

**К.С. Шапошников, доц., канд. екон. наук**  
*Херсонський державний університет*

## Електронні комунікації сучасних бізнес-структур: проблеми побудови корпоративних мереж

Дана стаття присвячена проблемам побудови корпоративних мереж електронних комунікацій для сучасних бізнес-структур. У статті на основі проведеного аналізу виділено основні підходи до управління корпоративними бізнес-структурами, визначено та обґрунтовано особливості функціонування інтрамереж і екстрамереж для сучасних бізнес-структур.  
**електронні комунікації, корпоративна мережа, корпоративне управління, бізнес-структура**

Постановка проблеми у загальному вигляді. Одним із найбільш важливих, хоча й не помітних на перший погляд підсумків минулого століття стала можливість ведення бізнесу на основі прямих рівноправних зв'язків усіх з усіма. Такий спосіб організації взаємодії у економічній та багатьох інших науках одержав назву мережі.

Мережний спосіб ведення бізнесу дозволяє діяти без урахування природжених або набутих статусів і обов'язкової участі бюрократичних структур, а також набагато швидше, ніж при використанні традиційної системи опосередкованих відносин. Фактично мережа звільняє економічних агентів від багатьох соціально-політичних та економічних обмежень, генеруючи таким чином вагомий приріст дієздатності. Сьогоднішня загальнодоступність мережних взаємин і ступінь відповідної інституціональної свободи від просторово-тимчасових обмежень забезпечені досягненнями в сфері інтернет- і нано-технологій, нової енергетики, а також генної інженерії. У зв'язку з цим сучасним економічним агентам, незалежно від сфери діяльності, необхідно шукати нові джерела конкурентних переваг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми пошуку нових форм (віртуальних, креативних, мережних) організації бізнесу загалом та ефективних комунікацій зокрема висвітлені у працях Й.Ханса, А.Павлуцького, Р.Патюреля, В.Тарасова, Я.Квача, О.Редькіна [1-6]. Хоча названі вчені є представниками різних наукових шкіл, всі вони погоджуються з думкою про те, що епоха завжди прихильного клієнта завершилася, тому всім економічним агентам необхідно проектувати таку архітектуру електронних комунікацій, яка б найповніше задовольнила постійно зростаючі потреби споживачів.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Не дивлячись на пильну увагу наукової спільноти, досі невивченими залишаються проблеми побудови корпоративних мереж електронних комунікацій для сучасних бізнес-структур.

Метою статті є дослідження проблем побудови корпоративних мереж електронних комунікацій для сучасних бізнес-структур та висвітлення особливостей їх використання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасні інформаційні технології генерують трансформації не тільки методів, а і форм економічної діяльності. Ми погоджуємось з вченими [1-5], які стверджують, що це пов'язано з тим, що Інтернет надає безпрецедентні можливості підвищення продуктивності роботи, продажу товарів

і послуг на нових ринках, що швидко розширюються, а також реалізують недорогий спосіб глобальних комунікацій, як усередині підприємства, так і у зовнішньому середовищі. При цьому зауважимо, що впровадження нових інформаційних технологій на підприємстві має супроводжуватися зміною його структури та вживаних методів управління. Ця теза може бути обґрунтована наступними твердженнями [6, С.122]:

1. Нові технологічні засоби забезпечують вагомий економічний ефект лише при зміні методів роботи.
2. Інформаційні технології дозволяють в істотно більшій мірі використати інтелектуальний потенціал співробітників підприємства.
3. Широке поширення нових інформаційних технологій трансформує методи та засоби взаємодії, форми взаємин на ринках товарів і послуг.

Очевидно, що інформаційні технології мають забезпечувати реалізацію певних підходів до управління. У межах даної роботи розглянемо найпоширеніші з цих підходів, які вже закріпилися в менеджменті як управлінські стандарти.

