

Practical value. The results of the research have been implemented during the teaching discipline “Marketing of Intellectual Property” to improve the economic efficiency of innovative projects of the National Metallurgical Academy of Ukraine.

Keywords: *science, scientific sector, educational sector, project, university, rating, scientific and pedagogical potential*

Рекомендовано до публікації докт. екон. наук В.О. Петренком. Дата надходження рукопису 06.02.12.

УДК 339.372

**Л.П. Кудирко, канд. екон. наук., доц.,
І.М. Севрук**

Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна, e-mail: sevruc_irina@ukr.net

МЕРЕЖЕВІ ФОРМИ БІЗНЕСУ У СФЕРІ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ

**L.P. Kudyenko, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor,
I.M. Sevruk**

Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv, Ukraine, e-mail: sevruc_irina@ukr.net

NETWORK BUSINESS STRUCTURES IN THE FIELD OF INTERNATIONAL TRADE

Мета. Дослідження генезису концепції „мережева економіка та теорії розвитку транснаціональних корпорацій“ на основі різних методологічних підходів; визначення теоретичних основ аналізу мережевих структур та особливостей формування торговельних мережевих форм в умовах глобалізації; виявлення основних тенденцій розвитку світового сектору роздрібною торгівлі на базі досліджень міжнародних організацій, розкриття поняття „роздрібна торговельна мережа“.

Методика. З метою дослідження існуючих підходів до аналізу мережевих структур та сутності транснаціоналізації бізнесу у сфері міжнародної торгівлі було використано метод аналізу та синтезу. Для аналізу організаційних форм мережевого бізнесу використано метод поєднання логічного та історичного; метод системного узагальнення дозволив визначити ключові тенденції розвитку світового роздрібного торговельного ринку.

Результат. Встановлено, що у зв'язку зі становленням глобально-інформаційної економіки відбувається формування мережевої економіки, що пов'язана не лише з розвитком інформаційних технологій, але й мережевих форм бізнесу. Значного поширення мережеві структури набувають серед транснаціональних корпорацій у сфері міжнародної торгівлі, особливо в її роздрібному секторі. Світова роздрібна торгівля характеризується підвищеним інтересом з боку міжнародних операторів і в найближчі роки залишиться одним із найперспективніших напрямів для вкладення інвестицій.

Значимість та практичне використання. Даний матеріал буде корисним для тих, хто вивчає особливості функціонування транснаціональних корпорацій у сфері міжнародної торгівлі, зокрема в її роздрібному секторі, цікавиться мотивами виходу цих компаній на міжнародні ринки та досліджує форми організації мережевих структур у сучасних умовах.

Ключові слова: *мережева економіка, інформаційне суспільство, мережеві форми, глобалізація, транснаціональні корпорації, роздрібна торгівля*

Постановка проблеми. Друга половина ХХ століття характеризувалася динамічним розвитком глобалізаційних процесів у світовій економіці. Поширення таких тенденцій пов'язано з транснаціоналізацією виробництва, зростанням обсягів прямого іноземного інвестування, що сприяє виходу на світові ринки багатонаціональних корпорацій.

У цей же період суспільне життя набуває нових ознак, що передусє переходу від індустріальної економіки до інформаційної, базовими поняттями якої є „інформація“ та „знання“.

У межах інформаційної економіки формується мережева економіка, яка пов'язана з появою нових

суб'єктів господарювання – виробничих та збутових мереж, що здійснюють глобальне виробництво та розподіл товарів і послуг. Такі мережеві структури, створені на основі міжорганізаційних систем інформації та комунікації, найбільш повно відповідають вимогам трансформації відносин між виробниками та споживачами, завдяки чому й набувають значного поширення у сфері міжнародної торгівлі.

Аналіз останніх досліджень. Питанням формування та становлення мережевої економіки присвячені праці таких зарубіжних та вітчизняних учених як Р. Вайбер, М. Кастельс, К. Келлі, Х. Клодт, Е. Тофлер, Дж. Фарелл, С. Парінов, С. Соколенко, В. Базилевич, А. Чухно та ін. В умовах активізації інтеграційних процесів та інноваційної діяльності більш глибокого

розкриття потребують питання аналізу мережових структур у сфері міжнародної торгівлі.

Постановка задачі. Виходячи із зазначеного, метою статті є аналіз та систематизація досліджень щодо передумов формування, становлення та еволюції мережових форм бізнесу на основі різних методологічних підходів до аналізу.

