

19. Пономаренко В.С. Экономическая безопасность региона: анализ, оценка, прогнозирование : монография / В.С. Пономаренко, Т.С. Клебанова, Н.Л. Чернова – Х. : ИД «ИНЖЕК», 2004. – 144 с.
20. Сайт Государственной службы статистики Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
21. Украина у цифрах 2014 : статистичний збірник. – К., 2015. – 238 с.
22. Інформація про стан виконання Зведеного і Державного бюджетів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://minfin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/archive/main?cat\\_id=77440](http://minfin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/archive/main?cat_id=77440).

УДК 338.24.01

**Стрий Л.А.**

*доктор экономических наук, профессор,  
профессор кафедры экономики предприятия  
Одесского национального политехнического университета;  
профессор кафедры менеджмента и маркетинга  
Одесской национальной академии связи имени А.С. Попова*

**Захарченко Л.А.**

*кандидат экономических наук, профессор,  
профессор кафедры экономики предприятия  
Одесской национальной академии связи имени А.С. Попова*

**Голубев А.К.**

*кандидат технических наук, профессор,  
профессор кафедры экономики предприятия  
Одесской национальной академии связи имени А.С. Попова*

## СЕТЕВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ РЫНКОВ ИНФОКОММУНИКАЦИОННОЙ ОТРАСЛИ

Статья посвящена изложению результатов исследования современных подходов к выбору организационных структур и представлению сетевой модели организации рынков инфокоммуникационной отрасли, разработанной авторами. Рассмотрены трансформационные преобразования организационных структур в процессе формирования информационной экономики; современные организационные структуры, которые могут представлять интерес для отрасли инфокоммуникаций: плоские сетевые структуры горизонтальных корпораций, межфирменные сети как формы организационной гибкости; корпоративные стратегические альянсы. Представлена схема модели организации рынков инфокоммуникационной отрасли.

**Ключевые слова:** гибкие производственные структуры, межфирменные сети, организационная гибкость, организационная структура, принципы организации, плоская сетевая структура, рынки инфокоммуникационных услуг, сетевая модель, стратегические альянсы.

### **Стрий Л.О., Захарченко Л.А., Голубев А.К. МЕРЕЖЕВА ОРГАНІЗАЦІЯ РИНКІВ ІНФОКОМУНІКАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ**

Стаття присвячена викладу результатів дослідження сучасних підходів до вибору організаційних структур і представлення мережевої моделі організації ринків інфокомунікаційної галузі, розробленої авторами. Розглянуті трансформаційні перетворення організаційних структур у процесі формування інформаційної економіки; сучасні організаційні структури, які можуть представляти інтерес для галузі інфокомунікацій: плоскі мережеві структури горизонтальних корпорацій, міжфірмові мережі як форми організаційної гнучкості; корпоративні стратегічні альянси. Представлена схема моделі організації ринків інфокомунікаційної галузі.

**Ключові слова:** гнучкі виробничі структури, мережева модель, міжфірмові мережі, організаційна гнучкість, організаційна структура, принципи організації, плоска мережева структура, ринки інфокомунікаційних послуг, стратегічні альянси.

### **Striy L.A., Zaharchenko L.A., Golubev A.K. NETWORK ORGANIZATION MARKETS OF INFOCOMMUNICATION INDUSTRY**

The article is sanctified to exposition of results of research of the modern going near the choice of organizational structures and presentation of network model to the organization of markets of infocommunication industry, worked out by authors. Transformations of organizational structures are considered in the process of forming of informative economy; modern organizational structures that can be of interest for industry of infocommunication: flat network structures of horizontal corporations, inter-company networks as forms of organizational flexibility; corporate strategic alliances. The chart of model of organization of markets of infocommunication industry is presented.

**Keywords:** flat network structure, flexible productive structures, inter-company networks, organizational flexibility, organizational structure, principles of organization, markets of infocommunication services, network model, strategic alliances.

