

Горняк О. В.
*доктор економічних наук, професор,
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова
м. Одеса, Україна*

ІНСТИТУЦІЙНА ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ЩОДО МЕЖ СУЧАСНОЇ ФІРМИ

Дилема купувати необхідні товари і послуги у субпідрядників, чи виробляти їх самостійно постійно вирішується фірмою. Теоретичне пояснення і обґрунтування способів вирішення даної дилеми надали в свій час Р. Коуз та О.Е. Вільямсон [1; 2]. Крім того, важливу роль відіграла також теорія некомплектних контрактів, для якої визначення меж фірми має важливе значення, оскільки вона досліджує відносини клієнтів і постачальників, вертикальну інтеграцію і зміни у системі спонукання [3]. Дані напрями дослідження пояснювали межі фірми, саме її існування недоліками ринку та ефективністю вертикальної інтеграції. Подальші дослідження, перш за все Г. Річардсона засвідчували, що дихотомію ринок-фірма слід доповнити такою категорією як міжфірмова кооперація, яка відображає процеси, що відбуваються у практиці господарювання [4].

Традиційна фірма, що побудована на відносинах субпідрядництва, межі якої знову визначає ринок, поступово трансформується у фірму-мережу, поява якої знову ставить питання щодо меж сучасної фірми. Йдеться про те, як їх

визначити, враховуючи зосередження діяльності фірми на головних компетенціях і модифікацію відносин з постачальниками, а також зміну взаємозв'язку фірми та ринку. Г. Річардсон пояснює розподіл між ринком, фірмою та міжфірмовою кооперацією за допомогою виділення однорідних та комплементарних видів діяльності. Однорідні базуються на однакових компетенціях, які трактуються як сукупність знань, умінь, кваліфікації та досвіду. Комплементарні пов'язані з різними фазами процесу виробництва і передбачають різноманітність компетенцій, тому їх необхідно координувати. І якраз стосовно комплементарних видів діяльності вирішується дилема: виробляти самостійно, чи залучати підрядників. Існує два варіанти вирішення даної дилеми. Як вважає Г. Річардсон, якщо комплементарні види діяльності розрізненні і далекі один від другого, використовується ринок, якщо ж вони близькі, фірми використовують міжфірмову кооперацію.

Розвиток між фірмової кооперації забезпечив перехід до такої організаційної форми як фірма-мережа. Якщо традиційна фірма базувалася на інтеграції і диверсифікації, то фірма-мережа передбачає структурну екстерналізацію, яка пов'язана з визначенням специфічних компетенцій і фінансовою логікою економії капіталів і рентабілізації, що призводить до зміни меж фірми. Реалізація фінансової логіки передбачає використання таких засобів як злиття, придбання і екстерналізацію.

При екстерналізації фірма має можливість розпорошити свої ризики, переклавши їх частину на клієнтів. Це стосується ризиків надвитрат, які виникають у зв'язку з переінвестуванням, а також ризиків недовиробництва, що з'являються при недоінвестуванні тих чи інших видів діяльності. Але при цьому екстерналізація забезпечує певні вигоди клієнтів за рахунок економії масштабу, що пояснюється розширенням клієнтської бази, і за рахунок використання більш дешевих ресурсів, оскільки, екстерналізуючись, фірма досягає більших розмірів і має доступ до ринку ресурсів інших країн. Екстерналізація забезпечує фірмі можливість використання переваг міжфірмової кооперації, оскільки концентрація на головних компетенціях дозволяє найбільш ефективно використовувати ресурси, знижувати витрати, підвищувати якість і конкурентні переваги. При цьому екстерналізуються також ті види діяльності, які є комплементарними по відношенню до головного. В зв'язку з цим принципово змінюється модель міжфірмової кооперації.

Якщо в умовах традиційної моделі фірми фординського типу міжфірмова кооперація зводилася до вертикальної інтеграції, у якій постачальники були своєрідними амортизаторами кон'юнктурних коливань, то у фірмі-мережі їх контроль кардинально змінюється, і міжфірмова кооперація отримує нові умови розвитку. Фірма-мережа через укладання контрактів об'єднує юридично незалежні, вертикально інтегровані фірми, координацію діяльності яких здійснює головна фірма [5, с. 23]. При цьому координація здійснюється за такими напрямками: координація організаційної інтеграції, координація логістичної інтеграції, координація якості, координація спонукання.

Координація організаційної інтеграції забезпечується технологічною компліментарністю, спільною продуктовою концепцією, практикою аналізу вартості, спільними трудовими ресурсами, спільними науково-дослідними розробками.

Координація логістичної інтеграції базується на нових інформаційних технологіях, створенні спільних базових компетенцій. Це формує умови для майже миттєвих змін та модифікацій, які відбуваються з досить низькими витратами і забезпечують очікуваний ефект. Координація якості у фірмі-мережі забезпечується взаємною зацікавленістю її учасників у відповідності продукту специфічним потребам клієнта, оскільки у традиційній фірмі механізм координації якості відбувався через контроль, який дорого обходився клієнтам, стосувався, перш за все, продукту, а не технології і не відповідав сучасним логістичним технологіям. У фірмі-мережі вимоги до якості описуються відповідними документами і відповідають національним стандартам якості. Така сертифікація забезпечує доступність інформації, підвищує гнучкість і знижує витрати координації, що надає можливість клієнтам працювати з сертифікованим постачальником без попереднього досвіду роботи з ним.