Виклад основного матеріалу. На даний момент наукова спільнота не має єдиної методологічної основи щодо загальної теорії мережових структур, хоча останні й розглядались під різними кутами зору. Про що свідчить, зокрема, те, що існують різні визначення поняття „мережа“ та „мережева економіка“.

Деякі дослідники пов'язують генезис концепції „мережева економіка“ з категорією інформаційного суспільства, що виникла в Японії в 1960–1970-х роках і була в подальшому більш конкретизована американськими та англійськими вченими. Винахід терміну „інформаційне суспільство“ приписується професору Токійського технологічного інституту Ю. Хаяши. Термін „мережева економіка“ часто отожднюється з інформаційною економікою.

Відомий дослідник інформаційного суспільства М. Кастельс зазначає, що у світі з'явилася економіка нового типу, яку він називає інформаційною й глобальною, що дозволяє визначити її відмінні риси та взаємозв'язок між ними. Виходячи з постулату, що інформація за своєю природою є таким ресурсом, що легше інших проникає через усілякі перешкоди та кордони, він розглядає інформаційну еру як епоху глобалізації. При цьому мережеві структури є одночасно і засобом, і результатом глобалізації суспільства.

М. Кастельс зазначає: „Поява економіки з мережевою структурою та глибокою взаємозалежністю елементів дозволяє все більше застосовувати її досягнення в технології, знанні й управлінні як технологією та знанням, так і самим управлінням. Це замкнуте коло дозволить досягти більшої продуктивності та ефективності за наявності необхідних умов для однаково глибоких організаційних і інституційних змін [1].

С.І. Парінов розуміє мережеву економіку як економіку, що ґрунтується на використанні Інтернет-технологій: „Стан економіки, який виникає, коли інфраструктура, обслуговуюча функціонування економіки деякої країни або групи країн, ґрунтується на використанні Інтернет-технологій. При цьому міняє свої властивості як економічна система в цілому, так і її окремі елементи (виникають мережеві форми організації та механізм координації, відбуваються зміни в ринкових інститутах та ін.“ [2, с. 11].

Згідно з доповіддю Європейської комісії, мережева економіка визначається як середовище, в якому будь-яка компанія або індивід, що знаходяться в будь-якій точці економічної системи, можуть контактувати легко і з мінімальними витратами з будь-якою іншою компанією або індивідом із приводу спільної роботи, для торгівлі, для обміну ідеями і ноу-хау або просто для задоволення [3].

Німецький дослідник Р. Вайбер зазначає, що інформацію, як базисну інновацію, слід розглядати в якості основи економічного зростання, а цифрову та комп'ютерну техніку – як ядро інновації під загальною назвою „інформаційна техніка“ [4]. Дослідник розглядає інформаційну техніку в якості джерела імпульсу економічного розвитку. При цьому особливо важливу роль відіграє формування мережових структур, що значною мірою впливають на просування до мережевої економіки та виникнення нових господарських форм.

Мережеву економіку також пов'язують із виробництвом та розподілом мережових благ. До мережових благ можна віднести Інтернет, телефонні послуги, програмне забезпечення, банківські послуги тощо. Крім того, поширюється мережева реклама, мережевий маркетинг. Принципово відмінною рисою мережевої економіки є не створення блага як такого, а створення мережі, що продукує та поширює це благо. Так, наприклад, В.Н. Бугорський надає цьому явищу наступне визначення: „Економіка, здійснювана з допомогою електронних мереж. Основа мережевої економіки – мережеві організації“ [5].

Таким чином, можна сказати, що з появою та розвитком глобальної мережі Інтернет та нових інформаційно-комунікаційних технологій зріс інтерес до формування нового вигляду соціально-економічного порядку – глобального мережевого суспільства та мережевої економіки.

Саме інформаційні та комунікаційні технології привели до різкого зростання ролі мереж у житті суспільства та до їх домінуючого положення в ряді сфер.

Проте, незважаючи на переваги мережевої економіки, її формування й розвиток пов'язані із суперечностями. На думку К. Келлі зворотнім боком мережевої економіки буде постійне відмирання індивідуальних компаній, що старіють та відстають. Завданням мережевої економіки буде демонтаж індустріальної економіки та створення гнучкої мережі нових організацій і нових форм організацій [6].

