

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. Внутрішній інформаційний простір;
3. Колективне формування інформаційних ресурсів;
4. Внутрішній 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 розподілюваних 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 торговельної мережі більше можливостей для зниження

закупівельних цін, скорочення витрат, краща якість пропонуємих товарів, кращий сервіс (у тому числі самообслуговування, дисконтні карти, продаж товарів на виплату). Зниження питомих витрат досягається за рахунок декількох чинників: наявність знижок у результаті закупівлі товарів великими партіями; зниження питомих транспортних витрат; більш раціональна організація торговельних і технологічних процесів у результаті координації взаємодії; зниження питомих витрат на стимулювання збуту.

Для мережної організації торгівлі характерні загальний управляючий центр, єдина корпоративна стратегія (у тому числі єдине управління брендами, єдина маркетингова стратегія), загальне логістичне управління (постачанням товарів і матеріалів, єдине управління переміщенням товарів, запасами та іншими ресурсами), централізація релевантної інформації (у тому числі обробка замовлень, складання графіків постачань), можливість одночасного обслуговування різних сегментів ринку. Це створює конкурентні переваги торговельної мережі (економія на масштабі, об'єднання власності і перехід на єдину акцію, можливість регулярного надання знижок, об'єднання різних видів торгівлі, перевага в дистрибуції, у швидкості виходу на нові ринки, в розподілі ризику, в об'єднанні ресурсів для забезпечення ринкових змін).

Отже, мережі здатні забезпечувати високу якість і краще обслуговування, регулярні й тісні зв'язки з покупцями. Торгівля в мережі невід'ємна від надання послуг. Це допомога продавця, гарантія надійності товару, безкоштовна установка техніки, що купується, знижки, кафе, кредит, дисконтна карта тощо. Зменшується ефективність суто цінової гри, зростає значущість якості послуг і наявності нових продуктів, професіоналізму співробітників. За умови правильно організації мережі виникає тенденція до зниження обсягу капіталу, необхідного для підтримки постійного зростання обсягу продажів.

Є.В. Карманов, канд. юр. наук, доц. (ХДУХТ, Харків)

ФІНАНСОВИЙ РИНОК ТА ФІНАНСОВІ ПОСЕРЕДНИКИ В УМОВАХ КРИЗИ

Сьогодні основні фінансові посередники працюють в умовах зниження доходів і відтоку клієнтів. Частково це пов'язано з дефіцитом ліквідності у самих клієнтів, а частково – із втратою інвесторами довіри до фінансових посередників. Крім того, як ніколи актуальною стає проблема відсутності внутрішніх довгострокових інвесторів, що могли б підтримати фінансовий ринок у період спаду. У таких умовах збереження поточної рентабельності для багатьох учасників фінансового ринку стає нездійсненною задачею.

Розробка стратегії розвитку, що враховує особливості кризового періоду й адаптування у залежності від зміни ситуації, є необхідною умовою для збереження діяльності та використання нових ринкових можливостей, а відповідно і для одержання підтримки основних акціонерів і інвесторів.

Усі грошові потоки, незалежно від джерела походження, обов'язково проходять через фінансовий ринок за допомогою фінансових посередників. Як відомо, держава для покриття дефіциту бюджету пропонує купити свої цінні папери особам і ці операції проводяться на фінансовому ринку через фінансових посередників. Якщо особі необхідно залучити додатковий капітал, вона через фінансовий ринок звертається до фінансового посередника який має тимчасово вільні кошти.

Фінансовий посередник – організація, що діє на фінансовому ринку та зв'яже зацікавлених осіб на фінансовому ринку. Основні учасники ринку: власники вільних фінансових ресурсів; спеціалізовані посередники (банки та інші фінансові інститути); позичальники (юридичні і фізичні особи та держава). Кон'юнктура грошового ринку, ринку капіталу і фондового ринку знаходяться під впливом попиту на гроші, обсягу грошової маси, інвестицій і заощаджень, спекулятивних мотивів. Наявність транзакційних витрат частково пояснює, чому фінансові посередники і непряме фінансування грають таку важливу роль на фінансових ринках. Асиметрична інформація, що виникає при недостатності знань однієї сторони про свого контрагента – важливий аспект фінансових ринків. Проблеми помилкового вибору виникає до того, як здійснюється угода: потенційні позичальники з високим кредитним ризиком найбільше активно шукають можливості одержання позики.

Ризик несумлінної поведінки виникає після укладання угоди: кредитор несе ризик, що позичальник почне займатися діяльністю, небажаною з погляду кредитора. Рішення цих проблем складається з надання інформації, державному регулюванню, збільшення інформаційної прозорості фінансових ринків, у необхідності надання забезпечення при укладанні угоди, а також у проведенні моніторингу та введення обмежень на можливі види діяльності.

Фінансова криза може нанести великі збитки фінансовим ринкам. Причиною цього служить загострення проблем помилкового вибору і ризику несумлінної поведінки, через що фінансові ринки не в змозі здійснювати перерахування коштів особам з ефективними інвестиційними можливостями. Це веде до різкого спаду економічної активності. Можна виділити п'ять основних факторів, що ведуть до фінансової кризи: ріст процентних ставок; падіння цін на фондовому ринку (що означає, скорочення власного капіталу особи); різке і несподіване зниження рівня цін, що підвищує зобов'язання особи в реальному вираженні (тому що довгострокові виплати фіксовані угодою в номінальному вираженні); ризик невизначеності, зв'язаний з банкрутством якої-небудь великої фінансової чи нефінансової установи; з економічним спадом чи крахом фондового ринку; банківська паніка, при якій багато банків припиняє своє існування.