Ми погоджуємось з думкою про те, що сьогодні можна виділити наступні три групи підходів до управління [2; 4; 6]: управління ресурсами; управління процесами; управління корпоративними знаннями (комунікаціями). Обмовимось одразу, що запропонований поділ не претендує на повноту охоплення всього різноманіття інформаційних технологій. Він відбиває лише деякий досвід практичного застосування цих технологій в управлінні бізнесом. Специфіку підходу до управління можна також визначити способами подання корпоративних знань на рівні прикладних моделей і на рівні універсальних мов подання.

Перша група підходів представляє організацію як систему ресурсів, що належать власникам. До цієї групи можна віднести управління фінансами, матеріальними запасами, кадрами тощо. Основна мета управління в межах цього підходу – забезпечення ефективного використання ресурсів і контроль за ними. Такі підходи добре описуються моделями, що стали стандартами: модель бухгалтерського обліку (наприклад, GAAP), планування виробничих ресурсів (MRP II), планування всіх ресурсів підприємства (ERP) тощо.

Друга група підходів розглядає організацію як систему бізнес-процесів. Для таких підходів центральними поняттями виступають процес, функція, дані, подія. Основна мета управління у межах цих підходів – забезпечення координації подій і функцій. До другої групи можна віднести управління якістю (TQM – стандарт ISO 9001), управління процесами (Workflow – стандарти асоціації Workflow Management Coalition). До цієї ж групи певні вчені відносять управління проектами (сімейство стандартів PMI), але лише в тій мірі, у якій ці проекти можна вважати типовими, зведеними до рівня технології [1; 3; 5].

Третя група підходів представляє організацію як систему невеликих колективів співробітників, що вирішують загальне завдання, а в якості організуючих факторів виступають корпоративні знання й ефективні комунікації. Провідним ресурсом корпоративного управління стає база корпоративних знань, у якій співробітники можуть швидко знайти інформацію для ухвалення правильного рішення й семантики дій один одного. Ця база концентрує в собі колективний досвід компанії та створює контекст корпоративних комунікацій. Основна мета управління – забезпечення координації, комунікації та швидкого пошуку інформації для самостійного ухвалення рішення.

Оскільки сучасні транснаціональні компанії усе ширше використовують Інтернет як засіб здійснення бізнесу й інструмент для комунікацій, мережа швидко стає стандартним способом взаємодії комерційних організацій один з одним. Інтернет перебуває у стадії стрімкого зростання, а розширення пропускну здатності мережі

відкриває можливості для використання додатків мультимедіа. Це лише деякі з переваг, які дає Інтернет для бізнесу. Однак, для більш ефективної взаємодії існуючої корпоративної системи із зовнішніми мережами ключовим елементом корпоративних інформаційних систем стає використання корпоративних інтра – та екстрамереж.

Інтрамережа – це корпоративна мережа, що використовує технології Інтернет для передачі інформації з мінімальними витратами грошей, зусиль і часу. Величезною перевагою інтрамережі є її здатність забезпечувати взаємодію в рамках всієї організації. Надмірні запаси інформації часто з'являються тому, що в середині організації виникає асиметрія інформації. Якщо ж у персоналу буде прямий і простий доступ до корпоративної інформації, їм більше не знадобляться інформаційні посередники. Крім переваг, пов'язаних з переданням інформації, інтрамережа надає можливості для взаємодії та допомагає створювати динамічні й продуктивні команди. Інтрамережа удосконалює бізнес-процеси і змінює способи спілкування.

Основною причиною, що спонукає організацію створити інтрамережу, є необхідність у швидшому та ефективнішому зборі, управлінні та наданні інформації. Інтрамережі надають реальні можливості міжплатформного доступу до інформації, тому що вони базуються на технологіях Інтернет, що розроблялися з метою обміну інформацією між різнорідними системами [6; 7].

