

**О.В. Носова**, д-р екон. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

**О.С. Маковоз**, канд. екон. наук (*ХНУВС, Харків*)

## **ОСОБЛИВОСТІ МЕРЕЖНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ**

Посилення конкуренції в умовах глобалізації вимагає від суб'єктів ринку пошуку відповідних форматів ведення підприємницької діяльності. Сьогодні переважна більшість організацій обирає варіант централізованої координації бізнесу, багаторівневої ієрархії і рух до різноманітних, більш гнучких структур. Усе зазначене більше нагадує скоріше мережі, ніж традиційні бізнес-піраміди.

Мережі являють собою сукупність фірм або спеціалізованих одиниць, діяльність яких координується ринковими механізмами замість командних методів. Вони розглядаються як форма, що відповідає сучасним вимогам зовнішнього середовища.

Мережні організації – це гнучкі горизонтальні управлінські структури, що функціонують за рахунок загальної ресурсної бази, в якій ключовим є інформаційний ресурс, і найбільш вдало поєднують формальні і неформальні процедури для координації та узгодження діяльності фірм-учасників мережі.

Особливість мережної організації бізнесу – орієнтація на використання всього потенціалу партнерів у процесі створення споживчої цінності замість зосередження всіх необхідних активів усередині однієї фірми. При цьому взаємодія з партнерами будується на використанні ринкових механізмів, а не адміністративних процедур. Ще у першій половині 1980-х років в працях Р.Майлза, Ч.Сноу, Г.Тореллі, К.Імаї і Х.Ітамі були розглянуті закономірності розвитку та основні характеристики мережових міжфірмових структур в контексті економічних проблем стратегії бізнесу. Так, Р.Майлз і Ч.Сноу запропонували класифікацію мережних структур, в якій виділили 3 основні форми: внутрішню, стабільну і динамічну:

– внутрішні і стабільні мережі найбільш прийнятні в зрілих галузях, де потрібні високі капітальні вкладення;

– динамічні мережі більше підходять для низькотехнологічних галузей з короткими циклами розробки продуктів і для країн, що розвиваються високотехнологічних галузей (наприклад, електроніка і біотехнологія).

Внутрішня мережа припускає, що корпорація зберігає свої розміри, межі та число входять до неї компаній, однак вводить у внутрішньофірмову середу ринкові механізми. Тобто внутрішні підрозділи компанії починають працювати за ринковими, а не за трансфертними цінами і можуть продавати продукцію фірмам, що не входять в корпорацію.

Дослідники, вивчаючи поширення мережних форм організації бізнесу, виділяють декілька їх переваг. Таким перевагою є, наприклад, єдина асортиментна політика для кожного формату (наприклад, в торгівлі, супермаркет, мінімаркет, гіпермаркет і т.п.). При цьому поряд з розглянутими вище показниками ефективності мережного бізнесу можна виділити додаткові параметри. По-перше, необхідно взяти до уваги, що в структурі витрат на виробництво і реалізацію продукції частка умовно-постійних витрат у мережного, як правило, менше, ніж у немережних на 5–15%. По-друге, у мережних структурах на 3–5% менше частка витрат на рекламу при виході на нові ринки. По-третє, мережний бізнес має на 60% більше середній дохід і на 8% більше завантаження площ. Як правило, вартість бізнесу в цілому при наявності мережного бренду підвищується в середньому на 30%.

Основним положенням в мережній організації бізнесу є те, що окрема фірма залежить від ресурсів, контрольованих іншими фірмами. Учасники мережі отримують доступ до цих зовнішніх ресурсів через свою позицію в мережі. Оскільки формування позиції займає якийсь час і залежить від накопичених ресурсів, фірма повинна її визначати і розвивати в контакт з партнерами в умовах мережі. Очевидно, ділові стосунки і, як наслідок, галузеві мережі є невлотимим явищем, яке не так легко помітити сторонньому спостерігачеві. Щоб вступити в мережу з боку, треба, щоб інші дійові особи були зацікавлені у взаємодії, що вимагає ресурсів; також може виявитися необхідним, щоб кілька фірм адаптували свій спосіб ведення бізнесу. Структурні одиниці мережі пов'язані між собою в різних напрямках: фінансовому, технічному, соціальному, інформаційному, адміністративному, юридичному, просторовому та т.п.

Мережні організації виникають у сферах, де координація між конкретними дійовими особами може принести значні прибутки і де умови швидко змінюються. Таким чином, мережні формати бізнесу передбачають, що основним об'єктом аналізу стає вже не фірма, а обмін між фірмами чи групами фірм, відхід від перманентних угод до тривалих ділових взаємовідносин.

**І.І. Помінова**, ст. викл. (*ХДУХТ, Харків*)

## **СФЕРА ПОСЛУГ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ**

Місце та роль сфери послуг у сучасному суспільстві, її вплив на всі сторони його розвитку визначають зростаючий інтерес до дослідження процесів, що в ній відбуваються.