

Таким образом, анализ позиционирования существующих стратегических зон хозяйствования рыбколхоза «Жемчужина моря» показал, что бизнес-единицы, соответствующие СЗХ, находятся в зрелом возрасте, занимают не самые сильные позиции.

Для балансирования набора СЗХ необходимо срочно создать новые бизнес-единицы, расширять виды деятельности хозяйств, чтобы обеспечить их равномерное развитие. Нами предлагается дополнить существующий набор СЗХ новым сегментом по оказанию услуг рыболовного туризма. Данный вид деятельности органично дополняет стратегические зоны хозяйствования по добыче и, отчасти, переработке рыбы. Между ними высок уровень синергизма. Уже сегодня в рамках деятельности по добыче, рыбодобывающие предприятия располагают многим из того, что необходимо для организации туристских услуг по рыбной ловле (плавсредства, прибрежные земли, квалифицированные кадры, квоты). Главной проблемой существующих СЗХ является их низкая доходность, а туризм, как известно, это сфера, где капитал быстро обращается и имеет высокую норму прибыли. Выполненная выше оценка привлекательности СЗХ по оказанию услуг рыболовного туризма имеет высокое значение (+ 3,4). Конкурентные позиции данной СЗХ также высоки, так как официально рыболовным туризмом в регионе никто не занимается, а, значит, конкуренция будет минимальна.

И, наконец, не исключено, что в условиях высокой промысловой нагрузки Азовское море может быть на несколько лет закрыто для промысловой работы. Об этом упорно говорят ученые биологи, ихтиологи. В такой ситуации рыболовный туризм станет основным видом деятельности рыбодобывающих предприятий в этом регионе.

Таким образом, «портфельный» анализ стратегических зон хозяйствования рыбодобывающих предприятий (на примере рыбколхоза «Жемчужина моря») позволил сделать выводы относительно привлекательности и конкурентного статуса СЗХ, определить их перспективы на основе анализа сильных и слабых сторон. Результаты анализа позволили дать рекомендации по оптимизации состава бизнес-единиц, что может быть положено в основу совершенствования бизнес-стратегии для каждой из них.

Литература

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб. : Питер Ком, 1999. - 416с.
2. Гетьман О.О. Економічна діагностика: навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів / Гетьман О.О., Шаповал В.М. – Київ: Центр навчальної літератури, 2007. – 307 с.
3. Круглов М.И. Стратегическое управление компанией: учеб. для ВУЗов / М.И. Круглов. – М.: Русская Деловая Литература, 1998. – 768 с.
4. Шершньова З.Є. Стратегічне управління : підруч. / З.Є. Шершньова. – [2-ге вид., перераб. і доп.]. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.

Рецензент докт. экон. наук, профессор В.А. Подолонко

338.242.2

*Швед В.В., к.э.н., доцент,
Винницкий финансово - экономический университет*

ВИКИНОМИКА КАК НОВАЯ ВЕХА В УПРАВЛЕНИИ

Современный мир последние несколько лет пребывает в затянувшимся кризисе. Кризисе всеохватывающем и всеобъемлющем. О причинах его возникновения, алгоритмах развития и последствиях существования написаны сотни статей, как и предложены десятки методов борьбы с последствиями. Мнения разные, зачастую, совершенно полярные. Но все исследователи и ученые сходятся в одном – мир и экономика изменились и к своему прошлому состоянию уже никогда не вернуться.

Философские законы бытия предполагают поступательное развитие, но в управлении мы до сих пор опираемся на фундаментальную работу А. Маршалла «Экономикс», написанную еще в конце позапрошлого века. Все теории XX века в той или иной мере опираются на двойственность термина «экономикс», концентрируясь все же на классическом подходе политэкономии: экономика преследует единую цель - хозяйствование путем создания добавочной стоимости. И только институционализм смещает акценты с создания денег к созданию общества.

В последнее время все большую популярность набирает совершенно новое течение в экономике и управлении – «Викиномика». Отечественные ученые, к сожалению, пока не уделяют достаточного внимания данному направлению развития экономики.

