

Олена Михайлівна ПАЛИВОДА

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту сфери послуг,
Київський національний університет технологій та дизайну
E-mail: Palyvoda_olena@ukr.net

**ФЕНОМЕН МЕРЕЖЕВОЇ СТРУКТУРИ ПІДПРИЄМСТВ:
ІСТОРИЧНІ ТА ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ**

Паливода, О. М. Феномен мережевої структури підприємств: історичні та економічні передумови [Текст] / Олена Михайлівна Паливода // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол. : В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2014. – Том 17. – № 2. – С. 89-94. – ISSN 1993-0259.

Анотація

Вступ. В умовах ринкової нестабільності, що спричинена різними обставинами, особливої ваги набуває здатність економічних агентів підтримувати конкурентоспроможність свого бізнесу на основі гнучкості організаційної структури. Зазначене завдання найоптимальніше вирішується в межах мережеских структур, що набули значного поширення у світовій економіці. Саме тому поглиблене дослідження передумов виникнення та успішного функціонування феномену мережі є необхідним для розуміння сутності, специфіки та головних перспектив економічного розвитку.

Мета. Мета статті полягає в аналізі економічних, інституційних, суспільно-історичних закономірностей, що спричинили появу феномену міжорганізаційних мереж підприємств, а також в узагальненні та класифікації їх основних причин для адекватного розуміння сутності, меж, напрямів можливих змін та умов оптимального функціонування.

Метод (Методологія). Дослідження економічних причин формування та успішного функціонування мережеских структур підприємств відбувалося із використанням методів наукового узагальнення, екстраполяції, класифікації, історичного та логічного аналізу фактичних даних господарської практики вітчизняних та зарубіжних бізнес-структур.

Результати. Узагальнено основні економічні та інституційні причини, що зумовлюють переваги мережеских структур. Проаналізовано специфіку впливу на формування останніх таких основних мотивів, як можливість використання комплементарних ресурсів для створення більш насиченої вартості для споживачів; зменшення всіх видів витрат виробництва, насамперед транзакційних; розподіл ризику та зменшення невизначеності; розширення можливостей у навчанні, обміні інформацією, знаннями та технологіями; зниження обмеженої раціональності та опортунізму фірм. Запропоновано класифікаційний поділ закономірностей появи мережеских структур на економічні та суспільно-історичні, розкрито сутність та механізм їх впливу на досліджуваний об'єкт.

Ключові слова: мережева структура; міжорганізаційна кооперація; організаційна структура; класифікація причин появи мереж підприємств.

Olena Mykhailivna PALYVODA

PhD in Economics, Associate Professor
Department of Management of Services Sector
Kyiv National University of Technologies and Design
E-mail: Palyvoda_olena@ukr.net

**PHENOMENON OF NETWORK STRUCTURE OF COMPANIES:
HISTORICAL AND ECONOMIC BACKGROUNDS**

Abstract

Introduction. In the conditions of market instability which is caused by various circumstances, special importance is given to the ability of economic agents to maintain the competitiveness of the business through flexible organizational structure. The above mentioned problem is solved within the optimum network structures, which

© Олена Михайлівна Паливода, 2014

have received considerable spread in the world. Therefore, depth study of the prerequisites of successful performance of network phenomenon is essential to understanding the nature, specificity and major prospects for economic development.

Purpose. Aim of this article is to analyze the economic, institutional, social and historical factors that led to the emergence of the phenomenon of inter-enterprise networks, as well as the compilation and classification of the main reasons for an adequate understanding of the nature, limits, and areas of possible changes in conditions of optimum functioning.

Method (methodology). The methods of scientific analysis, extrapolation, classification, historical and logical analysis of evidence of economic practice of domestic and foreign businesses are used to determine the reasons of economic development and successful performance of network structures of enterprise.

Results. The main economic and institutional reasons are generalized. They contribute to the benefits of network structures. The specifics of influence on the formation of network structures is analyzed using such main motives as the use of complementary resources to create a more saturated value for customers; reduction of all types of production costs, especially transaction; allocation of risk and reduce uncertainty; empowerment in education, exchange of information, knowledge and technologies; decrease bounded rationality and opportunism firms. The classification division of patterns of emergence of network structures in economic and socio-historic ones is proposed. The essence and mechanism of their influence on the object under study is revealed.

