УДК 334(075.8)

Н.І. Жужукіна,
канд. екон. наук
А.В. Оганезов,
канд. екон. наук
Національний університет харчових технологій

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СУЧАСНИХ МОДЕЛЕЙ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Стаття присвячена особливостям формування в Україні сучасних моделей господарювання, а саме кластерів та бізнес-мереж різного типу: контрактних, адміністрірованих, корпоративних.

Ключові слова: *кластер, бізнес-мережа, модель господарювання.*

The article is devoted the features of forming in Ukraine of modern models of management, namely clusters and business-networks of different type: contract, administrirovanikh, corporate.

Key words: *cluster, business-network, model of management.*

Пошук сучасних моделей господарювання пов'язаний з наявними тенденціями в економіці України, а саме — зміною структури власності, збільшенням корпоративного сектору і, як наслідок, послабленням централізованого галузевого управління та підсиленням ролі регіонів у формуванні соціально-економічної політики. В умовах обмежених ресурсів суб'єкти господарювання намагаються отримати доступ до тих ресурсів, які контролюються іншими учасниками ринку. Навіть окремі великі компанії не мають абсолютно усіх необхідних ресурсів для ефективного бізнесу в багатьох бажаних сферах діяльності (виробництво, послуги, інноваційна діяльність). Модель господарювання, яка б забезпечила спільне використання ресурсів регіону, структурування зовнішнього середовища є мережа.

Постановка завдання. Економічна наука визнає, що організація економічної діяльності може здійснюватися в такий спосіб як ієрархія, або мережа. Ми спробуємо обґрунтувати, що саме мережа є більш оптимальною моделлю просторової організації регіональної господарської діяльності.

Аналіз сучасних наукових концепцій по мережеутворенню (networking) дозволяє зробити висновок про відсутність єдиної точки зору на це поняття. Термін «мережа» застосовується як для визначення складноструктурованих систем бізнесу, так і для системи організованих потоків інформації (інтернет). З нашої точки зору другий підхід є більш вузьким, і може розглядатися тільки як одна із базових складових створення бізнес-мережі. [1]. Важливим аспектом дослідження бізнес-мереж є визначення мережевих меж, складу об'єктів мережі та зв'язків між ними, способу їх скріплення. [3, 4]

Результати. Склад об'єктів мережі визначається напрямками діяльності бізнес-компаній регіону. Для регіонів з монодіяльністю (наприклад металургія) склад мережі більш простий. При наявності поліпольної діяльності — бізнес-мережа складається з великої кількості різних суб'єктів господарювання. За способом мережеутворення можна виділити корпоративну, контрактну, віртуальну та адміністрірована мережу.

Контрактна мережа — мережеутворення відбувається внаслідок укладення великої кількості контрактних домовленостей між суб'єктами господарювання. Ці мережі мають гнучку структуру і дозволяють середнім та невеликим фірмам ефективно конкурувати з великими корпораціями. Принципове значення для розвитку і ефективного функціонування таких мереж має можливість використання єдиних комунікативних мереж Інтернет.

Віртуальна мережа — є модифікацією контрактної мережі, але настільки специфічною, що її доцільно відокремити в самостійну групу. Такі мережі з'явились з переходом до інформаційної стадії розвитку, інтерактивної взаємодії суб'єктів та появи

© Н.І. Жужукіна, А.В. Оганезов, 2010

внаслідок цього нових форм організації економічної діяльності (віртуальні фірми, електронна торгівля).

Адміністрірована мережа — в цій мережі прийняття рішень та розподіл благ здійснюється не стільки виходячи із розміру власності скільки із традиційних відношень в бізнес-мережах (не виключає і родинних зв'язків). Прикладом такої мережі є зв'язки між директорами, які поступово перетворились на власників великих бізнес-структур. Такі мережі працюють навіть без встановлення відносин власності між її учасниками.

Корпоративна мережа — базується на спільній структурі корпоративної власності. Такі мережі створюються внаслідок або інтеграційних процесів, або аутсорсінгу. Первісний міжнародний аутсорсінг відомих європейських компаній (Bosch, Philips, Nestle, Nivea та інших) — це перенесення виробничих потужностей до країн з низькою заробітною платою (переважно в азіатські країни) внаслідок чого і утворились корпоративні бізнес-мережі. Маркетингова інтеграція призвела до створення корпоративної бізнес-мережі в сферах торгівлі та послуг, мережі супермаркетів, національних і транснаціональних («Метро», «Фуршет» та інші), мережі страхових компаній , інформаційних агенцій та консалтингових фірм. В подальшому великі маркетингові компанії (наприклад «Метро») не задовольнялись тільки послугами окремих постачальників, а самі стали ініціаторами створення мережі виробників різноманітної продукції під загальною торговою маркою «Aro». Таким чином, мережа перетворилась із горизонтально-інтегрованої ще і в вертикально-інтегровану бізнес-структуру. Це приклад зворотної інтеграції. Суть її полягає в тому, що мережеутворююча компанія активізує частку власності не в наступних технологічних ланцюгах бізнес-мережі, а в попередніх. Не тільки зворотна вертикальна інтеграція, а і пряма (більш традиційна) забезпечує створення сучасних корпоративних бізнес-мереж. Наприклад, нафтодобувна компанія купує нафтопереробний завод та створює мережу АЗС. Вертикально-інтегрована корпоративна бізнес-мережа — це спосіб упорядкування та структурування бізнес-середовища в умовах ще доволі хаотичних сучасних ринкових відносин.