**Постановка проблемы.** Проблема выбора, построения, совершенствования организационных структур, их адаптации к реальным условиям целевых рынков всегда была и остается до сих пор актуальной, особенно в связи с современными ускоряющимися темпами изменений рыночных ситуаций. Это подчеркивают многие исследователи. П. Друкер в своей известной программной работе «Задачи менеджмента в XXI веке» критикует фундаментальные представления менеджмента в сфере выбора организационной структуры. «С самого своего начала

(более чем столетие назад) и до сих пор изучение принципов организации опиралось на одно важное представление. *Существует – или должен существовать – некий единственно правильный тип организационной структуры. Представление о «единственно правильной организационной структуре» неоднократно менялось, но ее поиски продолжаются по сей день».* П. Друкер рекомендует менеджменту вместо поисков единственно правильного типа организации следует поставить другую задачу: *научиться выявлять, выстраивать и про-*

верить на практике организационные структуры, которые соответствуют поставленным задачам [1, с. 34-35]. Ф. Котлер, К. Каплер в 14-м издании фундаментального труда «Маркетинг менеджмент», исследуя основные изменения в практике ведения бизнеса, указывают, что *ускорение изменений в бизнесе требует такого устройства организации и процессов, которые позволяют быстрее реагировать на изменения во внешней среде* [2, с. 691]. Поэтому проблема, исследованию которой посвящена эта статья, является актуальной и заслуживает рассмотрения.

#### **Анализ последних исследований и публикаций.**

Данная проблема исследуется многими авторами (что, в частности, подтверждает ее актуальность). При подготовке статьи авторы изучили работы П. Друкера [1], Ф. Котлера [2], М. Кастельса [3], С. Холленсона [4], Р. Салмона [5], И.Н. Корнеева [6]. П. Друкер, как уже указывалось выше, исследует и формулирует принципы построения современной организации [1]. Ф. Котлер рассматривает адаптацию структур маркетинга к условиям современного конкурентного рынка [2]. По мнению М. Кастельса, фундаментальная цель организационных изменений заключается в том, чтобы справиться с неопределенностью, вызванной стремительными темпами изменений в экономической, институциональной и технологической среде, путем повышения гибкости производства, менеджмента, маркетинга, а также за счет использования новейших информационных технологий [3]. С. Холленсон исследует изменение структур крупнейших корпораций под влиянием процессов глобализации [4]. Р. Салмон предлагает для обеспечения процветания предприятий реализовать переход от «механической» структуры предприятия к «органической» [5]. И. Корнеев исследует формирование сетевых структур телекоммуникационных компаний [6]. Однако многие аспекты адаптации организационной структуры к реальным условиям современных рынков, в частности для инфокоммуникационной отрасли, исследованы еще недостаточно, особенно в условиях растущего использования в экономике коммуникационных возможностей сети Интернет, более глубокого проникновения в экономику мобильных технологий, сетевых технологий.

**Постановка задачи.** Авторами изложены современные взгляды ученых на данную проблему и предложен новый подход к решению задачи выбора организационных структур в условиях современной экономики, который базируется на систематизации и обобщении уже имеющихся исследований и на собственных выводах авторов. Детально результаты исследования данной проблемы (применительно к сфере инфокоммуникаций и ИТ-бизнеса) изложены в монографии авторов [7, с. 157-165].

**Формулирование целей статьи.** В рамках решения поставленной задачи целями данной статьи являются:

- анализ современных подходов к выбору организационных структур;
- представление сетевой модели организации рынков инфокоммуникационных услуг, синтезированной авторами;
- формулирование выводов.

