

ІННОВАЦІЙНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗУВАННЯ МЕРЕЖ ОРГАНІЗАЦІЙ З ПОЗИЦІЙ МАРКЕТИНГУ

У період другої половини ХХ – початку ХХІ ст. відбулися значні якісні зміни в економічній та науково-технічній сферах, що проявилось в поглибленні глобалізаційних процесів, посиленні конкуренції на світових ринках, швидкому розвитку науки і техніки, застосуванні нових технологій та зростаючою швидкістю передачі інформації. Внаслідок цих змін розвиток світових економічних відносин набув нового рівня, за якого все більш важливою умовою ефективної господарської діяльності стають інновації. Сфери та засоби впровадження інновацій розвиваються і розширюються, а їх значення зростає. Найбільш ефективними каталізаторами інновацій стають мережеві організації, як специфічні форми сучасного підприємства, що формуються шляхом узгодження діяльності сегментів автономних систем [2].

Практика показала, що об'єднання різних організацій в єдину мережу, об'єднаними завданнями маркетингу, – найефективніший шлях розвитку в сучасних умовах. Переваги такого об'єднання полягають в наступному:

- об'єднання територіальних сегментів цільового ринку сприяє розширенню оперативного простору діяльності організацій;
- відповідно до споживчих переваг можливе формування привабливого асортименту товарів/послуг за конкурентоздатними цінами;
- розміри мереж дозволяють оперувати більшими обсягами, отримуючи при цьому максимальні знижки і економлячи на транспортних витратах;
- централізація і високий рівень управління діяльністю за рахунок залучення кваліфікованих фахівців мережі дозволяє ефективно використовувати нагромаджені експертні знання;
- можлива диверсифікація видів діяльності з урахуванням підвищення ефективності;
- зниження витрат на одиницю товару за рахунок економії на витратах по стимулюванню збуту, проведенні реклами;
- розширення меж діяльності надає більшу свободу організації, що підвищує можливості ведення конкурентної боротьби з урахуванням місцевих споживчих переваг.

Функціонування мережі залежить від двох фундаментальних атрибутів мережі – ефективного поєднанні принципів ієрархії та гетерархії, спрямованих на підтримку вільної від збурень комунікацій між компонентами мережі, тобто мірі узгодженості, в якій є відстоюється спільність інтересів між цілями мережі і цілями її компонентів [1].

Ієрархічні елементи у мережевих організаціях проявляються у визнанні їх членами колективних цінностей та прагненні щодо досягнення спільних цілей. Взаємодія учасників мережі підпорядковується чітким правилам, якими передбачено втручання координатора організації для усунення непорозумінь. Повної відмови від ієрархічного контролю тут немає, однак здійснюється він не на змістовому рівні правил гри, а на рівні реалізації колективно підтримуваної ігрової ідеї, тобто специфічних тактичних принципів і очікувань від рольових дій. Порівняльна характеристика принципів ієрархії та гетерархії приведена на рис. 1.



Рис. 1 – Порівняльна характеристика принципів ієрархії та гетерархії

Можна констатувати, що згідно організаційної екології здатність мережі до адаптації стимулюється різноманітністю її учасників: система з великою різноманітністю організаційних форм з більшою вірогідністю знайде задовільне вирішення проблем через зміни зовнішніх умов.

2. Фомішина В.М. Розвиток сучасних економічних систем: ієрархія споживання і заощадження Вісник Львівської комерційної академії / . – Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2010. – Вип. 33. – С. 28-33.

Новаківський, І.І. Інноваційні засади організування мереж організацій з позицій маркетингу [Текст] / І.І. Новаківський, М.Ю. Туриця // Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу : збірник тез доповідей VII Міжнародної науково-практичної конференції, 26-28 вересня 2013 р. / Відп. за вип. Ю.М. Гладенко. - Суми : ТОВ "ДД "Папірус", 2013. - С. 199-200.