

А.М. Разумная

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ СЕТЕВОГО ПОДХОДА К ИЗУЧЕНИЮ МЕЖФИРМЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ

В статье рассматривается такой феномен современного рынка, как межфирменные сетевые бизнес структуры, а также рассмотрены теоретические предпосылки формирования сетевого подхода к изучению межфирменных отношений. В рамках исследований, посвященных изучению сетевых бизнес образований, можно выделить множество различных направлений: роль социальных связей при поиске работы, мобилизация коллективного действия и передачи информации, властные отношения в сетевых структурах, распадение вертикально интегрированных фирм на сложные сетевые соглашения, роль доверия и контрактных отношений в сетевых структурах и других. Кроме того, понятие сетевых бизнес отношений включает в себя как внутри-, так и межфирменные отношения. В данной статье мы анализируем ключевые направления теорий фирмы с целью выявления тех моментов, которые способствовали развитию сетевого подхода к исследованию межфирменных организационных отношений.

Ключевые слова: сетевая организация бизнеса, вертикально интегрированные компании, специализация, партнерские отношения.

Key words: network business structures, vertically integrated companies, specialization, partnerships.

Введение

Изучая сетевые межфирменные структуры в бизнесе, исследователи чаще всего обращают внимание на возникновение и развитие данного экономического феномена, формулировку понятий, функционирование таких организационных образований, роль доверия и контрактных отношений при сетевом ведении бизнеса.

В данной статье будут затронуты вопросы, помогающие понять специфику сетевых межфирменных бизнес структур и особенностей их функци-

онирования. Основной целью, которую ставил перед собой автор, является анализ теоретических концепций, послуживших основой формирования сетевого подхода к исследованию межфирменных организационных структур. Известно, что в экономической и социологической литературе существует множество теорий фирмы, однако не все они оказали влияние на развитие сетевого подхода к исследованию межфирменных отношений. Мы рассмотрим те концепции, которые внесли ощутимый вклад в формирование и развитие данного направления исследований, а именно, *теорию транзакционных издержек, теорию агентских отношений, эволюционную теорию экономических изменений и ресурсную теорию фирмы.*

Прежде чем перейти к анализу теоретических концепций, послуживших основой формирования сетевого подхода к исследованию межфирменных отношений, необходимо разобраться в специфике данного явления.

Определение понятия сетевых бизнес структур

Для более точного понимания сетевых межфирменных взаимоотношений остановимся на определении этого явления.

Общепринятого определения сетевой межфирменной организации в литературе не существует. Американские исследователи С. Джонс, В. Хестерли, С. Боргатти в статье «Общая теория сетевого управления. Условия обмена и социальные механизмы», напечатанной в журнале «Академия управления» в № 4 за 1997 г., насчитали 9 их вариаций и вывели собственную версию: «Сетевая модель организации предполагает наличие избранного, устойчивого и структурированного круга автономных фирм (равно как и неприбыльных агентств), вовлеченных в создание товаров и услуг на основе подразумеваемых и бессрочных контрактов, способствующих адаптации к непредвиденным обстоятельствам окружающей среды, а также координации и защите меновых сделок» (Каткало 1999: 31). Причем в данном определении контракты понимаются как налагающие на их участников социальные, а не правовые обязательства.

Х. Хаканссон предлагает понимать под межфирменной сетью «совокупность взаимодействующих фирм, объединяющую набор различных ресурсов и видов деятельности для предоставления разнообразных продуктов (товаров или услуг) определенному сегменту рынка» (Куш, Афанасьева www.ecsocman.edu.ru).

Следует обратить внимание на определение сетевой межфирменной структуры, которое предложил практик в сфере управления и маркетинга, президент холдинга Nokia Йорме Оллиле. Он построил свою организацию именно на тех принципах, которые раскрываются в данном им определении: «Сетевое предприятие — это организация, в основе которой лежит непрерывное взаимное общение всех участников бизнес-процесса. Последний можно условно разделить на администрирование, производство, научные исследования и разработки и маркетинг. При этом важно, что все единицы, входящие в такое предприятие, могут обладать полной юридической и экономической независимостью и самостоятельностью (stand-alones), по сути, являясь совершенно другими компаниями...» (Лисовская 2002: 89–90).

Под сетевой межфирменной структурой бизнеса мы понимаем наличие постоянного, устойчивого круга независимых, самостоятельных фирм (зачастую узкоспециализированных), выполняющих различные функции, необходимые для обеспечения деятельности центральной фирмы на рынке. Центральной называется прежде всего та фирма, которая реализует ключевой для данного исследования бизнес, а следовательно, подвергается специальному изучению. Ее задачей становится определение тех видов деятельности, которые она будет выполнять самостоятельно, и тех, которые ей выгоднее делегировать другим участникам сети. Одна компания (особенно это касается крупных организаций) может являться участником нескольких сетей одновременно.