#### **Изложение основного материала исследования.**

##### **1. Анализ современных подходов к выбору организационных структур.**

*Анализ трансформационных преобразований организационных структур в процессе формирования инфокоммуникационной экономики.* Сущность данных преобразований исследовались М. Кастельсом и рас-

смотрена в его фундаментальной трехтомной монографии «Information Age: Economy, Society and Culture». На русском языке опубликован однотомник «Информационное общество: экономика, общество и культура» [3]. Авторы данной статьи излагают данный аспект в соответствии с указанной книгой. Основной причиной трансформационных преобразований, по мнению М. Кастельса, является переход от массового производства к гибкому производству. Модель массового производства была основана на повышении производительности за счет экономии на масштабе производства в конвейерном механизированном процессе изготовления стандартизированной продукции, при условии контроля обширного рынка со стороны специфической организации – крупной корпорации, построенной на принципе вертикальной интеграции и институционализованного социального и технического разделения труда. Эти принципы были встроены в методы менеджмента под названием «тейлоризм» и «научная организация труда». Однако во второй половине XX столетия спрос сделался непредсказуемым ни по количеству, ни по качеству; рынки во всем мире диверсифицировались и вследствие этого стали с трудом поддаваться контролю; темп технологических изменений сделал устаревшим узкоспециализированное производственное оборудование, система массового производства стала слишком жесткой и дорогой для новой экономики. Ответом на такую жесткость стала гибкая производственная система. Она практиковалась и теоретически осмысливалась в двух различных формах: как гибкая специализация или как производство на заказ. Впоследствии возникла другая форма гибкости: динамическая гибкость или гибкое производство с большим объемом выпуска. Организация с гибкой структурой способна преобразовывать не какие-либо второстепенные элементы, а сущностное ядро – структуры, процессы, методы. Преимущество такой организации заключается в ее внутренней конкурентоспособности, которая основывается на знаниях и опыте персонала. Организация мобилизует весь свой потенциал, обеспечивает рациональную его организацию и использование в соответствии с требованиями клиентов, рынка. Неориентированные на рынок операции не обеспечиваются ресурсами, а также не финансируются. Одним из ключевых конкурентных качеств становится способность адаптироваться к потребностям клиентов и предоставлять им инновационные услуги – организационные, технологические или структурные. Важным фактором конкурентоспособности становится умение строить отношения между работниками, управлять работой и персоналом, переобучение персонала [3, с. 157-161].

Среди новых организационных структур, исследованных М. Кастельсом, для отрасли инфокоммуникаций, по мнению авторов, могут представлять интерес:

- плоские сетевые структуры горизонтальных корпораций;
- межфирменные сети как формы организационной гибкости;
- корпоративные стратегические альянсы.

*Плоские сетевые структуры горизонтальных корпораций.* Как неизбежное следствие уже не нужного стандартизованного массового производства, возрождение производства на заказ и гибкой специализации, которые более эффективно реализуются малым бизнесом, возник кризис организационной структуры крупной корпорации. Исследования, проведенные в Италии, показали, что малые предпри-

яття опережают крупные фирмы в создании рабочих мест, прибылях, инвестициях на одного занятого, технологическом обновлении, производительности и добавленной стоимости. Исследованиями японской индустриальной структуры выявлено, что именно в густой сети малых и средних предприятий-субподрядчиков и коренится японская конкурентоспособность. Возник кризис традиционной корпорационной организационной модели, которая основана на вертикальной интеграции и иерархическом функциональном управлении. В новых экономических условиях мелкие и средние предприятия оказались формами организации, более приспособленными к гибкой производственной системе информационной экономики. Главное изменение характеризуется М. Кастельсом как сдвиг от вертикальных бюрократических иерархических структур традиционных корпораций к горизонтальным корпорациям. Как следствие, крупные корпорации меняют свои организационные структуры, используя сетевую организацию деятельности, что позволяет им маневрировать в современной экономике, характеризующейся непрерывными лавинами новых конкурентов, использующих новые технологии и приемы сокращения затрат. Сетевые стратегии добавили системе гибкости, но они не решили для корпорации проблему адаптации. Чтобы быть в состоянии усваивать выгоды сетевой гибкости, корпорация сама должна была стать сетью и пропитать динамизмом каждый элемент своей внутренней структуры. В этом, в сущности, по мнению М. Кастельса, и заключаются смысл и цель модели «горизонтальной корпорации», которая часто подразумевает децентрализацию ее единиц и наделение каждой из этих единиц растущей автономией, позволяющей им даже конкурировать друг с другом, хотя и в рамках общей стратегии [3, с. 168-171].