Данная статья призвана раскрыть ключевые особенности «викиномики», обосновать ее жизнеспособность и необходимость к использованию в современном управлении.

Термин «викиномика» впервые употреблен Д. Тапскоттом, который соединил два слова: «вики» (гавайск. – быстрорастущий, саморазвивающийся) и «экономика». Объяснение термина и его сущность автор раскрыл в 2006 году, опубликовав книгу «Викиномика: Как массовое сотрудничество изменяет всё» (Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything), в соавторстве с Энтони Вильямсом [1].

Д. Тапскотт утверждает, что сегодня мы становимся свидетелями еще одного серьезного поворота в течениях современного бизнеса и социальных тенденций: от традиционной, закрытой экономики мир переходит к открытой, гармоничной, прозрачной «Викиномике».

Главная идея авторов – или компании создают открытые бизнес – модели, или они остаются на страницах учебников по истории.

Согласно видению автора, викиномика является отражением изменений, происходящие в сфере технологий, бизнеса и управления. Основой данного явления рассматривается появление и развитие интернета, что сделало максимально доступными товары и услуги из любой части мира. И пользователи уже не просто общаются, а объединяются в сообщества по интересам, целям для решения какой-либо задачи или же для создания нового продукта.

Основным двигателем «Викиномики» являются глобальные каналы связи. Сегодня интернет превращается из среды представления, создателей которой ранее беспокоили вопросы слабой визуализации и недостаточной гибкости, в информационное пространство нового поколения Web 2.0 — гигантскую вычислительную платформу, способную предоставлять осязаемые услуги.

Современной иллюстрацией актуальности явления «викиномика» являются самоорганизованные интернет проекты – начиная от самой большой в мире энциклопедии «Википедия», которую создают сами ее участники, и заканчивая свободой операционной системой «Линукс» или проектом «SETI@home» - научным некоммерческим проектом, использующим свободные ресурсы на компьютерах добровольцев, для поиска внеземного разума.

Важно отметить, что кроме сугубо некоммерческих проектов, преимуществами принципов викиномики активно пользуются и мировые корпорации, в том числе: Boeing, Dow, DuPont, Procter&Gamble, Novartis, которые предлагают всем желающим помочь им [6].

Так, в корпорации Procter & Gamble около 25 % новых разработок проводится сегодня за пределами организации, причем их эффективность настолько высока, что руководство компании хочет довести эту долю до 50 %. Через специально созданную сеть компания привлекает к разработке своих продуктов около 100 тыс. учёных со всего мира. При этом в Procter&Gamble более 7 тыс. штатных исследователей. Одним из примеров подобного сотрудничества P&G и сторонних ученых является относительно недавний опыт компании, когда ей нужно было найти новый способ выведения пятен вина с одежды. Сторонние ученые привлекались на конкурсной основе, а приз в 50 миллионов долларов достался тому, кто предложил наиболее интересный вариант решения проблемы. Согласитесь, что это справедливо. И удобно для компании.

Для этого на сайте Innocentive.com компании публикует список тех вопросов, которые они не могут или не хотят решать сами. За лучшее решение можно получить от 1,5 тысяч долларов. InnoCentive – не единственная такая площадка. Сходные услуги предоставляют компании Nine-Sigma, Innovation Rely Centers, Innovation Xchange Network, YourEncore, Eureka Medical. Среди них можно отметить компанию YourEncore, нанимающую на работу ушедших на пенсию ученых, которые ищут, чем заняться в свободное время [5].

Лучшие компании с оборотом в миллиарды долларов начинают постепенно понимать, что инновации начинаются не на верхушке компании. Все чаще эти иерархические компании превращаются в самоорганизующиеся структуры, напоминающие суть или паутину и основанные на принципах сотрудничества.

Новое золотое правило: всегда старайтесь быть лучшими в том, что больше всего ценят ваши потребители, а остальное получайте от партнеров. Выбор, стоящий перед компаниями, не в том, связываться ли с пиринговыми сообществами и сотрудничать ли с ними, а в том, чтобы решить, когда и как.