Специфика сетевых межфирменных отношений

При построении новых сетевых организационных межфирменных структур акцент делается на формировании «демократических, самоуправляемых команд, участники которых объединены общими идеями и целями» (Маслов 2006). В свою очередь, сами эти команды «объединяются в подвижные эволюционирующие структуры, <...> формирующие нечто вроде соединительной ткани, которая представляет собой неформальные, взаимодействующие между собой центры самоуправления, демократического принятия решений и сотрудничества» (Клок, Голдсмит 2004: 185). Таким образом, формируется сеть взаимодействующих между собой фирм, помогающая установлению «стратегического партнерства, которое не ограничивается решением узко направленных задач, существует в контексте разделяемых ценностей и ориентировано на исполнение задач команды и достижение согласованных общими усилиями целей» (Там же).

В рамках сетевого подхода к межфирменным взаимодействиям компании можно рассматривать как живой организм, то есть как живое существо, имеющее тонкую внутреннюю организацию, благодаря чему основа устройства остается скрытой от глаз (Там же: 189). Так же, как и организм, сеть сообществ состоит из небольших, не связанных между собой систем, которые стыкуются друг с другом как элементы более сложной системы, где для координации совместной внутренней работы используется комплексная обратная связь. Организация только тогда начинает полноценно функционировать, когда позволяет каждой своей части установить неограниченные коммуникации со всеми прочими частями, поощряя не статичность, отстраненность и стабильность, а динамизм, точную направленность и развитие взаимодействия.

Основным положением сетевого подхода к межфирменным организационным отношениям является понимание фирмы не как отдельной самостоятельной единицы, а как партнера в системе взаимодействующих между собой компаний, объединенных для реализации новых возможностей на рынке. При данном подходе считается, что фирма работает «в контексте и в паутине связей с внешними участниками (фирмы, отдельные субъекты)» (Шарма Део 1994: 58) и не может успешно функционировать на рынке без помощи сторонних организаций, включенных в единую сеть.

Основой функционирования сетевых межфирменных бизнес образований являются сложившиеся неформальные отношения и доверие, которые одновременно выступают своего рода неформальным механизмом контроля деятельности сетевого бизнес образования. Но, тем не менее, базой для формирования сетевых структур служат контрактные отношения.

На первом этапе формирования сетей межфирменной сети или в процессе включения нового участника в сеть партнеры зачастую заключают так называемые классические или неоклассические контракты. В процессе работы и взаимодействия между партнерами устанавливаются отношения взаимного доверия, и необходимость в четко оформленных договорах отпадает. Так, организации, которые совместно работают достаточно длительное время и в значительной степени зависят друг от друга, иногда даже в финансовом плане, ограничиваются одним общим договором, который был заключен в начале работы, а все конкретные условия каждой отдельной сделки оговаривают устно. Налаживание стабильных отношений, которые в процессе работы становятся неформальными и дружескими, снижает риск заключения сделок и возможность оппортунистического поведения со стороны партнера, а также являются дополнительным не копируемым конкурентным преимуществом для фирм, включенных в единую сеть. По данным анкетного опроса, проведенного Центром политических технологий по заказу Центра международного частного предпринимательства США (CIRE) (респондентами выступали руководители предприятий из 21 региона России) в ноябре 1997 — январе 1998 гг., функционирование сетей взаимодействующих между собой компаний основано на дополнении и подкреплении контрактных отношений неформальными взаимными услугами. Речь идет о взаимных уступках при заключении контракта и гибких условиях дополнения и соблюдения контракта. Имеются в виду следующие льготы (Радаев 1998: 72):

снижают цену	55 %
не требуют предоплаты	44 %
позволяют задержать оплату	39 %
оказывают дополнительные бесплатные услуги	30%
позволяют отобрать лучшую продукцию и услуги	14%
другие	3%

Постепенно в процессе работы формируется доверие между партнерами и риск взаимодействия существенно снижается. По данным нашего исследования, проведенного в 2007 г. на одном из автомобильных дилерских предприятий Санкт-Петербурга, качество работы каждого нового партнера оценивается «по отзывам» знакомых, «слухам» или по общедоступным рейтингам, публикуемым в прессе и в Интернете. При необходимости найти нового партнера многие респонденты отметили, что в первую очередь обратятся к знакомым за советом. *«В основном в первую очередь начинаешь по знакомым спрашивать, нет ли, кого посоветовать можно, с кем уже работали когда-то. Так надежнее, все-таки уже типа проверенная фирма, что не подведет и все такое».* Важным критерием практически все респонденты называют надежность парт-

нера, которую оценивают по отзывам знакомых: «...*Можно у знакомых спросить, которые уже с ней (фирмой) работали, и не подводила фирма...*».

