

## РОЗДІЛ 43

# ФОРМУВАННЯ МЕРЕЖЕВОЇ КОНЦЕПЦІЇ У КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ ТЕОРІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ

*д.е.н., професор,  
завідувач кафедри економіки та підприємництва,  
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова  
Горняк О.В.*

*аспірант,  
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова  
Прокоф'єв О.А.*

Сучасна теорія організації, яка дуже динамічно розвивається, представляє собою сукупність різних концепцій, шкіл, підходів. До них відносяться, перш за все, теорії організаційної поведінки (organizational behavior) і теорії галузевої організації (industrial organization). Дані теорії трактують організацію як цілісну систему. Але цілісність і засоби її досягнення кожна концепція трактує по-своєму.

На нашу думку особливу увагу слід звернути на теорії організаційної поведінки. Поведінка – результат дій та взаємодій членів організацій між собою, а також організації з третіми особами. Серед різноманітних концепцій і підходів особливе значення мають такі як:

Теорія соціальних мереж

Організаційна екологія

Нова індустріальна економічна теорія

Теорія соціальних мереж (social network) – досліджує різні форми взаємодії між суб'єктами (окремими людьми та організаціями), виходячи з типології зв'язків, їх стійкості та впливу на поведінку даних суб'єктів. Дана теорія почала формуватись ще у 50-60 – і роки 20 ст. Її засновниками були соціологи і соціопсихологи, теорії та дослід-

ження яких були зорієнтовані на вивчення ролі людських взаємодій у тих чи інших організаціях та структурах.

Концептуальні засади теорії мереживого аналізу були обґрунтовані Джейкобом Морено, який ще в 1934р. опублікував книгу «Хто виживе? Основи соціометрії, групова терапія і соціодрама». Він запропонував не лише використання мережі в груповій психотерапії, але й ввів в оборот термін «соціограма» і розробив концепцію соціометрії [1]. Соціограма передбачає впорядкованість членів групи у просторі, кожен в ньому займав певну позицію, а вибори дій як позитивні, так і негативні позначалися стрілками. Даний підхід покладений в основу теорії графів при вивченні соціальних мереж.

В подальшому Алекс Бейвлас та Харольд Левітт запропонували трактувати мережу як сукупність позицій, а не індивідів, і їхня модель відносин між позиціями, яку вони отримали в ході експериментів, представляла собою основу або тип структури [2 і 3]. Зв'язки між позиціями – це потоки ресурсів. Сучасна трактовка соціальної мережі запропонована Дж. Мітчеллом [4].

Соціальна мережа – специфічна чисельність зв'язків між агентами всередині певної групи. Вона визначає соціальну поведінку учасників даної групи. Це означає, що вивчення будь-якої соціальної мережі передбачає виявлення її структури і зв'язків між учасниками, які спираються на вироблені ними норми і правила, а також процесів, що відбуваються в межах даної структури. В теорії соціальних мереж взаємодія і поведінка учасників у мережі визначається структурою і зв'язками.

М. Грановеттер визначає соціальну мережу як сукупність трьох складових: сукупність позицій, зв'язки (відносини) та потоки ресурсів. Крім того, важливу роль він відводить соціальному капіталу, який визначає як сукупність відносин і активів, розміщених у даній мережі. Дане визначення знаходиться в руслі теорії П. Будре, який вперше визначив дане поняття і провів його аналіз. Його визначення: соціальний капітал – це агрегація дійсних чи потенційних ресурсів, які включені у постійні мережеві чи більш-менш інституціоналізовані зв'язки взаємних зобов'язань або визнань. Мережі поділяються на міжособові та міжорганізаційні. Перші вивчаються соціологією та психологією, другі – економікою [5].

Врахування характеристик соціальних мереж при вивченні економічної діяльності було підтримано багатьма економістами різних напрямів. Міждисциплінарна теорія соціальних мереж розроблена С. Берновіцев, С. Вассерманом, Л. Фріменом, Д. Ноулом та багатьма іншими дослідниками.

Організаційна екологія (організаційна демографія, популяційна екологія) є теорією, яка також вивчає мережеву взаємодію. Вона виникла в 70-х роках 20 ст. як відповідь на теорію організаційної динаміки, але головну роль у розвитку організацій відводила менеджерам та їх стратегічним рішенням. Більш широку основу екологічного підходу складає еволюційна теорія, яка підкреслює історично зумовлений характер змін та розвитку.