*Межфирменные сети как формы организационной гибкости.* М. Кастельс [3, с. 165-166] выделяет две особые организационные модели, которые применяются мелкими и средними предприятиями:

- мультинаправленная сетевая модель;
- лицензионно-субподрядная модель производства под «зонтиком» корпорации (*umbrella corporation*).

Эти организации часто берут на себя инициативу в установлении сетевых отношений с несколькими крупными фирмами и/или с другими малыми и средними фирмами, находя рыночные ниши и создавая совместные предприятия. Сети производства и распределения формируются, исчезают и вновь формируются на основе ситуации на рынке. Образцом производственной сети подобного рода служит так называемая модель Бенеттон. Итальянская трикотажная фирма – мультинациональное предприятие, выросшее из маленького семейного бизнеса в области Венето, оперирует на базе лицензированных коммерческих льгот, имея примерно 5000 магазинов во всем мире, для эксклюзивного распределения своей продукции под строжайшим контролем центральной фирмы. По обратной связи on-line центр получает со всех пунктов распределения данные, указывающие на необходимость пополнения запасов и описывающие рыночные тренды в сфере моделей и цветов. Сетевая модель эффективна также на производственном уровне, она основана на раздате работы по мелким фирмам и домохозяйствам в Италии и других средиземноморских странах, таких как Турция. Этот тип сетевой организации является промежуточной формой между вертикальной дезинтеграцией, через договоры о субподряде между крупными фирмами, и горизонтальной сетью мелких фирм. Это горизон-

тальная сеть, но основанная на совокупности отношений «центр-периферия» как со стороны предложения, так и со стороны спроса [3, с. 165-166].

*Корпоративные стратегические альянсы.* Эта организационная структура относится к переплетению крупных корпораций. Такие союзы отличаются от традиционных картелей и других олигополистических соглашений тем, что они касаются конкретных сроков, рынков, продуктов и процессов и не исключают конкуренции во всех областях (в их большинстве), не охваченных соглашениями. Они особенно эффективны в высокотехнологичных отраслях, представляющих в современной экономике сложную паутину союзов, соглашений и совместных предприятий. В этих отраслях стоимость исследований и разработок непрерывно повышается, а инновация является главным конкурентным инструментом. Доступ к рынкам и капиталам часто обменивается на технологию и производственное мастерство. В других случаях две компании или более предпринимают совместные усилия по разработке нового продукта или совершенствованию новой технологии, часто под финансовым покровительством правительств или государственных агентств [3, с. 167-168].

*Требования к современной организационной структуре (согласно П. Друкеру).* П. Друкер в работе «Задачи менеджмента в XXI веке» утверждает [1, с. 23-33], что организационная структура – это инструмент, с помощью которого можно повысить производительность совместного труда работников. В этом качестве любая организационная структура годится для решения определенных задач в определенных условиях и в определенное время. Но любая современная организация нуждается в организационной структуре, как и любой биологический организм. Как существует огромное множество разных видов организации живой материи, так существует и множество видов организации социальной структуры, какой является любое современное учреждение. Каждая структура должна соответствовать определенным «принципам» организации [1, с. 28-30].

Принцип первый: организация должна быть прозрачной. Сотрудники должны знать и понимать структуру учреждения, в котором работают [1, с. 28].

Второй принцип: в организации обязательно должно быть лицо, принимающее конечное решение в сфере своей компетенции. И должен быть кто-то, кто берет на себя руководство в *кризисной ситуации*. При этом объем власти этого человека должен быть соразмерен объему ответственности [1, с. 28-29].

Третий принцип: каждый работающий должен иметь только одного «хозяина». Согласно очень древнему правилу человеческих отношений, никто не должен «служить двум господам», а наличие нескольких начальников – это и есть «работа на нескольких господ» [1, с. 29].