Вертикально-інтегровані компанії і створені ними бізнес-мережі в Україні мають тенденції до концентрації в рамках окремих регіонів (Донецьк, Закарпаття), що може забезпечити умови для формування кластерів. Кластерний підхід отримав широке розповсюдження при розробці програм інноваційного розвитку територій (регіонів). Але якщо за кордоном такі утворення реально існують (наприклад «Силіконова долина» в Америці), то на теренах України вони залишаються ще на рівні проекту. Важливо визначитися з тим, наскільки це взагалі можливо в сучасних умовах господарювання, та відокремити такі поняття і відповідно реальні явища як бізнес-мережа та кластер. Дуже часто у вітчизняній практиці кластер ототожнюється з бізнес-мережами і розглядаються як група господарюючих суб'єктів, що ведуть самостійний бізнес, орієнтований на створення кінцевого продукту та послуг, пов'язаних між собою партнерськими відносинами по всьому технологічному ланцюжку. [2] Насправді класичний кластер («Силіконова долина») — це регіонально обмежена форма економічної активності суб'єктів господарювання секторів економіки з високим рівнем агрегації як правило прив'язаних до наукових структур, що забезпечує інноваційний розвиток локальних територій. Економіка кластера базується на синергетичних принципах, відповідно до яких ефект від взаємодії структурних елементів значно вищий, за суму ефектів який отримує кожний з них самостійно. Підкреслюємо, що це регіональна модель господарювання, тому, на нашу думку, не можна говорити про галузевий кластер (наприклад хлібопекарський, бо це буде бізнес-мережа), за винятком тих випадків, коли сам регіон є моновиробництвом (наприклад металургія). Найважливішою відмінністю кластера від бізнес-мережі, головною умовою його створення та ефективного функціонування є наявність системи, що забезпечує діалог між владою регіону, суспільством та бізнесом. На цій основі передбачається розробка рішень, що дозволяють розвинути економіку регіону, витримуючи баланс інтересів між всіма учасниками процесу. При цьому влада мусить не тільки створити певні

умови для розвитку бізнесу, але і виступити активним учасником процесу розробки стратегії розвитку регіону як одного цілого разом з бізнесменами. Таким чином, кластер це — регіональна організаційна форма –приватбізнесового та державного (муніципального) партнерства, за яким регіональна влада не обмежується лише адміністративною підтримкою, а забезпечує інноваційну структуру розвитку регіону. Необхідною складовою класичного кластера є наявність інноваційної структури в цій моделі господарювання.

Поява кластерів можлива лише за умови формування взаємовідносин бізнес — влади на легітимній прозорій основі. При високому рівні корупції входження держапарату в бізнес-мережі відбувається в завуальованій формі на нелегітимній основі і не призводить до розвитку регіону, а обмежується особистими інтересами чиновників. Поки що ми спостерігаємо саме ці процеси.

Висновки:

– розвиток економіки в Україні поступово формує мережеві бізнес — структури (контрактні, віртуальні, корпоративні, адміністріровані);

– мережеві моделі господарювання можуть бути основою для створення кластерів найбільш прогресивної інноваційної моделі територіального розвитку;

– поява реальних кластерів поки, що стримується корумпованістю чиновників і проблематичністю створення легітимних бізнес-структур, які поєднували інтереси влади та суспільства.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Стрелець И.* «Сетевая экономика». М.: Эксмо, 2006.

2. *Третьяк В.П.* Кластеры предприятий М.: Август богр, 2006.

3. *Уорнер М., Витцеель М.* «Виртуальные организации» / Пер.с англ. М., 2005.

4. *Maier R.* Knowledge Management Systems: information and Communication Technologies for Knowledge Management. Springler — Verlag Berlin,Heidelberg, 2002.

Оганезов А.В. — oganezov@ukr.net

Надійшла до редколегії 15.04.2010 р.

Стаття рекомендована до друку
д-ром екон. наук, проф. Заїнчковським А.О.