Започаткувала даний напрям досліджень стаття М. Хеннана і Дж. Фрімена «Популяційна екологія організацій» [6], у якій організаційна екологія визначається як наука про динаміку організаційних співтовариств, яка досліджує конкурентне організаційне середовище і процеси, зв'язані з виникненням і ліквідацією фірм, з природним відбором на рівні організацій. Представники даної теорії використовують термінологію біології і проводять аналогію між процесами, що відбуваються в організаціях і в природі. При цьому акцентується увага на тому, що різноманітність організаційних форм, як у природі, так і в процесі ринкової конкуренції.

Однієї оптимальної організаційної форми не може бути, оскільки в різних умовах оптимальними будуть різні форми, тобто оптимізуючою силою є середовище. Пануючим є принцип колективної раціональності, який визначає індивідуальну раціональність. Стратегію фірм визначає не її менеджмент, а зовнішні чинники, швидкість і характер змін.

Даний підхід передбачає перенесення досліджень з рівня окремих організацій на рівень їх сукупності, популяцій. В популяції організації відносно схожі по типу і сприйняттю змін у середовищі, в якому вони функціонують. Розвиток окремої організації є інтерактивним і залежить від того, як пристосовуються до змін інші організації даних суміжних популяцій. Такий підхід вивчає не лише великі організації, але й сукупність малих і середніх підприємств.

Представники організаційної екології провели численні емпіричні дослідження, в результаті яких були виявлені різні форми взаємодії

організацій, в т.ч. і мережеві форми. Організаційна екологія розвивала ідею про те, що кожна популяція фірм на ринку займає свою нішу, яка визначається комбінацією ресурсів різного рівня, в якій та чи інша може відтворюватись завдяки конкурентним перевагам популяцій у порівнянні з іншими популяціями. У зв'язку з цим у сфері досліджень з'являються проблеми конкуренції між популяціями і співтовариствами популяцій (альянс проти альянсу).

Теоретики організаційної екології ввели в науковий оборот поняття структурної інтеграції. Вона притаманна більшості організацій і визначається фіксованим набором дій (по анатомії з генотипом у живій природі) і характеристиками, що вмонтовані в них з моменту історії їх виникнення. Структурна інерція формується під впливом внутрішніх та зовнішніх чинників. Внутрішні – це інвестиції у специфічні активи та навички, обмежені можливості збору і обробки даних, внутрішньо організаційний розподіл ресурсів, встановлені в організації норми. Зовнішні чинники проявляються в діях адміністративних і фінансових бар'єрів входу на ринок і виходу з нього, тиск з боку інших організацій, що мають схожу структуру, проблеми легітимізації організаційних форм [7].

В сучасній економічній теорії даний підхід можна розглядати як один із проявів залежності від попереднього розвитку, де різноманітність траєкторії розвитку в майбутньому залежить від того стану, в якому знаходиться організація на попередніх, більш ранніх етапах свого розвитку. В даному контексті організаційна екологія тісно переплітається з інституціональним підходом.

Нова інституціональна економічна теорія – напрям економічної теорії, який вивчає вплив інститутів та їх взаємодії на економіку і суспільство в цілому. Початок розвитку даного напрямку було покладено Р. Коузом у статті «Природа фірми» [8]. В ній загальноприйнятий погляд на фірму як неділиму одиницю був відкинтий. Обґрунтовувалось, що фірми (організації) є економічними агентами, що мають складну внутрішню структуру та індивідуальні риси, а не є елементом ринкового механізму, як трактували фірму неокласики. Специфіка внутрішньої побудови та індивідуальність визначають позицію фірми в галузі, наявність конкурентних переваг, в галузі, наявність конкурентних переваг, ринкової влади, мотивів до співробітництва з іншими фірмами.

Р. Коуз вважав, що фірма і ринок – альтернативні механізми управління господарською діяльністю, критерієм відбору між ними є величина трансакційних витрат. В теорії трансакційних витрат фірма забезпечує економію витрат на пошук інформації, специфікацію прав власності, укладання контрактів та контролю за їх виконанням.

В подальшому роботи О.Е. Вільямсона відіграли визначальну роль у розвитку даної теорії. Спираючись на ідею обмеженої раціональності, обгрунтовану Г. Саймоном, О.Е. Вільямсон висунув сукупність передумов, таких як специфічність активів, опортуністична поведінка, наявність «провалів» ринку, які викликані опортунізмом економічних агентів, що переслідують свої власні інтереси. Це дозволило провести порівняльний аналіз економічної ефективності різних організаційних форм [9].

