі прагне до комфорту при здійсненні покупки, до гарного сервісу, гарантованої якості товарів, які може забезпечити мережна торгівля.

Поступово все більша частина сучасного бізнесу набуває мережного характеру, що значно підвищує швидкість обороту капіталу. Відповідно до специфіки розподілених функцій можна виділити такі мережні структури: ланцюгові, функціональні та роздрібні.

Отже, загальними перевагами функціонування мереж є:

- просторова мобільність, що дозволяє розмістити товар відповідно до територіального розміщення сегментів цільових ринків;
- мобільність асортименту відповідно до споживчих переваг;
- ефективність у галузі здійснення диверсифікованих видів діяльності;
- здатність забезпечити вищий рівень менеджменту за рахунок залучення кваліфікованих керівників і фахівців;
- зниження витрат на одиницю товару.

Характерною особливістю торговельної мережі є її розташування в ринковому просторі, який вона організує як торговельний простір, що має певну інфраструктуру. Торговельний простір повинен максимізувати виручку і мінімізувати витрати, тому магазини мережі зазвичай розташовуються ближче до місцезнаходження потенційних покупців з відповідним рівнем доходу. У торговельній мережі більше можливостей для зниження