Keywords: network structure; interorganizational cooperation; organizational structure; classification of causes of enterprise networks.

JEL classification: D85, L14, L22

Вступ

Починаючи з середини ХХ ст., світова економіка зазнала різноспрямованих глобальних змін, що зробили можливим і необхідним розвиток феномену міжфірмової мережі підприємств. Головною ознакою мережевої організації підприємств є формування всебічних, регулярно відтворюваних, формальних та неформальних зв'язків між підприємствами, що ґрунтуються на спільному використанні специфічних ресурсів в інтересах реалізації обопільно вигідної стратегії, а також на основі нових форм кооперації, зокрема аутсорсингу, франчайзингу, ліцензування, довгострокових угод про співпрацю у сфері інновацій, маркетингу, дистриб'юції тощо.

Отже, мережева структура підприємств як об'єкт наукових досліджень з'явилася порівняно недавно. Огляд наукової літератури, присвяченої дослідженню причин формування міжфірмових мереж, показав, що більшість дослідників ототожнює їх, насамперед, з перевагами, що властиві мережам. «Деякі переваги виступають в якості причин активного утворення мереж у сучасній економіці» – вважає, зокрема, М. Ю. Шерешева [1]. На її погляд, усі причини формування мереж можуть бути зведені до двох великих груп: ті, що фокусуються на потенціалі коопераційних зв'язків по створенню вартості, і ті, що розглядають формування мереж як спосіб досягнення економії витрат. Сама М. Ю. Шерешева схильна вважати, що обидва зазначені підходи до встановлення причин утворення міжфірмових мереж доцільно інтегрувати в єдину парадигму на основі неінституціональної теорії [1,2].

Р. Г. Пожидаєв серед спонукальних причин створення мереж взаємодії підприємств називає такі: зниження витрат (економічних, комунікаційних, трансакційних); розширення можливостей у навчанні, обміні інформацією та знаннями; розподіл ризику та зменшення невизначеності; зниження обмеженої раціональності та опортунізму фірм; використання більш досконалих координаційних механізмів влади порівняно з класичним ринком і класичною ієрархічною структурою [3].

Р. Уоллес серед причин вступу у стратегічні альянси називає можливість розширення бізнесу за рахунок спільної з партнером розробки нової продукції для наявних та нових споживачів, а також продажу товарів новим споживачам, яких фірма отримує завдяки проникненню на ринки партнера. «Об'єднання двох організацій породжує синергію і скорочує як терміни розробки нового товару, так і цикл продажів; крім того, воно відкриває перед компаніями можливість експансії на ринку» [4, с. 55].

Мета та завдання статті

Практика показує, що мережева організація підприємств є економічно доцільною у сучасному ринковому середовищі, оскільки сприяє посиленню конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів за рахунок генерування синергії від взаємодії та створення додаткових ринкових переваг. У зазначених обставинах виглядає доцільним та необхідним поглиблене вивчення закономірностей виникнення феномену мережевої структури підприємств, оскільки без їх усвідомлення неможливо охарактеризувати сутність цього явища та прогнозувати логіку його еволюції. Отже, мета нашого дослідження полягає в аналізі економічних, інституційних та суспільно-історичних закономірностей, що спричинили появу феномену міжорганізаційних мереж підприємств. Для досягнення визначеної мети було вирішено такі

завдання: узагальнено та класифіковано основні причини формування мережевих структур; проаналізовано механізм їх впливу на досліджуваний об'єкт для адекватного розуміння сутності, меж, напрямів можливих змін та умов оптимального функціонування мережевих структур.