На нашу думку, зміст мережевої економіки полягає не лише в широкому використанні Інтернет-технологій, але й в еволюції глобальних мережових утворень, тобто у своєрідному поєднанні інформаційної та глобальної економік.

XXI століття характеризується наявністю глобальних мереж різної природи. Насамперед, це глобальні структурні мережі, представлені транснаціональними корпораціями, асоціаціями, холдингами, конгломератами, концернами тощо.

Найбільший вплив на обсяги іноземного інвестування, структуру зовнішньої торгівлі мають транснаціональні корпорації (ТНК), які характеризуються різноманітністю форм присутності на зовнішніх ринках у вигляді філій (цілком є власністю материнської компанії) або дочірніх підприємств, що передбачає наявність у структурі капіталу компанії частки не лише материнської компанії (більше 50%), а й інших акціонерів. Водночас зі створенням традиційних зарубіжних

філій створюється мережа філій за кордоном, що мають різний ступінь автономії щодо головної компанії. Згідно з даними ЮНКТАД у 2010 р. на зарубіжні філії ТНК припадало 10% глобального ВВП і третина світового експорту. Загалом у світі ТНК, оперуючи як у країнах свого базування, так і за кордоном, генерували в 2010 р. додану вартість у розмірі приблизно 16 трлн дол., тобто близько чверті сукупного світового ВВП [7].

У сучасних умовах ТНК використовують усе більш широке коло моделей виробництва та інвестицій з подальшим зростанням ролі способів міжнародного виробництва, не пов'язаних з участю в капіталі, у вигляді підрядного промислового та сільськогосподарського виробництва, аутсорсингу послуг, франчайзингу, ліцензування тощо, за допомогою яких ТНК координують діяльність у межах своїх глобальних виробничо-збутових ланцюгів та здійснюють вплив на управління компаніями приймаючих країн без участі в капіталі цих компаній [7]. Зазначені явища надають широкі можливості для країн, що розвиваються та країн з перехідною економікою з точки зору їх інтеграції в глобальну економіку, посилення вітчизняного виробничого потенціалу та підвищення конкурентоспроможності на міжнародній арені.

Для ТНК у сфері мережевої торгівлі важливу роль відіграє франчайзинг як найбільш цікавий та перспективний варіант функціонування на зарубіжних ринках. Франчайзинг передбачає укладення договору між торговельною фірмою (франчайзером) та починаючою фірмою (франчайзі), за яким остання має право на здійснення певного виду діяльності під брендом першої та/або, відповідно до певних правил, здійснювати продаж товарів.

Згідно з доповіддю ЮНКТАД у 2010 р. діяльність на основі способів організації міжнародного виробництва, що не пов'язані з участю в капіталі, у всьому світі забезпечила обсяг продажів у сумі більше, ніж 2 трлн дол., у тому числі на франчайзинг припало 330–350 млрд дол. [7].

Причини та методи проникнення ТНК на іноземні ринки слід шукати у традиційних теоріях, до яких можна віднести теорію розміщення, теорію еkleктичної парадигми, теорію зростання, модель методу виходу на міжнародний ринок та ін.

Теорія розміщення пояснює експансію ТНК на ринки інших країн через наявність і дешевизну ресурсів та сировини для виробництва в цих країнах, що сприяє скороченню витрат ТНК та їх подальшій інвестиційній зацікавленості.

Теорія еkleктичної парадигми чітко простежується через підходи американського вченого Дж. Даннінга, на думку якого, за умов здійснення іноземного інвестування та виробництва, компанія зазнає величезних витрат. Для компенсації останніх цільовий ринок чи галузь має забезпечити інвестора сприятливими умовами та конкурентними перевагами, які в подальшому не тільки компенсують витрати, але й принесуть прибутку. Дж. Даннінг розробив підхід щодо виявлення таких переваг під назвою „OLI – підхід“ [8]. Відповід-

но до цього підходу, для здійснення іноземного інвестування необхідними є три умови:

– наявність у фірми „переваги власності“, що являє собою достатність ринкової влади для компенсації втрат від закордонного виробництва;

– іноземний ринок повинен пропонувати фірмі „перевагу місцезнаходження“, тобто виробництво в іншій країні має бути більш вигідним, ніж виробництво в країні-базування чи експорт;

– ТНК повинні володіти „перевагами від інтернаціоналізації“, що пов'язані з можливістю подовження життєвого циклу технологічних продуктів ТНК за рахунок їх пропозиції на зарубіжні ринки.