Представники нової інституційної економічної теорії, таким чином, зосередили свої дослідження на аналізі фірм як суб'єктів економічної активності, на визначенні чинників, які забезпечують переваги організації господарської діяльності шляхом внутрішньо фірмових операцій порівняно з їх організацією через ринкові угоди. Але досить швидко виявилось, що в дихотомію «фірма-ринок» вписуються не всі явища сучасної реальної економіки. Виявлену проблему першими почали вирішувати в межах інституціонального підходу А. Алгіан, Х. Демсець, О.Е. Вільямсон, які акцентували увагу на аналізі контрактних взаємодій, на їх структуризації як всередині фірми, так і між фірмами. Залежно від тривалості координації дій економічних агентів укладаються різні типи контрактів – класичний, неокласичний та відносницький.

Використання контрактного підходу як методологічного принципу аналізу економічної організації є важливим кроком для аналізу як фірми, так і інших форм організації господарської діяльності, в тому числі і стійких форм кооперації економічних агентів, яка не завжди передбачає використання грошових зобов'язань, а використовує такі механізми як розкриття інформації, відкрите обговорення проблем, приватний порядок вирішення конфліктних ситуацій. Таким чином, контрактні відносини – більш широке поняття, ніж сукупність укладених угод в межах ринку чи фірми. У зв'язку з цим О.Е. Вільямсон ввів поняття координуючих структур і визначив їх як інституціональні

способи організацій трансакцій, виділивши ринковий, ієрархічний і проміжний способи організацій. Кожну трансакцію характеризують три виміри – невизначеність, частота здійснення і ступінь специфічності інвестицій і активів, які впливають на вибір адекватного типу контракту класичного, неокласичного чи відносницькою. Залежно від їх співвідношення координуючі структури поділяються на три класи (групи):

Ринкова координація здійснення класичних контрактів

Трьохстороння координація неокласичних контрактів

Відносницька контракція, яка представлена двох-сторонньою координацією через обов'язкові контракти, тобто перехід до координації трансакцій всередині організації.

Такий поділ можна покласти в основу розуміння мережі як механізму координації. При цьому є два підходи в розумінні координуючих структур. Перший представлений в роботах О.Е. Вільямсона, який вважає, що ринок та ієрархія – це дві головні альтернативні координуючі структури, а інші – це гібрид ринку та ієрархії, змішані форми, що визначаються деякою проміжною ступінню взаємозалежності їх учасників. Змішана модель розглядається на прикладі парних відносин франчайзингу і спільних підприємств. Другий підхід розроблявся В. Тамбовцевим та іншими вченими, які вважають, що існують такі самостійні механізми координації як ринок, ієрархія і мережа, кожен з яких однозначно характеризується набором критеріїв – тип базового контракту, характеристики предметів обміну, тип механізму спонукання до виконання контрактів, доступність контракцій, рівень захищеності прав власності на предмети обміну, спосіб координації дій по розподілу і визначенню напрямків використання ресурсів, стимули до ефективного використання ресурсів, інтенсивність регулювання взаємодій.

О.Е. Вільямсон вважає, що альтернативні структури управління відрізняються використанням інструментів стимулювання і контролю, а також здатністю до адаптації. В 30-х роках 20 ст. Ч. Бернард писав про проблему адаптації як про головну, центральну проблему економічної організації. Він трактував її як кооперативну адаптацію свідомого цілеспрямованого типу, що стало поворотним пунктом в розвитку теорії організацій. Ф. Хайер віддавав перевагу спонтанній адаптації через ринкові механізми.

Г. Річардсон розробив ресурсний підхід [10] до аналізу фірми і вважав, що при виборі між ринком і фірмою вирішальним є потенційні здібності здійснювати ті чи інші види діяльності з максимальним прибутком. Він виділяє два стандартні способи координації господарської діяльності – ієрархічний та стихійний – і доповнює їх третім, який заснований на кооперативних взаємодіях фірм. На відміну від О.Е. Вільямсона, який трактує спосіб координації як змішану, гібридну структуру, Г. Річардсон виділяє її як особливий, окремий механізм координації.