Виклад основного матеріалу дослідження

Вивчення практики міжорганізаційної мережевої взаємодії підприємств засвідчує, що однією з головних причин її появи є необхідність формування більш адекватної сучасним потребам системи створення споживчої цінності. Варто зазначити, що за останні десятиліття відбулися фундаментальні зміни у способі формування споживчої вартості. Р. Норманн і Р. Рамірес вважають, що сучасна споживча цінність стала більш «насиченою». Вони розуміють «насиченість» як міру кількості інформації, знань та інших ресурсів, якими економічний суб'єкт має володіти в певний момент часу, щоб створити власну вартість [5]. Технологічні зміни зумовили появу таких товарів, які втілюють у собі ознаки як матеріальних продуктів, так і послуг. Це призвело до того, що окрема компанія зараз рідко спроможна створити споживчу цінність повністю автономно. Сучасна система створення споживчої цінності є результатом складної сукупності економічних операцій та узгоджень між постачальниками, споживачами, менеджерами, та спеціалістами і утворюється не лише в послідовних ланцюгах, а і в складних мережах економічних відносин. Таким чином, систему створення споживчої цінності у міжфірмових мережах можна розглядати як набір конкретних видів діяльності, яку здійснюють учасники, спираючись на ресурси, що їм належать, навички, знання та здібності, у тому числі – й щодо оновлення та розвитку. Створення мережевих форм взаємодії дало можливість на основі використання комплементарних ресурсів партнерів досягати стратегічних цілей, які є недосяжними для окремих учасників, і забезпечити економічне зростання.

Реалізувати нову модель створення споживчої вартості неможливо без формування стійких та ефективних каналів комунікацій між фірмами для безперервного обміну інформацією, знаннями та досвідом. Практика засвідчує, що такий обмін між фірмами оптимально реалізується насамперед у мережевих структурах, що зумовлює їх поширення в підприємницькому середовищі.

Підприємства до розвитку міжорганізаційного співробітництва підштовхує потреба у швидкому навчанні та створенні нового знання. У високотехнологічних галузях, де технічні знання часто мають прихований характер, втілюючись, наприклад, у різних ноу-хау, у фірм виникає гостра потреба у пошуку партнерів, які б могли їх доповнювати технологічно. «У сферах, де знання є розсіяним, інновації залежать від об'єднаних зусиль різних типів організацій» [6]. Мережі стимулюють вчитися у партнерів, оскільки вони створюють комплексні канали комунікацій і інформація, яка через них передається, є більш відкритою та різноманітною. У мережах виникає більше можливостей для експериментування порівняно з ієрархічними структурами, де потік інформації є обмеженим і у співробітників не існує стимулів до креативності. «Передача інформації вгору і вниз у ієрархічній структурі чи купівля інформації на ринку передбачають лише її обробку. Потік інформації тут багато в чому знаходиться під контролем, і породження нових смислів чи нового знання не відбувається. Мережі ж, навпаки, забезпечують контекст, у якому можна навчатися протягом виконання роботи» [6, с. 78]. За даними дослідницького центру MERIT, у Нідерландах більше чверті всіх міжфірмових угод про співробітництво передбачають спільне проведення наукових досліджень [6]. Обмін досвідом, доступ до різноманітних інформаційних джерел та спільне створення нових знань для багатьох фірм, особливо тих, що працюють у високотехнологічних галузях, є пріоритетним порівняно з можливостями економії на трансакціях, скороченням часу розробки тощо.

Важливою спонукальною причиною мережевої кооперації фірм справедливо вважається створення додаткових можливостей для економії всіх видів витрат. Особлива увага науковців звернена на дослідження можливостей зменшення насамперед трансакційних витрат. До останніх належать витрати на отримання інформації про ціни, проведення переговорів та укладання контрактів на кожну трансакцію обміну [7]. «Фірма буде розширюватися доти, поки витрати на організацію одної додаткової трансакції всередині фірми не зрівняються з витратами на здійснення тієї ж трансакції через обмін на відкритому ринку або з витратами на організацію її через іншу фірму» [7, с. 41]. Розроблений Р. Коузом підхід виявився плідним і при його застосуванні щодо таких інноваційних організаційних структур, як мережі. Практика формування коопераційних мереж показує, що сьогодні певні ресурси, види діяльності чи бізнес-процеси, які раніше розглядалися як внутрішні, не знаходяться більше під повним контролем організації, і навпаки, ті ресурси і види діяльності, які раніше вважалися зовнішніми, наприклад компетенції та стандарти діяльності партнерів, підлягають впливу і контролю організації [8].

