

МЕРЕЖЕВІ МОДЕЛІ ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-СТРУКТУР

Захарченко В.І., д.е.н., професор,

Одеський національний політехнічний університет

Аль-Шаргі Фахд

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

В умовах посилення конкурентної боротьби підвищення ефективності функціонування сформованих структур, реалізація ринкового потенціалу внутрішньофірмової реструктуризації промисловості в інтересах зростання конкурентоспроможності дозволить знайти видимі риси стійкої динаміки економічного зростання.

Без пошуку нових форм і інструментарію підвищення ефективності бізнес-структур в українській промисловості досягнення необхідних темпів і якості зростання неможливо. Доцільно при прийнятті раціональних рішень з розробки проектів реструктуризації промислових підприємств використовувати зарубіжний та вітчизняний досвід реінжинірингу бізнесу та управління проектами реорганізації господарської діяльності. Зокрема, Йохансона, Хесса, Брехта, Хаммера, Чампі, Д. Томпсона, Девенпорта, Менгенеллі, Клейна та ін. [2].

Оцінки теоретика управління Джеймса Томпсона знайшли своє підтвердження і розвиток при використанні методів досягнення ефективної інтеграції (наприклад, встановлення раціональних комунікацій, розширеному використанні різноманітних організаційних форм, в тому числі мережевих, і т.п.)

Нові умови привели до появи і розвитку мережевих моделей економіки. Розвиток цих моделей передбачає розкриття різних аспектів формування альянсів, партнерств, корпоративних зв'язків. Дослідження зарубіжних учених (Дж. Блікі і Д. Ернеста, 1991) свідчать про те, що співпраця та взаємодія багатьох учасників альянсів ефективні тоді, коли мають місце пов'язані види підприємництва або ж відбувається експансія нових географічних ринків, коли в якості критерію успішності приймається їх здатність змінюватися «за межами внутрішніх цілей і очікувань» і коли вони мають рівний розподіл фінансової власності.

В останні 20 років мережевий принцип організації став одним із символів загальносвітових революційних змін в управлінні конкурентоспроможними компаніями. Його суть полягає в заміні багаторівневих ієрархій кластерами фірм або спеціалізованих бізнес-одиниць, що координуються ринковими механізмами замість адміністративних. При цьому зовнішнє замовлення видів діяльності найчастіше розуміється як більш раціональний порівняно з вертикальною інтеграцією сценарій розвитку фірми.

Особливі труднощі виникають з вивченням міжфірмових мережевих структур. Порівняно з програмою аналізу внутрішньофірмових мереж, які являють собою більш-менш логічний підсумок еволюції відомих раніше процесів децентралізації великих компаній, бурхливий розвиток мережевих міжфірмових організацій в 1980-і роки поставило перед теоретиками менеджменту (раніше трактувалося міжфірмові відносини в основному як дуальні / парні) ряд зовсім нових і поки недостатньо прояснених питань щодо їхньої природи, конкурентних переваг і меж ефективності. Погано вивчений, який швидко набирає

силу новий тип конкуренції – міжмережевий. Потребують посилення міжнародні компаративні дослідження мережевих міжфірмових утворень.

Пріоритетним напрямком реформування українських підприємств може стати створення інтегрованих бізнес-утворень допомогою їх самоорганізації. Вони здатні забезпечити структурно-технологічні, організаційні та інституційні перетворення в сфері промислового виробництва на основі вибору підприємствами збалансованих по їх можливостях диверсифікованих профілів. Ці процеси пов'язані зі створенням нових структур, появою стимулів, виявленням власних джерел саморозвитку підприємств, посиленням дії механізму набуття стійкості, покликаною коригувати баланс взаємозв'язків і взаємозалежностей основних чинників відтворення як чинників інноваційного типу.

Основною стратегічною метою при створенні інтегрованих бізнес-структур є забезпечення їх надійності. Підприємства, що входять до складу таких бізнес-утворень, консолідуєть свою діяльність відразу в декількох сферах діяльності:

1. в науково-технічній і технологічній;
2. у фінансовій;
3. в сфері корпоративного управління;
4. в сфері конкурентної боротьби, спрямованої на завоювання положення не займаних ними сегментах ринку;
5. в трудовій сфері шляхом гармонізації мотивацій учасників взаємодій.

Таким чином, слід констатувати, що побудова мереж і створення інтегрованих бізнес-структур, здатних створювати додаткову вартість, є найважливішою передумовою довготривалого успіху в бізнесі.

Література

1. Большакова А.С. Современный менеджмент: теория и практика /А.С. Большаков, В.И. Михайлов. – СПб.: Питер, 2003. – 416 с.
2. Замков О.О. Математические методы в экономике : [Учебник] /О.О. Замков, А.В. Толстопятенко, Ю.Н. Черемных. – М.: ДМС, 1998. – 368 с.
3. Захарченко В.И. Реструктуризация машиностроительного производства /В.И. Захарченко, О.Г. Борисов, Н.Н. Меркулов. – Одеса: Фенікс, 2006. – 104 с.
4. Маркетинговый менеджмент в системе предпринимательства : [Учебное пособие]. – Одесса: ИПРЭЭД НАНУ, 2003. – 222 с.