

Секція 2. УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

ПЕРЕДУМОВИ ВИНИКНЕННЯ ТА РОЗВИТОК ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ В УКРАЇНІ

Афанасьєва М.В., ХДУХТ, м. Харків, Україна

Під час процесу трансформації політичної та економічної систем в Україні надалі триває пошук ефективної моделі розвитку економіки. Особливо цей процес став актуальним після світової економічної кризи 2008 року, вплив якої на Україну був зумовлений дією низки зовнішніх і внутрішніх факторів, до яких економіка країни виявилась не готовою. В таких умовах важливим є внесок кожної сфери економічної діяльності в розвиток національної економіки і внесок торгівлі не є виключенням. У торгівлі виявляються інтереси суспільства, інтереси кожної сім'ї, кожної конкретної людини. Ця галузь впливає і на організацію побуту населення, і на рівень зайнятості, і на збалансованість виробництва і споживання і на формування валової доданої вартості в Україні. Торгівля об'єднує кожну людину з процесом задоволення потреб і сприяє реальному здійсненню розподілу матеріальних благ.

В Україні сфера торгівлі, на відміну від більшості інших галузей економіки, зазнала кардинальних змін за останні часи. Ще 12-13 років тому більша частка роздрібною торгівлі припадала на універсами і гастрономи, але останніми роками в Україні відбуваються структурні зміни в роздрібній торгівлі - з'являються нові форми торговельних підприємств, спостерігаються тенденції зростання ролі мережевих підприємницьких утворень. До останніх відносяться торговельні мережі, фінансово-промислові групи, холдинги, консорціуми тощо.

Проблема створення різних форм партнерського співробітництва є предметом наукової дискусії протягом кількох останніх десятиліть. Особливо активно обговорюються дві форми кооперації – підприємницькі мережі та кластери. У розвинутих країнах світу на початку 1980-х років підприємницькі мережі використовувалися переважно для стимулювання конкуренції. Вони трактувалися як форми управління та організації виробництва, які давали змогу поєднувати переваги великих і малих підприємств, під час чого останні успішно приймали участь у реструктуризації низки галузей економіки, що стає все більш актуальним в міру розвитку ринкових відносин. Необхідність налагодження ефективного бізнес-партнерства цих суб'єктів господарювання викликана особливостями сучасного етапу розвитку світової й вітчизняної економіки: глобалізацією господарських систем, зростаючою відкритістю (доступністю) ринків, обмеженістю ресурсів, впровадженням у практику ведення бізнесу інформаційних технологій, що постійно оновлюються. Великі підприємства мають перевагу в можливості акумулювання значних ресурсів, які вони спрямовують на проведення масштабних досліджень, запровадження інновацій. Вони можуть забезпечувати значну економію на масштабах виробництва. Водночас на таких підприємствах у багатьох випадках виникають значні бюрократичні управлінські структури, відсутня мобільність в управлінні та загальмована реакція на сигнали ринку, що негативно впливає на ефективність їхньої діяльності. Отже, у підприємницьких мережах поєднуються переваги однієї та іншої форми організації та управління виробництвом.

Підприємницькі мережі довели свою ефективність у багатьох галузях і багатьох країнах світу. Так, однією з прогресивних форм роздрібною торгівлі, на даний час, виступають торгові мережі. Всесвітня мережева торгівля асоціюється з такими відомими гігантами, як, наприклад, Wal-Mart Stores Inc - американська компанія, заснована в 1962 році, яка на теперішній час є найбільшою торговою мережею у світі, котра об'єднує більш ніж 8000 магазинів, Metro AG – німецька компанія, майже 300000 співробітників якої працюють в понад 2100 магазинах компанії у 32-х країнах Європи, Африки та Азії, Carrefour SA - французька компанія роздрібною торгівлі, оператор однойменної роздрібною мережі, другий за величиною в світі після Wal-Mart.

Ключовою тенденцією сучасного розвитку торгівлі є глобалізація, проявом якої став вихід торговельних мереж за межі своєї країни та відкриття магазинів в інших країнах світу.