Теорія зростання, аналіз якої був здійснений С. Хаймером, пояснює зростання фірми за рахунок розширення масштабів діяльності, вертикальної інтеграції та диверсифікації, злиттів та поглинань, розвитку на внутрішньому ринку, а потім – шляхом експансії і в інших країнах. Загальним мотивом розширення фірми є прагнення до отримання прибутку.

С. Хаймер відомий також своєю теорією привласнення, яка полягає в тому, що ТНК використовує ринкову недосконалість та формує попит на свою продукцію до початку її виробництва. На думку дослідника, у боротьбі за монополістичне положення на ринку компанії використовують усі наявні засоби, по досягненні якого, вони отримують конкурентні переваги, що і сприяють подальшій експансії ТНК.

Розроблена американськими вченими Дж. Стопфордом та Л. Уельсом модель методу виходу на міжнародний ринок пояснює процеси транснаціоналізації бізнесу залежно від наявного у фірми досвіду функціонування на іноземних ринках та ступеня диверсифікованості виготовленої нею продукції. Таким чином, вибір того чи іншого методу проникнення на зарубіжний ринок залежить від специфіки самої фірми, її стратегії, цілей, а також особливостей ринку приймаючої країни.

Саме посилення ролі ТНК та супроводження сучасних процесів розвитку суспільства переходом від визначальної ролі національних економік до економіки глобалізованого світу генерувало також процес переходу до мережевих бізнес-структур. Основним стимулом для їх формування виступає максимізація прибутку організації на основі загальновідомих принципів класичної економічної теорії: комбінування, кооперації, спеціалізації та розподілу праці, а також у необхідності забезпечення стійкого, стабільного розвитку фірми.

Існують наступні форми організації мережевих структур – мережа, сформована навколо великої компанії; мережа компаній, що близькі за масштабами; віртуальні компанії; кластери та ін. У зв'язку з переходом до інформаційної економіки та в умовах глобалізаційних процесів ці форми організації мережевих структур характеризуються зміною типу підприємства від вертикально-бюрократичного до горизонтально-мережевого, якому притаманні менеджмент єдиної команди, плоска ієрархія, вимірювання

результатів діяльності рівнем задоволення потреб споживачів тощо.

Варто зазначити, що в умовах мережевої економіки виникають так звані „мережеві товари“, споживча вартість яких підвищується зі зростанням обсягів продажу, а ціна забезпечує масовий попит на товар. Тобто цінність товарів витікає з їх багаточисельності, що суперечить аксіомам індустріальної епохи: 1) цінність пов'язана з рідкістю; 2) чисельність речей зменшує їх цінність. При цьому витрати на виробництво докорінно змінюють свою структуру, оскільки тепер левову частку цих витрат займають витрати на НДДКР, інновації з метою досягнення відповідності властивостей продукції потребам ринку. Компанії, що приділяють незначну увагу розробці та впровадженню інновацій, ризикують втратити свої конкурентні позиції на ринку, де вони оперують. Це стосується навіть монополістів на ринку. Отже, основним критерієм конкурентоспроможності виступає швидкість реагування на потреби споживачів, зовнішні та внутрішні фактори середовища існування компанії. Це спонукає великі корпорації створювати більш гнучкі виробничі системи та ефективні організаційні структури.

Привабливість мережевих форм бізнесу пояснюється дуже високими виробничими показниками, що зумовлені двома чинниками – компетентністю та ефективністю організаційної мережі. Ефективність мережевих організацій гарантується низьким рівнем зайнятості та раціональною структурою витрат. Мережі виключають можливість дублювання компетентної робочої сили та потужностей на різних ділянках. Тим самим вдається уникнути високих сукупних витрат на виробництво кінцевої продукції або на внутрішньоорганізаційний обмін послугами.

Довгострокові відносини сприяють зростанню конкурентоспроможності учасників мережевої структури. Менеджмент компанії в цих умовах здатний забезпечити повну узгодженість постачальників, які беруть участь у створенні та реалізації товарів та послуг, взаємодію між підприємствами мережі [9, с. 52–53].