Незважаючи на те, що навіть невеликі організації можуть одержати переваги при впровадженні корпоративної інтрамережі, особливо вагомими результатами помітні при використанні інтрамереж у великих компаніях. Загалом відзначимо, що переваги інтрамережі тим відчутніші, чим більше співробітників працює в компанії, чим глобальнішими є розміри мережі та чим більше існує віддалених один від одного офісів. Отже, можна припустити, що надалі роль інтрамереж та їхнього впливу на функціонування корпорацій буде постійно зростати.

Крім інтрамереж, вагомим значенням набуває використання екстрамереж.

Екстрамережа являє собою електронний обмін діловою інформацією в структурованому форматі, що відбувається між партнерами або підрозділами організації. Екстрамережа підтримує обробку величезних обсягів даних при передачі їх з одного комп'ютера на іншій. Екстрамережа скорочує відстань між виробником і кінцевим користувачем, і це стосується майже всіх галузей промисловості. Спрощений і дешевший спосіб поширення інформації зближує виробників і споживачів, дозволяючи відмовитись від численних посередників. Це пояснюється тим, що екстрамережа дозволяє виробникам виходити безпосередньо на кінцевого користувача. Описаний феномен проникає в усі сфери бізнесу.

Впровадження екстрамережі передбачає перетворення паперових документів на електронні, що дозволяє передати дані з однієї компанії до іншої. Власне кажучи, екстрамережа являє собою сполучну ланку між загальнодоступним Інтернетом і приватною корпоративною інтрамережею. Крім того, екстрамережа може вважатися частиною інтрамережі організації, що забезпечує електронний зв'язок з певними користувачами за межами даної організації. При наявності екстрамережі для одержання безпечного доступу до корпоративних даних компанії вже не потрібно телефонувати до серверу вилученого доступу; досить підключитися до Інтернет через захищений канал зв'язку. Замість застосування неекономічних та обмежених форматів електронного обміну даними в інтегрованих мережах стає можливим відкритий діалог між клієнтами й постачальниками через Інтернет. Екстрамережні канали між постачальниками й покупцями сприяють удосконаленню управління ресурсами та істотному прискоренню електронної торгівлі.

Наведемо приклади корпоративної мережі електронних комунікацій торгових систем (електронних бірж) [1; 3; 4; 5]:

1. Instinet (INCA) - мережа електронних комунікацій Instinet спочатку призначалася для проведення угод між фінансовими інститутами. Сьогодні ви можете увійти до неї, якщо ваш брокер-дилер володіє для цього технічними можливостями. Instinet дозволяє торгувати 45 хвилин до відкриття й 45 хвилин після закриття торгів на NYSE.

2. Island (ISLD) - найбільш ліквідна і динамічна з роздрібних Мереж електронних комунікацій. Island молода структура, що існує з 1996 року. За досить короткий час вона стала однією із найбільш активних корпоративних мереж.

3. Attain – мережа із символом ATTN з'явилася у лютому 1998 року. Основний цільовий склад Attain – роздрібні дейтрейдери. Обсяг торгів у ній нижче, ніж в інших корпоративних мережах. Незважаючи на те, що мережа намагається відповідати інтересам дейтрейдерів, її активність не можна порівнювати з Island або Archipelago.

4. Brut (BRUT). Більшість користувачів електронної мережі BRUT – члени Системи BRASS (Brokerage Real-Time Applications System Software – Системи програмного забезпечення додатків для брокерства в реальному часі). Якщо ваш брокер-дилер підписан на Archipelago, то ви можете виходити в мережу BRUT.

5. NexTrade (NEXT) – перша корпоративна мережа, що забезпечує роздрібним трейдерам цілодобове виконання наказів, які надходять в електронному виді. NexTrade надає своїм клієнтам анонімність входу й виходу. При цьому існує можливість розміщення лімітних ордерів в Nasdaq і на NYSE.