Координація спонукання забезпечує фірмі-мережі специфічні інвестиції і високу ефективність, але за умови відсутності опортуністичної поведінки учасників. Зниження опортуністичної поведінки, перш за все, у довгостроковому періоді забезпечується встановленням терміну контракту так, щоб була можливість амортизувати вартість обладнання. Зазвичай, віддається перевага одному чи двом постачальникам, які поставляють обладнання на протязі здійснення проекту (певна модель автомобіля, літака, будівництво підприємства тощо). Таким чином забезпечується захист специфічних активів. При переході до іншого проекту починають діяти механізми конкуренції. Впевненість у виконанні контракту фірм-учасниць мережі базується, перш за все, на специфічності активів, оскільки заміна партнерів за таких умов є високозатратною, а прояви опортунізму можуть зашкодити репутації в той час як економія на міжфірмових трансакціях забезпечить додаткові доходи.

Фірма-мережа як нова організаційна форма змінює підходи до визначення меж фірми. В теорії трансакційних витрат виділяють три типи інституційних структур: ринок, гібридна форма і ієрархія. Гібридна форма базується на специфічності активів. При цьому вона в даній теорії трактується як форма, що базується на запозиченні рис ринку і ієрархії, і тому є нечіткою і залежною від специфічного інституційного утворення. Межі фірми-мережі визначається концентрацією обмінних потоків інформацією, специфічними активами, розмірами учасників. Важливу роль відіграє також економічна влада, яка може належати базовій фірмі або бути розпорошеною між фірмами-учасницями. Фірми-мережі мають динамічну природу, яка пояснюється процесами екстерналізації видів діяльності, передачі відповідальності фірмам, які знаходяться на початкових стадіях виробництва. В результаті цих змін фірми-учасниці мереж стають взаємозалежними, і межі фірми визначають більш чітко, контрактами і компетенціями.

Подальші дослідження фірми-мережі стосуються її природи, організаційних форм та пояснення економічних реалій. Досліджуючи природу фірми-мережі, слід особливу увагу приділити її трактовці як системі компетенцій, які повинні відповідати таким умовам: цінність, рідкісність, неповторюваність, довгостроковість, незамінність, привласнюваність. Ефективність фірми-мережі як нової організаційної форми підтверджується практикою її діяльності, але вона не може повністю замінити такі інститути як ринок та інтегрована фірма (ієрархія), які теж мають свої переваги і продовжують успішно функціонувати в економічному просторі. Тому проблема визначення меж фірми залишається відкритою.

Аналіз емпіричних даних здійснюється в основному за допомогою інструментів контрактних теорій, які надають можливість дослідити відносини роботодавця і найманого працівника, клієнта і постачальника в рамках агентських відносин. Даний підхід може бути доповнений методами теорії компетенцій. Оскільки в основі базових характеристик сучасної фірми знаходиться людський капітал, то компетенції її працівників пояснюють її конкурентні переваги і визначають її стратегію розвитку. У зв'язку з цим забезпечення мотивації і поведінки працівників повинно вибудовуватися таким чином, щоб реалізувати їх автономію, ефективно комбінуючи її, і спонукати до продуктивної праці за рахунок певних умов індивідуальних винагород, безвідносно до посад, що обіймають працівники.

Таким чином, формування фірми-мережі як нової організаційної форми, що виникає в результаті об'єктивних процесів розвитку сучасного виробництва, по-новому ставить і вирішує проблему меж фірми. Межі фірми розмиваються, процеси всередині фірми атомізуються, але при цьому специфічність інвестицій та активів, компетентностей, особливості економічної влади забезпечують сталість меж фірми, конфігурації яких постійно змінюються.

Література:

1. Коуз Р. Природа фирмы / Р.Коуз. – В кн.: Природа фирмы / Под ред.. О.И. Уильянсона и С. Дж. Уинтера. – М.: Дело, 2001. – С. 33-52.
2. Вільямсон О.Е. Економічні інституції капіталізму. Фірма, маркетинг, укладання контрактів / О.Е. Вільямсон. – К.: АртЕк, 2001. – 458 с.
3. Фуруботн Э.Г. Институты и экономическая теория. Достижения новой институциональной теории / Э.Г. Фуруботн, Р. Рихтер. – СПб.: Изд. дом. СПб. Гос. ун-та, 2005. – 702 с.
4. Richardson G. The organization of Idustri / G. Richardson// The Economic journal. – 1972. – Vol. 82.
5. Горняк О.В. Закономірності розвитку підприємств в умовах невизначеності економічного середовища: монографія / О. В. Горняк, Н.В. Бичкова, І.А. Ломачинська та ін., за заг. ред. О. В. Горняк. – Одеса: ОНУ, 2015 – 216 с.