Міжнародний досвід засвідчує існування трьох моделей мережевої організації :

- об'єднання у формі мережевої організації юридично самостійних структур, діяльність яких зосереджена на одному сегменті споживчого ринку, а ринкова частка (чи обсяг товарообороту) знаходиться приблизно на одному рівні. Таке об'єднання на основі договірних стосунків дозволяє знизити деякі статті витрат – витрати на закупівлю товарів, транспортні витрати, юридичне обслуговування бізнесу та ін. Як наслідок, за рахунок відносного зниження витрат зміцнюються позиції на ринку, збільшується дохідність діяльності, підвищується конкурентоспроможність фірм, що входять до об'єднання;

- об'єднання навколо компанії, що займає лідируючі позиції на локальному споживчому ринку, невеликих торговельних підприємств, що функціонують у цьому ринковому сегменті. Організаційні зв'язки можуть бути формалізовані за допомогою різного роду договорів, але управління, незважаючи на

юридичну самостійність підприємств, що входять до такої мережі, має ієрархічний вигляд. В основному це пов'язано з наявністю лідера на ринку, підприємницька стратегія якого не припускає поглинання навколишнього профільного дрібного бізнесу, а така форма співпраці з ним є економічно більш ефективною;

- об'єднання підприємств торгівлі під єдиним управлінням та юрисдикцією з метою зниження витрат на ведення бізнесу та підвищення конкурентоспроможності за рахунок нових властивостей і відносин, створених мережевими структурами. Така модель організації мережі припускає розвиток як за рахунок будівництва і відкриття нових підприємств, так і злиття та поглинання вже існуючих на споживчому ринку близьких за ринковим сегментом фірм.

До першого виду формування мережевих структур слід віднести один із найбільш поширених способів – франчайзинг як форма альянсу для реалізації споживчих товарів, в основному, продовольчого призначення населенню.

Мережеві форми другого виду характеризуються ієрархічним характером управління, що пов'язано з домінуванням компанії-лідера на цьому сегменті споживчого ринку та задоволенням економічних інтересів учасників мережі на взаємовигідній основі.

Серед третього виду організації мережевих структур можна виділити таку торговельну мережу, де основним критерієм її функціонування є наявність єдиного органу, що управляє, регулює бізнес-діяльність від імені власників мережі торговельних підприємств. Прийняття управлінських рішень здійснюється в одному центрі на основі зібраної та деталізованої за необхідними аспектами інформації про діяльність усіх учасників мережі.

Загалом створення торговельних мереж призвело до централізації їх капіталу, інтенсифікуючи його нагромадження, оскільки прибуток, створений асоційованим капіталом, набагато більший за обсягом і нормами ніж той, що отримують дрібні торговельні підприємства окремо. Мережеві торговельні підприємства створюються в оптовій та роздрібній торгівлі.

Найбільша активність у створенні мережевих структур відмічається саме у сфері роздрібною торгівлі, яка в багатьох розвинутих країнах уже давно стала стратегічно важливою галуззю економіки, а міжнародні роздрібні торговельні мережі, домінуючи в більшості країн світу, демонструють потужність свого впливу.

Згідно з дослідженням „Світові тенденції розвитку сектору роздрібною торгівлі“ компанії Deloitte Touche Tohmatsu (DTT), світова фінансова криза виявила свій руйнівний вплив також і на деякі з провідних торговельних компаній про що свідчить те, що більше третини із 250 найбільших світових роздрібних торговців зазнали в 2009 фінансовому році (з червня 2009 р. по червень 2010 р.) падіння обсягів продажу. У 2009 р. загальний обсяг продажу 250 провідних роздрібних компаній світу склав 3,76 трлн дол. США, що на 1,57% менше, ніж у 2008 р. [10].

Загальний обсяг продажу 10 найбільших роздрібних компаній, за підсумками 2009 р., становив 1127,38 млрд дол. США. У структурі продаж частка 10 провідних роздрібних компаній у 2009 р. становила 30,0%, що на 0,2% менше, порівняно з 2008 р. Обсяги продажів скоротилися для чотирьох провідних компаній – Carrefour, Metro, Costco, Home Depot. Три інші компанії мали приріст на рівні 1% чи менше, у той час як такі торговельні мережі як Aldi, Schwarz та Tesco показали результати вище середнього показника серед TOP-250 роздрібних мереж світу завдяки реалізації товарів за зниженими цінами [10].

Ключовими тенденціями розвитку роздрібною торгівлі за сучасних умов є її глобалізація, поширення міжнародної експансії провідних роздрібних мереж світу та вихід на нові ринки (Центральна та Східна Європа, Азія, Південна Америка), збільшення інвестицій у сферу послуг, інноваційний розвиток мережевих форматів, розширення торговельних площ, інтернаціоналізація електронної комерції, розробка та використання власних торговельних марок, а також пошук нових шляхів взаємодії з покупцями через новітні технології та засоби масової інформації.