Важно отметить, что викиномика актуальна не только для научных изысканий, она становится популярной даже в государственной политике. Так, например, эстонское правительство согласовало проект, который должен помочь избавиться от несанкционированных свалок мусора - добровольцы с помощью GPS-навигаторов нашли порядка 10000 таких свалок, после чего привлекли порядка 50 тысяч людей для уборки территории. Затраты государственного бюджета ограничились лишь

стоимостью самих GPS-навигаторов и затратами на общую координацию. Подобные вики – концепции начинают использовать и другие страны [3].

В основе викиномики лежит пиринговое производство – способ производства товаров и услуг, основанный на самоорганизующихся сообществах, члены которых на основании добровольного сотрудничества собираются вместе для достижения определенных целей. Чаще всего создание продукта в рамках такой системы не является основным местом работы человека. Мало того, что он занимается этим в свободное время, так он еще и чаще всего не получает за это денег. Хотя многие международные корпорации все же используют практику небольших денежных вознаграждений за лучшее решение поставленной проблемы.

Искусство и наука викиномики основаны на четырех мощных принципах - открытости, обмена идеями, равенства и глобальности:

открытость – компании раскрываются и открывают границы внешним идеям и человеческим ресурсам;

обмен идеями – интеллектуальная собственность как взаимный и общественный фонд. Некоторые активы защищены, к другим предоставлен открытый доступ;

равенство – нет подчиненных и вышестоящих, при такой форме производства все сотрудники равны;

глобальность – для совместной деятельности компаний нет региональных и физических границ.

При этом важно понимать, что преимущества викиномики возможны только в условиях выполнения всех этих принципов, игнорирование хотя бы одного из них приведет к разрушению модели.

Понятно, что сколько бы авторы не убеждали в перспективности явления и необратимости его развития, в «чистом виде», викиномика не более чем теоретическая концепция, использование которой возможно лишь в условиях определенных адаптаций к требованию бизнеса.

И в тоже время, уже сейчас существует как минимум три основные практические модели викиномики, которые активно используются в мире: коворкинг, краудсорсинг, аутсорсинг.

Коворкинг— это модель работы, заключающаяся в том, что вместо того, чтобы работать дома, люди снимают общее помещение, оставаясь независимыми и свободными, но не испытывая при этом недостатка в общении, работая вместе, делясь идеями и помогая друг другу.

Основная суть модели — помесечная аренда и территориальное объединение и организация сообщества для более эффективной работы участников.

Преимуществами коворкинга являются:

- Социализация. Общение с другими людьми - высокая ценность в нашем компьютеризованном обществе.

- Заведение новых бизнес-контактов, постоянный обмен идеями и опытом.

- Взаимопомощь, совместная работа над проектами. Собрать команду под большой проект в таком офисе значительно легче, чем делать это самостоятельно.

- Комфортная атмосфера. Настрой на рабочий лад, отсутствие «контроля сверху» и сплоченное по интересам сообщество создает комфортную среду для работы.

- Общая эффективность. Эффект синергии позволяет значительно повышать эффективность коммуникации и совместной разработки.

Недостатками:

- Затраты времени и средств на дорогу до коворкинг-центра и обратно.

- Безопасность.

- Питание. В отсутствие налаженной схемы перерывов на обед и доставки товаров в офис, коворкеры питаются как попало, что приводит к снижению продуктивности работы.

- Люди. Есть шанс, что не сможет сработаться с соседями.

Краудсорсинг — передача определённых производственных функций неопределённому кругу лиц на основании публичной оферты, не подразумевающей заключение трудового договора (в отличие от конкурса на замещение вакантной должности, в ходе которого соискатель должен выполнить определённую работу в интересах потенциального работодателя; в ряде случаев такие конкурсы являются мошеннической формой краудсорсинга).