Теорія мереж бере свої витоки з теорії соціальних мереж, теорії органічної екології та нової інституціональної економічної теорії. Існує ще один блок теорій, які необхідно враховувати при вивченні міжорганізаційних мереж. Це – теорії стратегічного управління, які представляють собою сукупність різних концепцій і шкіл, які досліджують природу і механізми формування конкурентних переваг організацій, що забезпечують їм привласнення економічних вигод, до яких не мають доступу конкуренти. Міжорганізаційні мережі також створюють такі конкурентні переваги за рахунок механізмів координації. За останні десятиліття сформувалася мережева концепція стратегічного управління, яку поруч з концепціями стратегії як революції Г. Хамела та К. Прахалада [11], «підривних технологій» К. Крістенсена [12] і динамічних здібностей Д. Тіса, Г. Пізано та Е. Шусна [13], слід визнати одним із головних напрямків сучасної парадигми теорії стратегічного менеджменту.

Названі концепції базуються на концепціях та методології, закладених на початку 60-х років 20 ст. А. Чандлером, К. Ендрюсом та І. Ансоффом [14; 15; 16]. А. Чандлер обґрунтував стратегію як встановлення головних довгострокових цілей і задач підприємства, розробку програми дій і розподілу ресурсів для їх досягнення, К. Ендрюс висунув ідею про те, що економічна стратегія – це встановлення відповідності між характеристиками фірми (її сильними і слабкими сторонами) та ринковими можливостями, завдяки чому вона успішно адаптується до зовнішнього середовища І. Ансофф створив школу планування, яка хоч і не витримала перевірку часом, але теоретичні постулати якої стали фундаментом сучасної теорії стратегії фірми.

В контексті даної навчальної дисципліни слід розглядати сучасний етап розвитку теорії стратегічного управління і мережеву концепцію стратегічного управління. Мережі підприємств не є новим феноменом. Економічна історія вивчає такі явища 18 ст. як купець-координатор і навіть більш раннього періоду – Ганзейський союз міст тощо. Важливе значення має також аналіз внутрішньо-фірмових мережевих структур, які свідчать про децентралізацію великих компаній. Формами цих структур є створення центрів прибутку в багатонаціональних та транснаціональних компаніях, використання матричних структур, у яких організація робіт підрозділів будується по проектному принципу.

Починаючи з 70-х років 20 ст., розвиток мережевих структур визначається загостренням конкуренції на галузевих ринках і її переміщення на глобальний рівень, ускладнення виробничої та комерційний рівень, ускладнення виробничої та комерційної діяльності компаній, високий рівень невизначеності їх зовнішнього середовища, зростання ролі інформації як важливого ресурсу, підвищення значення фактору часу, зростання кількості товару і послуг при одночасному скороченні їх життєвих циклів і зростанні темпів інновацій. Разом з технологічними змінами це суттєво вплинуло на співвідношення рівнів трансакційних витрат, які формуються в процесі реалізації різних форм координації, і відродило мережевий спосіб взаємодії економічних агентів. Його обґрунтування в нових умовах було здійснено в багатьох працях таких відомих економістів як К. Імаї, Х. Ітамі, Р. Майлз, Г. Тореллі, Ч. Сноу, які розкрили закономірності розвитку і основні характеристики мережевих міжфірмових структур у контексті бізнес-стратегій. У березні 1986р. журнал «BusinessWeek» був присвячений «пустотілій кооперації» (hollowcorporation) [17].

В результаті інтерес до проблематики мереж різко зростає. Відтоді кількість робіт по мережах різко зросла, тематики і підходи дуже різноманітні, тому Р. Осборн і Дж. Хачедорн запропонували згрупувати їх по групах: роботи з економічної теорії, роботи з корпоративних стратегій і роботи з міжорганізаційних відносин. У сучасних умовах така класифікація є дещо застарілою, оскільки названі напрями вже тісно переплетені між собою, тому більш актуальною є класифікація В. Катънало, який усю наукову літературу з проблем мереж пропонує

поділити на такі напрями: неекономічні трактовки мереж, мережева структура як нова організаційна форма і мережевий підхід у маркетингу. Неекономічні трактовки мереж були розглянуті в першому питанні лекції (соціологія, антропологія, психологія про мереживі взаємодії). Розглянемо два останніх підходи.

Мережева структура як нова організаційна форма

Даний підхід започаткували Р. Майлз та Ч. Сноу [18], які трактували мережеві структури на початку 90-х років 20ст. як стратегічне організаційне рішення. Міжфірмові мережі вони вважали новим етапом у розвитку організаційних структур управління, які починалися з лінійної, функціональної, лінійно-функціональної, а потім продовжили свій розвиток у дивізійній та матричній і завершуються новим етапом і новою організаційною структурою – мережевою. Її головною особливістю, на думку Р. Майлза та Ч. Сноу, є те, що місце їх виникнення – глобальні турбулентні ринки, а механізм функціонування – агрегування фірмою – брокером тимчасових структур, які передбачають обмін інформацією між учасниками на основі довіри та координації. Важливою відмінністю мережевих структур є також використання колективних активів економічних агентів, які розташовані на різних стадіях ланцюжка створення цінності, в той час як в традиційній схемі всі активи зосереджуються в межах однієї організації або ексклюзивного контракту.