У найближчі роки сегмент саме роздрібною торгівлі залишиться одним із найбільш перспективних напрямів для вкладення інвестицій, що обумовлює також необхідність дослідження теоретичних аспектів функціонування роздрібних торговельних мереж. У цьому контексті вважаємо за доцільне конкретизувати поняття „роздрібна торговельна мережа“

Воно має в сучасній науковій літературі неоднозначне трактування. Більшість дослідників в якості визначального критерію, який ідентифікує роздрібну торговельну мережу, вважають наявність спільного управління всіма підприємствами, що формують мережу. Разом із тим, наявність єдиного управління відображає лише одну – організаційну сторону, що характеризує роздрібну мережу. По суті, організаційна структура – вторинна ознака, що обумовлена потребами вирішення економічних завдань. Виникнення мережевих операторів на споживчому ринку пов'язане з процесами концентрації торгового підприємства та необхідністю в умовах значного посилення конкурентної боротьби знизити витрати на ведення бізнесу, а також підвищити конкурентоспроможність. Тому при визначенні поняття „мережа“ має бути присутньою й економічна складова. На наш погляд, під роздрібною торговельною мережею слід розуміти об'єднання під єдиним управлінням підприємств торгівлі з метою зниження витрат на ведення бізнесу та підвищення конкурентоспроможності за рахунок нових можливостей та економічних зв'язків, що виникають при створенні мережевих структур.

Таким чином, з одного боку роздрібна торговельна мережева структура є об'єднанням об'єктів торгівлі, що здійснюють торговельну діяльність роздрібною типу під однією торговельною маркою, мають єдиний центр управління, спільну корпоративну стратегію, власний розподільчий склад, з якого здійснюється товаропостачання об'єктів торгівлі

об'єднання, а з іншого – вона виступає формою концентрації торговельного підприємництва.

Варто зазначити, що мережева форма торгівлі є чинником стимулювання виробництва, його диверсифікації, зростання робочих місць, прискорення оборотності торговельного капіталу, скорочення торговельних витрат, зростання надходжень до бюджету, зниження цін на товари тощо.

Висновки. Отже, еволюція мережевих форм бізнесу нерозривно пов'язана з розвитком інформаційного суспільства та становленням нового типу економіки – мережевої економіки, що характеризується розмаїттям трактувань з боку наукової спільноти. Поширення глобалізаційних процесів, які проявляються у відсутності кордонів, розширенні кола комунікаційних можливостей між виробниками та клієнтами тощо, сприяє оптимізації бізнес-процесів, що, у свою чергу, генерує слушні умови для розвитку різноманітних мережевих форм бізнесу у сфері міжнародної торгівлі. Зважаючи на те, що особливого поширення такі структури набувають саме у роздрібній торгівлі, перспективним та доцільним буде подальше дослідження умов та особливостей функціонування роздрібних торговельних мереж світового масштабу.

Список літератури / References

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура [Електронний ресурс]. / Кастельс М. – Режим доступа: <http://polbu.ru/kastels_informepoch/ch00_all.html>.
2. Kastels, M. *Informatsionnaya epokha: ekonomika, obshchestvo i kultura* [Informational Epoch: Economy, Society and Culture], available at: <http://polbu.ru/kastels_informepoch/ch00_all.html>
3. Паринов С.И. К теории сетевой экономики / С.И. Паринов. – Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2002. – 168 с.
4. Parinov, S.I. (2002), *K teorii setevoy ekonomiki* [To the Theory of Network Economy], IEOPP SO RAN, Novosibirsk, Russia, 168 p.
5. Status Report on European Telework: Telework 1997, European Commission Report, 1997, available at: <<http://www.eto.org.uk/twork/tw97eto>>.
6. Вайбер Р. Эмпирические законы сетевой экономики / Вайбер Р. // Проблемы теории и практики управления. – 2003. – №3. – С. 82–88.
7. Weiber, R. (2003), “Empirical laws of network economy”, *Problemy teorii i praktiki upravleniya*, no.3, pp. 82–88.
8. Бугорский В.Н. Сетевая экономика: учеб. пособие / В.Н. Бугорский – М.: Финансы и статистика, 2008. – 256 с.
9. Bugorskiy, V.N. (2008), *Setevaya ekonomika* [Network Economy], Tutorial, Finance and Statistics, Moscow, Russia, 256 p.
10. Kelly, K. (1997), *New Rules for the New Economy* // WIRED, available at: <<http://www.wired.com/wired/5.09/newrules.html>>.
11. ЮНКТАД, Доклад о мировых инвестициях, 2011 год [Електронний ресурс]. – Режим доступа:

<http://www.un.org/ru/development/surveys/docs/investments2011.pdf>.

