

СЕКЦІЯ 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Горняк О. В.

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри економіки та підприємництва

Лу Цзюньвей

студент економіко-правового факультету

*Одеський національний університет імені І. І. Мечникова
м. Одеса, Україна*

ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТОК СУЧАСНОЇ ТЕОРІЇ МЕРЕЖ

Сучасна теорія мереж в економічному контексті сформувалася в рамках нової інституціональної економічної теорії, в центрі досліджень якої знаходиться фірма. В своїй роботі «Природа фірми» Р. Коуз заклав основи формування нової парадигми дослідження фірми не як неділимої одиниці, що є елементом дій ринкових механізмів, а як організації зі складною внутрішньою структурою та індивідуальними рисами, якими визначається їх місце в галузі, їх конкурентні позиції на ринку, мотиви до співробітництва з іншими фірмами тощо. В результаті фірма і ринок трактуються як альтернативні механізми управління економічними процесами, а критерієм вибору між ними є величина трансакційних витрат [1]. В межах даного напрямку працював також О.Е. Вільямсон, який розробив механізми порівняння економічної ефективності різних організаційних форм, ввівши в аналіз такі передумови як обмежена раціональність економічних агентів, специфічність активів, наявність «провалів» ринку, опортуністичність поведінки економічних агентів [2].

В процесі досліджень виявилось, що дихотомія «фірма-ринок» не може пояснити цілу низку форм, які існують в реальній економіці, але не є фірмою чи ринком. Міжфірмові відносини, які досягають високого рівня і стають новими організаційними утвореннями, потребували відповідних досліджень. Тому увага дослідників созередується на контрактних взаємодіях [2; 3]. Використання контрактного підходу як методологічного принципу аналізу економічної організації стало базою для аналізу як фірми, так і інших форм організації господарської діяльності в сучасних умовах. О.Е. Вільямсон вводить також поняття координуючих структур, визначаючи їх як інституціональні способи організації трансакцій [4, р. 234], а також виділяє

ринковий, ієрархічний і проміжний спосіб організації. Такий поділ може бути використаний для розуміння мережі як механізму координації.

Починаючи з 70-х років XX ст., в міжринкових взаємодіях елементи стихійності почали змінюватися довгостроковими коопераційними зв'язками, які забезпечували учасникам можливості для стратегічного планування своєї діяльності. Тому Г. Річардсон пише про те, що у світовій економіці існує щільна мережа, у якій фірми взаємодіють між собою [5, р. 883] і що міжфірмові взаємодії можна визначити як «складні і взаємопов'язані між собою кластери, групи, альянси, в яких кооперація представлена повно і формалізовано [5, р. 887].

Розвиток мережевих структур спричинили загострення конкуренції, її глобалізацію, ускладнення виробничої та комерційної діяльності компаній, невизначеність зовнішнього середовища їх діяльності, зростання ролі інформації як провідного ресурсу і значення фактору часу, урізноманітнення продуктів та послуг з одночасним скороченням життєвого циклу і зростанням інновацій. Особливу роль при цьому відіграли технологічні інновації [6, с. 31]. В результаті мережеві взаємодії стали провідною формою координації і розвитку поруч з фірмою та ринком.

Мережева структура як нова організаційна форма була обґрунтована Р. Майзлом та Ч. Сноу. Вони вважали, що між фірмові мережі є новим етапом у еволюції організаційних структур і вибудовували такий ланцюжок: лінійна - функціональна - дивізійна - матрична - мережева. При цьому головною особливістю останньої є те, що вона виникає на глобальних турбулентних ринках, а механізмом її функціонування є агрегування фірмою-брокером тимчасових структур, в яких відбувається обмін інформацією на основі координації довіри [7]. Мережеві структури відрізняються також використанням колективних активів економічними агентами, що функціонують на різних стадіях ланцюжка створення цінності. Управління ресурсами в мережах будується на ринкових засадах, а учасники мережі відрізняються активною поведінкою щодо підвищення якості продуктів та послуг.

Важливим напрямом розвитку теорії мереж є мережевий підхід у маркетингу. В рамках даного підходу досліджується мережева взаємодія компаній з точки зору поведінки організацій. В середині 70-х років XX ст. цей підхід був започаткований групою вчених з Європи, які заснували міжнародне співтовариство IMP Group (Industrial Marketing and Purchasing Group), яке проводить ґрунтовні дослідження міжфірмових взаємодій реальних компаній та їх об'єднань. Результатом цих досліджень стало обґрунтування необхідності переходу від традиційного маркетингу до

побудови клієнтоорієнтованої управлінської моделі, в якій на перший план виходить маркетинг взаємовідносин [8].

Названі підходи взаємно доповняють один одного. Якщо в основі економіко-теоретичного підходу знаходиться порівняльна ефективність різних способів координації, в т. ч. і мережевого, їх конкурентні переваги, то у маркетинговому (управлінському) - детальний опис феномену мережевої організації з точки зору процесів, структур, меж, правил управління, що постійно змінюються. Слід підкреслити, що дослідження мережевих взаємодій Компаній є тією сферою, де міждисциплінарні підходи повинні переважати. Якраз на їх основі можна створити сучасну мережеву концепцію, сучасну теорію мереж, в рамках якої сформується відповідний категоріальний апарат, класифікації та базові передумови, що надають можливість проводити науково обґрунтовані емпіричні дослідження і визначати практичні рекомендації.

Література:

1. Коуз Р. Природа фирмы. В кн. Природа фирмы. М. Дело. 2001. С. 33-52.
2. Вільямсон О.Е. Економічні інституції капіталізму. Фірма, Маркетинг, укладання контрактів. К. АртЕК. 2001. 458 с.
3. Алчиан А., Демсец Т. Производство, информационные издержки и экономическая организация. В кн. Вехи экономической мысли. Т. 2. Теория фирмы. СПб Экономическая школа. 1999 С. 135-159.
4. Williamson O.E. Transaction - Cost Economics: The Governance of Contractual Relations. Journal of Law and Economics. 1979. Vol. 22. N 2.
5. Richardson G.B. The Organization of Industry. Economic Journal. 1972. Vol. 82. September.
6. Шерешева М.Ю. Формы сетевого взаимодействия компаний. Курс лекций. М. Издат. дом ГУВШЭ. 2010. 339 с.
7. Miles R.E., Snow C.C. Network Organization: New Concept for New Forms. California Management Review. 1986. Vol. 28. N 3.
8. Горняк О.В., Прокоф'єв О.А. Формування мережевої концепції у контексті сучасних теорій організації. В кн.: Інноваційна економіка: теоретичні та практичні аспекти. Міжуніверситетська колективна монографія. Вип. 3. За ред. О.М. Коваленко, Є.І. Масленнікова. Херсон. ОЛДІ-ПЛЮС. 2018. С. 599-609.