В Україні такі великі мережі тільки почали розвиватися. На сьогодні до найбільших за часткою у роздрібному товарообороті належать мережі торгово-промислової корпорації «Фоззі Груп» (4.2%), група компаній «Фуршет» (2.5%), ТОВ «АТБ-Маркет» (2.47%) і ТОВ «Квіза-

Трейд» (2.12%). На ці чотири торговельні мережі в 2009 р. припадало 11.2 % роздрібного товарообороту підприємств України, а в загальному обсязі, включаючи оборот фізичних осіб-підприємців, лише 6.1 %. За результатами глобальних досліджень, проведених компанією СВ Richard Ellis, Україна в 2011р. посіла 18-те місце в рейтингу країн, які розглядають транснаціональні компанії для експансії в 2012-13 рр.

Слід зазначити, що потужний вплив на розвиток торговельних мереж в країнах СНД і Україні, зокрема, мають наднаціональні фактори. Вони визначають характер майбутніх змін у структурі торговельної мережі й тому потребують ретельного дослідження. Значний вплив здійснюють наслідки світової фінансово-економічної кризи, які принципово змінюють характер конкурентної поведінки великих компаній, додаючи більшої виваженості в обґрунтуванні і прийнятті рішень щодо подальшого розвитку.

Література: 1. Волосюк, И. Формат ТЦ: индивидуализация или обобщение?/ И. Волосюк // Commercial Property. – 2006. – № 2. – С. 42-46. 2. Баткилина Г.В., Гахокидзе Н.С. Предпринимательские сети в системе интеграционных связей малых и крупных предприятий как фактор реформирования экономики // Бизнес предложения: Информационно-аналитический журнал.– 2005.– №6. – С. 34–39. 3. Селезнева И. Развитие мировых розничных сетей / И. Селезнева //Маркетинг. – 2010. – № 5. – С. 92–102 4. В какие страны хотят ритейлеры?//Новый маркетинг.–2012.–№ 2.–С. 12

АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ СТРУКТУР УПРАВЛІННЯ КОРПОРАЦІЯМИ МАШИНОБУДІВНОЇ ТА МЕТАЛУРГІЙНОЇ ГАЛУЗІ

Бобровников В.А., ЗНТУ, м. Запоріжжя, Україна

Організаційна структура є головним інструментом управління, що визначає склад, величину, розміщення, вид діяльності, відповідність, підпорядкованість (підлеглисть) виробничих і обслуговуючих підрозділів, які поєднані загальним апаратом управління для виконання всіх цільових функцій, що органічно витікають з цілей та задач управління. Характерні недоліки організаційних структур управління приведені у [1]. Наведені чинники призводять до того, що більша частина завдань розвитку не виконується у зв'язку з відсутністю особи, яка відповідає за цей напрям роботи, або таких осіб багато.

В зв'язку з наведеним на підприємстві необхідно проведення організаційно-управлінської діагностики (проведення управлінського обстеження), в тому числі аналіз організаційної структури управління [2]. Методи аналізу організаційної структури управління широко описані в літературі і оснований, зокрема, на кількісних оцінках (число рівнів управління, коефіцієнт централізації управління, радіус адміністрування, рівень спеціалізації, коефіцієнт дотримання норм управління, коефіцієнт відповідності посаді та інше).

В останній час для аналізу використовуються різні економічні та фінансові показники, в тому числі показники рентабельності, ліквідності, платоспроможності, а також SWOT-аналіз та інші. На основі експертної оцінки при використанні кількісних показників встановлюється економічність управління підприємством, що в свою чергу характеризує ефективність організаційної структури управління. Моделі SWOT-аналізу надають можливість виділити сильні і слабкі сторони діяльності і як результат збільшити вплив сильних та зменшити вплив слабких сторін, що підвищить ефективність управління та якість прийняття управлінських рішень. Послідовність аналізу організаційної структури наступна.

1. Графічне моделювання організаційної структури.
2. Виявлення первинних кількісних характеристик: кількість рівнів управління, кількість структурних одиниць, чисельність персоналу, номенклатура посад.
3. Визначення кількісних оцінок.
4. Визначення якісних характеристик (використання експертних економічних, фінансових показників та моделей).