Существует еще один структурный принцип: количество уровней управления должно быть минимальным, другими словами, организация должна быть как можно более «плоской», ибо, согласно теории информации, «каждое дополнительное звено удваивает помехи и вдвое снижает ценность сообщения» [1, с. 29-30].

Анализ современных подходов к выбору организационных структур показал, что для отрасли инфокоммуникаций, имеющей эффективную собственную коммуникационную сеть и надежные контакты с глобальным киберпространством на базе интернет-коммуникаций, наиболее рациональным будет выбор сетевой модели организации рынков.

**2. Сетевая модель организации рынков инфокоммуникационных услуг.** Использование результатов анализа современных подходов к выбору организационных структур позволило авторам построить сетевую модель рынков инфокоммуникационных услуг (основание построения модели и ее детальное описание приведено в монографии авторов [7, с. 95-101]).

Модель представлена на рисунке.

Модель объединяет в единую сеть всех участников процесса создания, транспортирования и потребления инфокоммуникационных услуг: несетевые рынки производителей и потребителей инфокоммуникационных услуг; рынки потребителей; сеть рынков производителей коммуникационных услуг; сеть рынков производителей, посредников, ресурсов с помощью глобального виртуального киберпространства.

Ниже приводится краткое пояснение функционирования модели.

В качестве средств коммуникаций в модели используются собственные традиционные телекоммуникации (ТКЦ) операторов связи, новые инфокоммуникации (ИКЦ) предприятий инфокоммуникаций, глобальные коммуникации сети Интернет.

В настоящее время сравнительно большое количество потребителей не имеют подключения к сети Интернет. Эти потребители действуют на рынках

несетевых производителей, приобретая информационные продукты в традиционной розничной сети. Несетевые производители могут приобретать информационные продукты в сети Интернет, продавая их традиционными способами.

На рынках потребителей инфокоммуникационных услуг действуют: индивидуальные потребители, которые приобретают товары для собственных нужд; корпоративные потребители, которые используют товары для производства иной продукции; различные предприятия и организации.

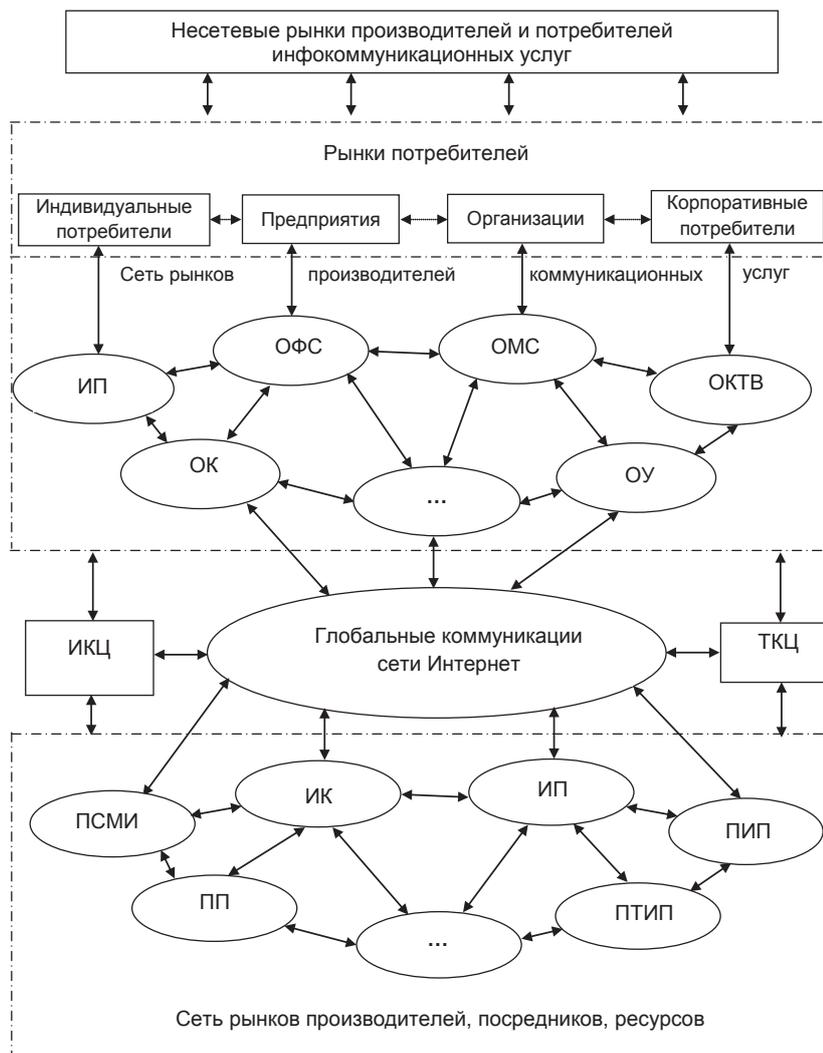
В сети рынков производителей коммуникационных услуг работают практически все функционирующие в данное время предприятия (операторы) телекоммуникаций, интернет-провайдеры и другие компании: интернет-провайдеры (ИП); традиционные операторы телекоммуникаций: фиксированной связи (ОФС), мобильной связи (ОМС), спутниковой и других видов связи; операторы кабельного телевидения (ОКТВ); операторы услуг (ОУ), предоставляют услуги обслуживания и эксплуатации инфокоммуникационных систем; операторы контента (ОК); другие предприятия и организации.