На нашу думку, схема основних рівнів циклу здійснення операції через корпоративну мережу електронних комунікацій торгових систем включає такі елементи: клієнт, центральна електронна система, біржа. При цьому всі елементи попарно взаємопов'язані один з одним. Перший рівень – це рівень клієнта або користувальницького інтерфейсу, за допомогою якого відбуваються операції, а користувач взаємодіє з ринками. Далі клієнт підключається до другого рівня, центральній електронній системі, де проводяться такі операції, як ідентифікація користувача, відправлення запиту і маршрутизація заявок. На третьому рівні заявки обробляються на ринку разом з одночасною зміною, скасуванням та спарюванням заявок.

Зв'язок між рівнями – це ключовий параметр для електронного фейдінгу, який здійснюється через Інтернет, віртуальну приватну мережу або виділений канал.

Висновки і перспективи подальших розробок. Матеріали досліджень, викладені у даній роботі дозволяють нам зробити наступні висновки:

1. Системи електронної торгівлі – дуже потужний інструмент у руках учасника фінансового ринку. Постійне вдосконалення складності операцій дозволяє користувачеві працювати на ринках з будь-якої робочої станції.

2. Клієнтська частина програми являє собою графічний інтерфейс, за допомогою якого трейдер взаємодіє з ринками. Він з'єднується безпосередньо із центральною системою, одним або декількома серверами баз даних, які відправляють користувачеві інформацію.

3. Інтернет як засіб зв'язку з фінансовими ринками став винятково популярним у роздрібних і напівпрофесійних трейдерів. Сполучення високої продуктивності при переданні даних, тривалого часу безвідмовної роботи, що у більшості випадків вище за середній, і низькою вартістю перетворює його на економічний засіб зв'язку для трейдерів. Крім того, постійний розвиток електронних систем і поширення Інтернету уможливило використання електронних додатків з будь-якої точки планети, що переносить нас до нової економічної реальності і вимагає здійснення подальших фундаментальних і прикладних досліджень.

## Список літератури

1. Ханс Й. Креативность действия : [монографія] / Й.Ханс; пер. с нем. — СПб.: Алетейя, 2005. — 320 с.
2. Павлуцький А. Менеджмент третього тисячоліття: системно-еволюційний підхід до розвитку організації / А.Павлуцький // Управління персоналом. – 2001. - №2. – С.66 – 78.
3. Патюрель Р. Создание сетевых организационных структур / Патюрель Р. // Проблемы теории и практики управления. – 1997. - №3.- С. 17 – 27.
4. Редькін О.С. Сучасні стратегії та технології корпоративного управління : [монографія] / О.С.Редькін, В.Реген, Н.А.Хрущ; Одеська нац академія зв'язку ім О.С.Попова. – Одеса: Евен, 2004. – 216с.
5. Тарасов В. Причины возникновения и особенности организации предприятия нового типа / В.Тарасов // Проблемы теории и практики управления. – 1998. - №1.- С. 37 – 44.
6. Корпоративне управління організаційним розвитком: креативні засади : [монографія] / Я.П.Квач, К.С.Шапошников, М.М.Адамкович; Одеський ін-т фінансів. – Ізмаїл: СМІЛ, 2008. – 272с.
7. Шапошников К.С. Креативне корпоративне управління: теорія і практика : [монографія] / К.С.Шапошников; Херсонський державний університет. – Херсон: ХДУ, 2010. – 256с.

*К.Шапошников*

### **Электронные коммуникации современных бизнес-структур: проблемы построения корпоративных сетей**

Данная статья посвящена проблемам построения корпоративных сетей электронных коммуникаций для современных бизнес-структур. В статье на основании проведенного анализа выделены основные подходы к управлению корпоративными бизнес-структурами, определены и обоснованы особенности функционирования интрасетей и экстрасетей для современных бизнес-структур.

*К. Shaposhnykov*

### **Problems of corporate electronic communications network building for modern business structures**

This article focuses on issues of corporate electronic communications networks for modern business structures. In the article on the basis of the analysis identified the main approaches to the management of corporate business structures are defined and justified the peculiarities of intranets and extranets for modern business structures.

Одержано 19.09.11