У 1988 р. Дж. Джарілло, досліджуючи економічні умови, за яких доцільним є утворення міжфірмової мережі, дійшов висновку, що важливим є порівняння таких змінних, як внутрішні витрати здійснення певного виду діяльності (IC), ціна певного виду діяльності при здійсненні його зовнішнім постачальником (EP), ринкові трансакційні витрати (TCM). Необхідною, але недостатньою умовою для формування мережі є ситуація, за якої $EP < IC$. Достатньою ж умовою буде, якщо $TCM + EP > IC$. Але при

цьому Дж. Джарілло зазначає, що ця ситуація буде спонукати фірму до вертикальної інтеграції. Лише за умови, коли вона скоротить мережеві транзакційні витрати (ТСп) таким чином, що буде справджуватися нерівність $ТСп + EP < IC$, ці стимули зникнуть.

Зменшення транзакційних витрат фірм при їх коопераційній взаємодії у вигляді мереж відбувається за рахунок формування особливих відносин між учасниками, які будуються на тривалій взаємодії, довірі та виробленні особливих механізмів координації спільної діяльності з постачальниками, споживачами, що сприяє скороченню термінів постачань, запобігає втратам у логістичних ланцюгах, а також перешкоджає опортуністичній поведінці. Проте мережева взаємодія втрачає свої переваги, якщо створена додаткова вартість менша за витрати, які виникають у мережі для забезпечення її керованості та контрольованості. Зростання цих витрат особливо ймовірне на початкових етапах формування мережі і, як правило, зменшується у довгостроковому періоді. Проте така тенденція може сприяти зниженню конкурентоспроможності організацій, які входять у мережу, та сприяти розвитку опортуністичних настроїв. Таким чином, доцільно аналізувати вплив зазначених чинників при прийнятті рішення щодо вибору з альтернатив: мережа, ієрархія, вільний ринок.

Підсумовуючи зазначене вище щодо можливостей зниження транзакційних витрат фірм, об'єднаних у міжфірмову мережу, можна стверджувати, що основними джерелами їх економії є:

- здійснення транзакцій з обмеженим колом учасників ринку, які добре відомі та надійні;
- побудова швидких та регулярних каналів комунікацій;
- зменшення необхідності постійного пошуку інформації щодо нових постачальників та споживачів;
- зменшення кількості та частоти переговорів та укладання контрактів.

Поява мережевих структур спричинена також пошуком ефективних шляхів зниження невизначеності у підприємницькому середовищі, що зумовлена обмеженою раціональністю економічних суб'єктів. Зазначена економічна категорія з'явилася в теорії як намагання приведення до відповідності теоретичних припущень з реальними економічними процесами у пізнанні економічних явищ. Неокласична економічна теорія, яка тривалий час була основою для більшості наукових досліджень, виходила з пізнавальної передумови про те, що всі господарські суб'єкти у своїй діяльності намагаються максимізувати економічну вигоду, приймаючи рішення, які базуються на порівнянні всіх альтернативних варіантів та доступності необхідної інформації. Проте на практиці майже ніколи не спостерігалось такої господарської поведінки.

Обмежена раціональність – це така форма раціональності, яка передбачає, що суб'єкти в економіці намагаються діяти раціонально, але в дійсності володіють цією властивістю лише обмежено. Прагнення до раціональності означає орієнтацію на заощадливе використання обмежених ресурсів, а визнання обмеженості пізнавальних здібностей слугує стимулом до дослідження інститутів [9]. Такими інститутами, які зменшують невизначеність та дають змогу діяти суб'єктам найефективніше в умовах обмеженої раціональності, є контракти. Дослідники зазначають, що укладання контрактів хоча й зменшує невизначеність, проте не ліквідує її повністю. А тому важливим залишається питання про те, до яких організаційних форм мають вдаватися суб'єкти, щоб з найбільшою користю для себе використати свої обмежені пізнавальні здібності і поточні транзакції були захищені від ризику опортуністичної поведінки? «Всі складні контракти неповні, тому будуть спостерігатися такі способи контрактації, які підтримують адаптивний, послідовний процес прийняття рішень, «обіцянки» не підкріплені надійними зобов'язаннями піддаватимуть сторони ризику, тому торговий обмін буде підкріплюватися забезпеченням гарантій ринкового та неринкового характеру» [7, с. 140]

