

підвищення ефективності менеджменту. На практиці, організація процесу управління проявляється в розподілі робіт з етапів, установленні послідовності й часу їхнього виконання, ресурсному забезпеченні ланок системи управління в проведенні цих робіт. Особливістю всієї системи управління соціальним розвитком є те, що результати частини керуючих впливів проявляються, як правило, у довгостроковій перспективі.

Цим обумовлюється необхідність стратегічної спрямованості системи управління соціальним розвитком колективу підприємства.

У теорії й практиці управління, однією з найбільш складних проблем є проблема формування, вибору й реалізації стратегії управління розвитком підприємства. Сучасна господарська практика показує, що управління довгостроковими конкурентними перевагами є основним елементом системи стратегічного управління (що припускає множинність цілей управління). У той час існують фірми, що мають єдину мету [2].

Соціальний розвиток колективу що припускає комплексний розвиток соціальної сфери підприємства, різнобічний розвиток працівників і розвиток форм компенсації трудової участі, виступаючи елементом економічного розвитку, формує додаткові конкурентні переваги підприємства, приносить у перспективі додатковий дохід. Широка розмаїтість видів господарської діяльності підприємства, і одного боку, і складна внутрішня структура соціального розвитку колективу – з іншої, обумовлюють можливість одночасної реалізації декількох стратегій.

Отже, формування загальної стратегії соціального розвитку колективу підприємства, а також вибір тих компонентів внутрішньої структури соціального розвитку, які одержать відбиття в перспективному плані, повністю залежать від рішень вищого менеджменту, що працює від імені й за дорученням власників. Як правило, власників цікавить ріст економічної ефективності виробництва, і, відповідно, ріст їхніх доходів.

Література:

1. Литвиненко А.В. Управління соціальним розвитком трудового колективу: автореферат дисертації: Х., 2005. URL: **Error! Hyperlink reference not valid.**
2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. СПб.: Питер, 1999. 416 с.

РОЗВИТОК ВІРТУАЛЬНИХ СІТЬОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ФОРМ КРАЇНИ

Гулько В.Л.

*Науковий керівник: Касатанова І.А., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Здобутки в комп'ютерних і телекомунікаційних галузях сприяли виникненню поняття «інформаційне суспільство», а разом з ним і терміна

«віртуальна економіка». При цьому в теорії управління поняття «віртуальний», яке запозичене з англійської мови (virtual) та означає сприйманий інакше, ніж у реальності; уявний, що не має фізичного втілення, стало ключовим, а в сучасному бізнес-будівництві намітилась певна тенденція до створення підприємств за віртуальними та сітьовими принципами. Віртуальний ринок діє постійно в реальному масштабі часу, охоплює весь світ та дозволяє проводити такі різноманітні віртуальні операції, як купівля, продаж, освіта, банківські операції, віртуальні ярмарки та видання тощо.

Віртуальні організації (віртуальні сітьові організаційні форми) мають певні ознаки та є складовою частиною простору віртуалізації, який також включає віртуальний ринок і віртуальну реальність. При цьому віртуальний ринок становить ринок товарів і послуг, який існує на основі комунікаційних та інформаційних можливостей глобальної мережі Інтернет.

Основними елементами електронного ринку є:

- вільний доступ до ринку всіх бажаючих,
- рівні права всіх учасників (партнерів),
- добровільна участь усіх учасників (партнерів),
- можливість впливу учасників на події, які відбуваються на ринку,
- різний ступінь інформованості.

Віртуальні підприємства – одна з нових організаційних форм підприємств, на розвиток якої здійснили вплив наступні фактори:

- поява нових інформаційних і комунікаційних технологій,
- глобалізація товарних ринків,
- ріст значення якості товару, ціни і ступені задоволеності споживача,
- індивідуалізація обслуговування клієнтів [1].

З маркетингової точки зору віртуальні підприємства орієнтуються не на задоволення потреб сегментів ринку, а на задоволення індивідуальних запитів конкретних споживачів усього конкурентного середовища. Отже, передумовою створення віртуального підприємства є надходження ринкового замовлення, для виконання якого створюється віртуальна мережа, що складається із учасників (партнерів) виробництва товарів та послуг. Усі учасники мережі в межах своєї ключової компетенції надають у розпорядження сітьового підприємства необхідні ресурси та визначають свої можливості (кадри, сировина, структура управління, фінансові та інші ресурси, «ноу-хау», спеціальні знання та права в тій чи іншій галузі тощо).

За допомогою електронно-технічних засобів надаються інформаційно-комунікаційні послуги та виконується ринкове замовлення. З практичної точки зору традиційно діючому підприємству для розробки і випуску нового товару на ринок необхідно залучення значних ресурсів. На відміну від нього віртуальне підприємство шукає нових партнерів, які мають необхідні ринковим потребам ресурси, навички та знання для спільної організації і реалізації цієї діяльності. При цьому розглядаються такі партнери, які мають ключові ресурси для отримання конкурентної переваги на ринку. Партнерство утворюється на певний строк або до моменту досягання певного результату [2, с. 14].

Розглянемо головні переваги віртуальних підприємств:

- можливість обирати і використовувати найкращі ресурси (інформаційні, фінансові, матеріальні, інтелектуальні), які запропоновано світовим економічним простором,
- гнучкість та мобільність керування,
- скорочення часу виробничого циклу,
- скорочення розмірів стартового капіталу при починанні власної справи, тому що більшість необхідних ресурсів буде задіяна у партнерів,
- використання електронних розрахункових систем та електронних грошей значно збільшує швидкість обороту оборотних засобів підприємства,
- скорочення витрат на утримання штату працівників за рахунок співпраці з тимчасовими працівниками або сторонніми компаніями,
- усунення впливу географічного фактору та співпраця з географічно віддаленими контрагентами,
- використання комунікаційних можливостей глобальних інформаційних мереж.

Разом з віртуальні підприємства мають і недоліки:

- надмірна економічна залежність від партнерів, що пов'язане з вузькою спеціалізацією учасників підприємства,
- практична відсутність соціального захисту і матеріальної підтримки партнерів (у ситуації взаємодії з фізичними особами) внаслідок відмови від класичних довгострокових договірних форм і звичайних трудових стосунків,
- небезпека надмірного ускладнення, яка витікає з різноманітності учасників підприємства, неясності відносно членства в ній, динаміки самоорганізації, невизначеності в плануванні для учасників,
- відсутня правова база регулювання електронної діяльності, тому віртуальні підприємства використовують на практиці умови взаємної довіри та мережеву етику учасників (партнерів).

Література:

1. Буцька І.О. Віртуальне підприємство як організація нового типу. *Управління розвитком*. Х.: ХНЕУ. 2006. № 7. С. 145-147.
2. Касатонova І.А., Онісіфорова В.Ю. Електронний бізнес: фактори зниження витрат та економічна безпека. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. Х.: ХНАДУ, 2013. № 1(4). С. 53-57.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ

Давіденко А.І.

*Науковий керівник: Курденко О.В., старший викладач
Харківський національний університет радіоелектроніки*

Біржа – організований торговельний майданчик, на якому відбувається гуртова торгівля товарами або цінними паперами у вигляді стандартизованих