Сеть рынков производителей, посредников, ресурсов включает непрерывно расширяющееся множество различных предприятий: интернет-компании (ИК); интернет-провайдеры (ИП); предприятия производители информационных продуктов (ПИП); предприятия, тиражирующие информационные продукты (ПТИП); предприятия посредники (ПП); предприятия средств массовой информации (ПСМИ) и другие.

Исследование данной модели системы рынков позволило выявить некоторые особенности функционирования современной экономики инфокоммуникационных услуг. Основной отличительной особенностью является организация экономической деятельности с учетом сетевого взаимодействия. Если какая-то компания не имеет возможности оказывать какие-то инфокоммуникационные услуги в полном комплекте, он может установить с аналогичной компанией в составе Сети. Данная сетевая структура рынков инфокоммуникационных услуг наиболее адаптивна к изменениям во внешней среде и для обеспечения эффективного взаимодействия производителей, посредников и потребителей, что является основным условием успеха в современной экономике [7, с. 97-101].

#### Выводы:

1. Исследованы, методом анализа имеющихся публикаций, основные направления развития организационных структур: трансформация традиционных вертикально организованных корпораций к плоским сетевым структурам горизонтальных корпораций, хорошо приспособленным к условиям виртуальных рынков в сети Интернет; формирование межфирменных сетей небольшими и средними предприятиями; образование корпоративных стратегических



**Рис. Сетевая модель организации рынков инфокоммуникационной отрасли**

альянсов, об'єднують великі корпорації, які особливо ефективні в високотехнологічних галузях, де інновації є головним конкурентним інструментом, а вартість досліджень і розробок неперервно зростає. Процеси розвитку організаційних структур підприємств продовжуються, в сучасних умовах організаційна структура повинна бути гнучкою, повністю відповідати тим завданням, які в даний час і в даних умовах повинні вирішувати підприємства.

2. Аналіз сучасних підходів до вибору організаційних структур показав, що для галузі інформаційних технологій, яка має ефективну власну комунікаційну мережу і надійні контакти з глобальною кіберпросторою на основі інтернет-комунікацій, найбільш раціональним є вибір мережної моделі організації ринку.

3. Представлена мережна модель організації ринку інформаційної галузі, яка об'єднує в єдину мережу всіх учасників процесу створення, транспортування і споживання інформаційних послуг з допомогою власних комунікаційних засобів галузі і глобальної мережі Інтернет. Мережна організація ринку характеризується високою результативністю

економічної діяльності, вона здатна забезпечити ефективне взаємодія виробників, посередників і споживачів і швидку адаптацію до змін у зовнішньому середовищі.