Таким чином, очевидним напрямом розв'язання зазначеної проблеми є спрощення та здешевлення діяльності, яка пов'язана з прийняттям рішень щодо всіх видів транзакцій. Мережева форма функціонування сучасних підприємств у певних межах вирішує це завдання, оскільки завдяки довготерміновому характеру відносин у мережах між учасниками формуються певні норми і правила поведінки, що засновані на довірі, які спонукають рахуватися з інтересами інших і для залагодження конфліктних ситуацій не звертатися до «третьої» сторони, що сприяє стабільності структури та зменшує стимули до опортунізму учасників. Крім того, міцна взаємодія між партнерами забезпечує більш високий рівень інформаційної прозорості, що зменшує раціональну обмеженість суб'єктів.

Узагальнення причин економічного та інституційного характеру, що призвели до створення мережевих форм взаємодії підприємств, наведено на рис. 1.

✓	Можливість використання комплементарних ресурсів для створення вартості, що більшою мірою задовольняє потреби споживачів
✓	Зменшення всіх видів витрат виробництва, насамперед трансакційних
✓	Збільшення виробництва за рахунок розширення збутової мережі
✓	Розподіл ризику та зменшення невизначеності
✓	Розширення можливостей у навчанні, обміні інформацією, знаннями та технологіями
✓	Можливість спільного фінансування інноваційних проектів
✓	Зниження обмеженої раціональності та опортунізму фірм

Рис. 1. Причини появи та поширення феномену мережевої взаємодії підприємств

Переваги функціонування, які виникають у міжфірмових мережах, безумовно створюють спонукальні мотиви до інтеграції різних підприємств, проте вони не пояснюють, чому міжфірмова кооперація у вигляді мереж стала можливою саме з кінця 80-х років XX ст. Виникає питання, чому перелічені вище переваги не могли бути реалізовані фірмами в попередній період? Однак очевидним є й те, що безпосередніми причинами утворення мереж, які ми можемо спостерігати на практиці, є насамперед ті економічні переваги, котрі вони забезпечують.

Для уникнення гносеологічних суперечностей при вивченні закономірностей появи та поширення мережевих форм взаємодії, доцільно, крім економічних причин, що зумовлені перевагами досліджуваних структур, виділяти ще й суспільно-історичні. До останніх варто зарахувати перетворення, які відбулися у суспільному виробництві протягом другої половини XX століття.

На наш погляд, суспільно-історичними причинами широкого розповсюдження міжфірмових мереж були такі фундаментальні зміни, як:

- криза масового виробництва, що виявилася через кризу перевиробництва та спричинене нею падіння норми прибутку;
- монополізація окремих ринків і загострення конкуренції на інших;
- пошук нових ринків збуту та нових джерел зменшення всіх видів витрат, що призвів до глобалізації економічних відносин;
- масове розповсюдження інформаційно-телекомунікаційних технологій;
- перехід до задоволення індивідуалізованого попиту.

Пошук способів виживання в описаних вище економічних умовах і породив феномен мережевих структур, які виявилися найбільш адекватними для забезпечення розвитку.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Таким чином, проведене дослідження дає можливість стверджувати, що поява мережевих організаційних форм не є випадковістю. Розвиток цього феномену обумовлений логікою суспільно-історичного та економічного розвитку і є ефективним способом ринкової адаптації підприємств до динамічного підприємницького середовища. Ізоморфізм мережевих структур пояснює їх стійкість та ефективність у сучасній економіці. Досліджувана організаційна форма в результаті одночасного впливу стихійних та керованих процесів стала комплексною відповіддю на цілий перелік економічних, технологічних, інституційних, соціальних викликів. Складність та багатогранність феномену мережевої структури, на якій наголошують більшість науковців, пояснюється, насамперед, різноманітністю причин та мотивів, що зумовили його появу. Подальше їх вивчення зробить наше розуміння сутності мережевих структур підприємств більш глибоким та адекватним реальній економічній практиці.