Мережевий підхід у маркетингу почала розвивати в 70-х роках 20 ст. група вчених Європи, які заснували міжнародне товариство IMP Group (IndustriasMarketingandPurchasingGroup), що до тепер продовжує відігравати провідну роль у дослідженні мережевих взаємодій. IMP розвиває ідею про роль взаємовідносин у поясненні поведінки організацій. Першим їх дослідженням було дослідження взаємовідносин у промислових ланцюжках поставок у Європі. В подальшому були досліджені природа міжфірмових відносин і відносин у мережах компаній. Дослідники IMP головну увагу зосередили не на операційних складових маркетингу, а на побудові клієнтоорієнтованої управлінської моделі, що започаткувало нову дослідницьку платформу – маркетинг взаємовідносин. Дана концепція передбачає вивчення і обґрунтування стратегій управління постачальниками внутрішньофірмового маркетингу; різноманітних відносин у каналах дистрибуції, безпосередніх

форм і методів комунікацій з кінцевим споживачем на всіх ринках, а не лише споживацьких.

Слід мати на увазі, що, не дивлячись на відмінності підходів до дослідження мереж, вони не протистоять один одному, а взаємно доповнюють один одного і взаємопроникають і збагачують. Вивчення мережевої взаємодії компаній – це сфера міждисциплінарного характеру досліджень, який передбачає обмін ідеями та взаємне збагачення різних дослідницьких програм і платформ.

### **Література**

1. Moreno G.L. Sociometry, Experimental Method and Science of Society. N.Y.: Beacon Science, 1951.
2. Bavelas A. A Mathematical Model for Group Structures // Applied Anthropology. 1948. No. 7(3).
3. Leavitt H.J. Some Effects of Certain Communication Patterns on Group Performance // Journal of Abnormal and Social Psychology. 1951. Vol. 46. No. 1.
4. Mitchell J.C. The Concept and Use of Social Networks // Social Networks in Urban Situation / ed. by Bisevain and Mitchell, 1949.
5. Granovetter M. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness // American Journal of Sociology. 1985. Vol. 91. No. 3.
6. Hannan M., Freeman J. The Population Ecology of Organizations // American Journal of Sociology. 1977. Vol. 82. No. 5.
7. Stinchcombe A.L. Social Structure and Organizations / (ed.) J. March. Handbook of Organizations: Chicago, IL: Rand McNally, 1965. P. 142-193.
8. Коу Р. Природа фирмы. Вехи экономической мысли, Т. 2. Теория фирмы. Санкт-Петербург. Экономическая школа. 1999. – С. 11-32.
9. Вілямсон О.Е. Економічні інституції капіталізму, фірми, маркетинг, укладання контрактів. Київ. АртЕк. 2001.
10. Richardson G.B. The Organization of Industry // Economic Journal. 1972. Vol. 82. September.
11. Hamel G. Strategy as Revolution. Harvard Business Review, 74 (4): 69-82; Hamel G. Leading the Revolution. Plume: N.Y., 2002; Хамел Г., Прахлад К.К. Конкурируя за будущее. М.: Олимп-Бизнес, 2002.
12. Кристенсен К.М. Динамика инноватора. Как из-за новых технологий погибают сильные компании. М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.

13. Teece D.J., Pisano G. Shuen A. Dynamic Capabilities and Strategic Management // Strategic Management Journal. 1997. Vol. 18. No. 7. P. 509-533.
14. Chandler A.D. Strategy and Structure. Cambridge, MA, 1962.
15. Andrews K.R. The Concept of Corporate Strategy. Homewood, IL, 1972.
16. Ansoff I. Corporate Strategy: An Analytical Approach to Business Policy for Growth and Expansion. N.Y., 1965.
17. Шерешева М.Ю. Формы организации сетевого взаимодействия компаний. Москва. Издат. дом Госуд. ун-та ВШЭ. 2010.
18. Miles R.F., Snow C.C., Network Organizations: New Concepts for New Forms // California Management Review. 1986. Vol. 28. No. 3.