В то время как в аутсорсинге работа отсылается за пределы компетенции компании профессиональным исполнителям за определенные деньги, в краудсорсинге вообще платить ни за что не нужно или платить минимум. Всю необходимую работу делают неоплачиваемые или

малооплачиваемые профессионалы-любители, которые и будут тратить своё свободное время на создание контента, решение проблем или даже на проведение исследований и разработку.

Модель создана в расчете на предполагаемое желание потребителей бесплатно или за небольшую цену поделиться своими идеями с компанией, исключительно из интереса увидеть эти идеи воплощёнными в производстве.

Аутсорсинг — передача организацией на основании договора определённых бизнес-процессов или производственных функций на обслуживание другой компании, специализирующейся в соответствующей области.

В отличие от услуг сервиса и поддержки, имеющих разовый, эпизодический, случайный характер и ограниченных началом и концом, на аутсорсинг передаются обычно функции по профессиональной поддержке бесперебойной работоспособности отдельных систем и инфраструктуры на основе длительного контракта (не менее 1 года). Наличие бизнес-процесса является отличительной чертой аутсорсинга от различных других форм оказания услуг и абонентского обслуживания.

Главным источником экономии затрат с помощью аутсорсинга является повышение эффективности предприятия в целом и появление возможности освободить соответствующие организационные, финансовые и человеческие ресурсы, чтобы развивать новые направления, или сконцентрировать усилия на существующих, требующих повышенного внимания.

Как уже отмечалось выше, принципы и модели викиномики активно используются западными компаниями. Что касается Украины, то пока последователей викиномики не так уж много. Но, как показало исследование проведенное журналом «Фокус» - все в один голос говорят, что для вики-эффекта необходимо изменить своё мышление, в частности, сфокусироваться, выбрать ключевую компетенцию в бизнесе, делиться заказами с партнёрами, эффективно использовать ресурсы [4].

Современная экономика постоянно формирует новые вызовы, и бизнес способен реагировать на них только в условиях собственной гибкости и инновационности, что невозможно без следования основным принципам викиномики, а это в свою очередь, только подчеркивает ее актуальность и необходимость.

Литература

1. Дон Тапскотт и Энтони Д. Уильямс Викиномика. Как массовое сотрудничество изменяет все. - BestBusinessBooks, 2009. - 392 с.
2. Дацюк С. Економіка ХХ і ХХІ століття. – Режим доступа: <http://www.pravda.com.ua/rus/articles/2010/06/9/5120006/>
3. Глива А. Нестримний поступ «Вікіноміки». – Режим доступа: <http://www.management.com.ua/review/rev305.html>
4. Ким-Галимова В. Викиномика: традиционный менеджмент теряет актуальность // Фокус. - 2010. - №52. - С. 12-13.
5. Князев Д. Викиномика в кратком изложении // Режим доступа.- <http://habrahabr.ru/blogs/books/92766/>
6. Розі Ломбарді Знакомьтесь: «Викиномика» // Режим доступа.- <http://www.osp.ru/cw/2006/07/376011/>

005.93:640.2

Лукашова Л.В., к.е.н., доцент,

Київський національний торговельно-економічний університет

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ПОБУТОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ: СТРАТЕГІЧНИЙ АСПЕКТ

На сьогоднішній день сфера побутового обслуговування є стратегічно важливою складовою економіки країни внаслідок забезпечення задоволення споживацького попиту на соціально значущі види послуг та одним з пріоритетних напрямів ведення малого і середнього підприємництва. Постійний ріст витрат, посилення конкуренції на ринку, підвищення вимог споживачів до якісних побутових послуг посилюють значимість ефективного управління підприємствами побутового обслуговування. Необхідний пошук таких методів управління їх діяльністю, які допомагали б підприємствам враховувати особливості ринку і вести конкурентну боротьбу в стратегічній перспективі.

Проблемою ефективного управління підприємствами побутового обслуговування займалися такі провідні вчені-економісти як І.А. Ігнат'єва [1], Г.Г.Савіна [2], І.В. Христофорова [3], О.С.