Основним напрямком подальших досліджень може бути аналіз проблеми організації сучасної компанії інформаційних технологій.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке / П. Друкер. – М. : Вильямс, 2001. – 272 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. 14-е изд. / Ф. Котлер, К. Каплер. – СПб. : Питер, 2014. – 800 с.
3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
4. Холлсенсен С. Глобальный маркетинг / С. Холлсенсен. – Мн. : Новое издание, 2004. – 832 с.
5. Салмон Р. Будущее менеджмента / Р. Салмон. – СПб. : Питер, 2004. – 298 с.
6. Корнеев И.Н. Сетевые структуры телекоммуникационной индустрии: зарубежный опыт и российские перспективы / И.В. Корнеев, С.Г. Фень. – М. : Горячая линия-Телеком, 2005. – 136 с.
7. Экономика и управление на предприятии: основные тенденции и проблемы развития : монография / А.К. Голубев, Л.А. Стрий, Л.А. Захарченко // Под научн. ред. профессора, д.т.н. П.П. Воробийченко. – Saarbrücken : LAP Lambert Academic Publishing, 2015. – 292 с.

УДК 330.526.3.006(477)

**Тимошенко О.О.**  
здобувач кафедри економіки  
та управління національним господарством  
Дніпропетровського національного університету  
імені Олеся Гончара

## СТАНДАРТИЗАЦІЯ ПРОЦЕСІВ СОЦІАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ ЯК УМОВА ЗМІЦНЕННЯ ПІДВАЛИН СОЦІАЛЬНОЇ ДЕРЖАВИ

Обґрунтовано інструментарій встановлення моделі соціальної держави. Надано оцінку конструкта моделі соціальної держави, що розбудовується на національних територіях. Виявлено деструктивні аспекти у функціонуванні інститутів держави у формуванні соціальності й запропоновано наукові основи надання соціальному поступу керованого характеру.

**Ключові слова:** соціальна держава, моделі, Україна, оцінка, інструментарій, деструктивні, соціальний стан, соціальна стандартизація.

### Тимошенко А.А. СТАНДАРТИЗАЦИЯ ПРОЦЕССОВ СОЦИАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ КАК УСЛОВИЕ УКРЕПЛЕНИЯ ОСНОВ СОЦИАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВА

Обосновано інструментарій встановлення моделі соціального господарства. Дана оцінка конструкта моделі соціального господарства, яка розвивається на національних територіях. Виявлені деструктивні аспекти в функціонуванні інститутів господарства у формуванні соціальності і пропонуються наукові основи надання соціальному розвитку управляемого характеру.

**Ключевые слова:** соціальне господарство, моделі, Україна, оцінка, інструментарій, деструктивні, соціальне положення, соціальна стандартизація.

### Tymoshenko A.A. STANDARDIZATION OF SOCIALIZATION OF THE ECONOMY CONDITION AS STRENGTHENING THE FOUNDATIONS OF THE WELFARE STATE

Grounded instrument establishing a model social state. Courtesy evaluation construct a model of the welfare state that is built on national territory. Revealed the destructive aspects of the functioning of state institutions in the formation of social and scientific basis proposed providing social progress guided nature.

**Keywords:** social state model, Ukraine, assessment tools, destructive, social status, social standardization.

**Постановка проблеми.** З 1996 р. на національних територіях здійснюється розбудова досить дієвого в соціальному контексті суспільного інституту який отримав назву соціальної держави. Попри розмаїття моделей соціальної держави, будь-який конструкт

з них не є універсальним, а тому не міг бути реалізованим в короткі терміни в Україні. Складнощі добавляло і те, що в нашій країні рух до ефективної соціальної архітектури держави здійснювався не на прямих засадах нарощування потенціалу соці-