Список літератури

1. Шерешева, М. Ю. *Форми мережевого взаємодіяння компаній: курс лекцій [Текст] / М. Ю. Шерешева. – М. : НИУ Высшая школа экономики, 2010. – 339 с.*
2. Шерешева, М. Ю. *Межфирменные сети [Текст] / М. Ю. Шерешева. – М. : ТЕИС, 2006.*

-
3. Пожидаев, Р. Г. Стратегии интеграции: от вертикально интегрированных компаний к межфирменным сетям [Текст] / Р. Г. Пожидаев // Вестник ВГУ. Серия : Экономика и управление 2010. –№1 С. 93-102
 4. Уоллес, Р. Л. Стратегические альянсы в бизнесе. Технологии построения долгосрочных партнерских отношений и создания совместных предприятий [Текст] / Р. Л. Уоллес; пер. с англ. Малкова И. – М. : Добрая книга, 2005. – 288 с.
 5. Построение цепочки создания стоимости [Текст]: Пер. с англ. – 2-е изд. – М. : ООО «Юнайтед Пресс», 2009. – 261с. – (Серия «Классика Harvard Business Review»).
 6. Пауэлл, У. Сети и хозяйственная жизнь [Электронный ресурс] / У. Пауэлл, Смит-ДорЛорель Экономическая социология. – 2003. – Том 4. – № 3. – Режим доступа: www.ecsoc.msses.ru.
 7. Природа фирмы [Текст] / Под ред. О. И. Уильямсона, С. Дж. Уинтера; Пер. с англ. М. Я. Каждана. – М. : Дело, 2001. – 360 с.
 8. Пожидаев, Р. Г. Стратегическое управление межфирменными сетями: концепции и направления исследований [Текст] / Р. Г. Пожидаев//Вестник ВГУ. Серия: экономика и управление. 2012. – №1. – С. 120-129.
 9. Уильямсон, О. И. Поведенческие предпосылки современного экономического анализа [Текст] /Оливер И. Уильямсон. –Thesis, 1993вып. 3.
 10. Williamson, O. *The Economics of Organization: The Transaction Cost Approach* [Text] / O. Williamson // *American Journal of Sociology*. – 1981. – Vol. 87

References

1. Sheresheva, M. Y. (2010). *Forms networking companies: lectures*. Moscow: Higher School of Economic.
2. Sheresheva, M. Y. (2006). *Intercompany network*. Moscow: TEIS.
3. Pozhidaev, R. G. (2010). *Integration Strategy: from vertically integrated companies to inter-firm networks*. *Bulletin of VSU. Series: Economics and Management, Time, 1*, 93-102.
4. Wallace, R. L. (2005). *Strategic alliances in business. Technology to build long-term partnerships and joint ventures*. Moscow: Good Book.
5. *Construction of the value chain: translated from English*. (2009). Moscow: United Press (Series: Classics Harvard Business Review).
6. Powell, W., Laurel. (2003). *Smith-DorNetworks and economic life*. *Economic Sociology*, 4 (3). Retrieved October, 15, 2014, from : www.ecsoc.msses.ru.
7. *Nature of the Firm*. (2001). Moscow: Business.
8. Pozhidaev R. G. (2012). *Stewardship intercompany networks: concepts and research directions*. *Bulletin of VSU. Series: Economics and ManagementTime, 1*, 120-129.
9. Williamson, O. I. (1993). *Behavioral background of modern economic analysis*. Thesis. 3.
10. Williamson, O. (1981). *The Economics of Organization: The Transaction Cost Approach*. *American Journal of Sociology*, 87.

Стаття надійшла до редакції 21.09.2014 р.