UNCTAD, World investment report 2011, available at: <<http://www.un.org/ru/development/surveys/docs/investments2011.pdf>>.

8. Dunning, J.H. (2000), The eclectic paradigm of international production: A personal perspective. In: Pitelis C.N., Sugden R. (eds.). *The Nature of the Transnational Firm*. 2nd ed. Routledge: London, pp. 45–69.

9. Дзядук Т.В. Мережева економіка та суперечності її прояву в умовах глобалізації / Дзядук Т.В. // *Інвестиції: практика та досвід*. – 2010. – №16. – С. 51–54.

Dziaduk, T.V. (2010), “Network economy and controversy of its display in conditions of globalization”, *Investytsii: praktyka ta dosvid*, no.16, pp. 51–54.

10. Мировой сектор розничной торговли в 2011 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://deloitte.com/consumerbusiness/>.

Global powers of retailing 2011, available at: <<http://deloitte.com/consumerbusiness/>>.

Цель. Исследование генезиса концепции „сетевая экономика и теорий развития транснациональных корпораций“ на основе разных методологических подходов; определение теоретических основ анализа сетевых структур и особенностей формирования торговых сетей в условиях глобализации; выявление основных тенденций развития мирового сектора розничной торговли на базе исследований международных организаций; раскрытие понятия „розничная торговая сеть“.

Методика. С целью исследования существующих подходов к анализу сетевых структур и сущности транснационализации бизнеса в сфере международной торговли был использован метод анализа и синтеза. Для анализа организационных форм сетевого бизнеса использован метод сочетания логического и исторического; метод системного обобщения позволил определить ключевые тенденции развития мирового розничного торгового рынка.

Результат. Определено, что в связи со становлением глобально-информационной экономики формируется сетевая экономика, которая связана не только с развитием информационных технологий, но и сетевых форм бизнеса. Значительное распространение сетевые структуры приобретают среди транснациональных корпораций в сфере международной торговли, особенно в ее розничном секторе. Мировая розничная торговля характеризуется повышенным интересом со стороны международных операторов и в ближайшее время останется одним из наиболее перспективных направлений для вложения инвестиций.

Значимость и практическое применение. Данный материал будет полезным для тех, кто изучает особенности функционирования транснациональных корпораций в сфере международной торговли, в частности ее розничном секторе, интересуется мотивами выхода этих компаний на международные рынки и исследует формы организации сетевых структур в современных условиях.

Ключевые слова: *сетевая экономика, информационное общество, сетевые формы, глобализация, транснациональные корпорации, розничная торговля*

Purpose. To investigate the genesis of the network economy concept and theories of transnational corporations development on the basis of different methodological approach; to define theoretical base of analysis of network structures and peculiarities of their forming under globalization conditions; to reveal the main trends of the world retail trade development using the international organizations research.

Methodology. The method of analysis and synthesis was used in order to investigate the actual approach to analysis of network structures and the essence of transnationalization of business in the field of international trade. A method of combination of logical and historical was used for the analysis of organizational forms of network business. A method of system generalization allowed us to define the key trends of the world retail market development.

Findings. It was defined, that the network economy was formed in the process of settling of the global and informational economy. The network economy is related not only to the development of information technologies, but also to the network business forms. Network structures are widespread among transnational corporations in the field of international trade, especially in its retail sector. The world retail trade can be described by an increased interest from international operators and in the nearest years it will remain one of the most perspective trends for investing.

Value and practical implementation. The article will be of interest to researches of transnational corporations in the field of international trade, especially in its retail sector and also to those, who study the reasons of expansion of these companies into the international markets and investigate the forms of network structures' organization in current conditions.

Keywords: *network economy, informational society, network forms, globalization, transnational corporations, retail trade*

Рекомендовано до публікації докт. екон. наук В.В. Юхименком. Дата надходження рукопису 02.04.12.