Именно тогда приходит очередь «отношенческих» контрактов, которые зачастую могут быть условными, без четкого обозначения путей разрешения всех возможных спорных ситуаций, а порой даже могут подписываться уже после заключения сделки. Данное пренебрежение формальностями связано с экономией на транзакционных издержках, поскольку заключение и подписание дополнительных договоров и приложений требует в любом случае временных затрат. Контрактные отношения, являясь базой для формирования межфирменных сетевых структур, не могут быть достаточным фактором для развития сети взаимодействия, для которого необходимым дополнением является наличие неформальных отношений.

Теоретические предпосылки формирования сетевого подхода к изучению межфирменных отношений

В данном разделе мы остановимся на основных положениях теории сетевых межфирменных образований, которые позаимствованы из классических теорий фирмы, таких как теория транзакционных издержек, теория агентских отношений, эволюционная теория экономических изменений и рекурсивная теория фирмы.

Теория транзакционных издержек. Данная теория внесла самый значительный вклад в формирование сетевого подхода к исследованию межфирменных отношений.

Одно из основных положений теории межфирменных сетей говорит о том, что сеть формируется с целью экономии на транзакционных издержках, что является своего рода развитием идей классика транзакционной теории Р. Коуза, по мнению которого основной причиной возникновения фирм является существование рыночных транзакционных издержек, на которых фирма позволяет экономить. По его мнению, в случае возникновения фирмы снижается количество контрактов, которые необходимо заключить, а, следовательно, снижаются и издержки на их заключение: «в пределах фирм сокращаются затраты на ведение поиска, отпадает необходимость частого перезаключения контрактов, деловые связи приобретают устойчивость» (Капелюшников: www.libertarium.ru/libertarium/10623).

По мнению сторонников сетевой концепции, именно с целью снижения транзакционных издержек формируются сетевые отношения между фирмами. С развитием производства и потребления, усложнением рыночных механизмов и усилением конкуренции на рынке экономия на транзакционных издержках способствовала возникновению новых фирменных образований — объединению компаний в сети взаимодействия.

По мнению Р. Коуза, фирма будет расти и расширяться до тех пор, пока издержки управленческой координации ресурсов, требующихся для достижения определенного выпуска, будут меньше издержек по заключению рыночных контрактов. Именно на том этапе, когда увеличение штата сотрудников, открытие новых отделов и обучение специалистов становится неоправданно дорогим по сравнению с заключением договоров и налаживанием се-

тевых отношений со сторонними компаниями, специализирующимися на конкретных маркетинговых операциях, формируются сетевые взаимодействия между организациями. В свою очередь, ускорению этого процесса способствует рост необходимости, в связи с усложняющейся конкурентной ситуацией на рынке, выполнения дополнительных функций, таких как анализ рынка, маркетинговые исследования, реклама, паблик рилейшенз.

Теория транзакционных издержек и теория межфирменных сетей признают существование оппортунистического поведения. Использование самого термина и его понятие в сетевом подходе заимствовано из транзакционной теории фирмы, термин был введен О.И. Уильямсоном. Оппортунистическим поведением считаются любые формы обмана и нарушения взятых на себя обязательств и, по определению Оливера И. Уильямсона, заключается «в преследовании <...> личных интересов с использованием коварства» (Уильямсон 1996: 71).

Одной из важнейших составляющих теории транзакционных издержек, которую признавали все ее представители, является ограниченная рациональность поведения экономических субъектов. Согласно понятию ограниченной рациональности, люди в экономической жизни стремятся поступать обдуманно, т.е. ориентируются на экономное использование ограниченных ресурсов, но, в то же время, их познавательные способности ограничены. Человек не способен предвидеть все возможные варианты развития событий. В случае если между компаниями прежде не было совершено ни одной сделки или о компании нет хороших рекомендаций из надежных источников, риск того, что она может проявить в угоду своим интересам оппортунистическое поведение, увеличивается.

Ни один контракт, заключенный до начала сделки, не может быть совершенным, т.е. невозможно учесть все возможные сложности и спорные ситуации при заключении контракта. Согласно теории несовершенных контрактов О.И. Уильямсона, если бы было возможно создавать совершенные контракты, которые бы оговаривали все возможные условия до начала сделки, то потребность в фирме отпала бы, поскольку данные контракты заменяют фирму. Однако, как пишет О.И. Уильямсон, «такого рода совершенные контракты либо невозможны в принципе, либо запретительно дороги» (Белоусенко www.interdon.net).

Налаживание стабильных отношений, которые зачастую становятся неформальными и дружескими, снижают риск заключения сделок и возможность оппортунистического поведения со стороны партнера. Если на первом этапе работы опасность оппортунизма велика и существует необходимость заключения классических или неоклассических контрактов, постепенно в процессе работы формируется доверие между партнерами и риск взаимодействия существенно снижается. Именно тогда приходит очередь «отношенческих» контрактов, которые зачастую могут быть условными, без четкого обозначения путей разрешения всех возможных спорных ситуаций, а порой даже могут заключаться уже после совершения сделки.

В данном случае мы используем классификацию контрактов, которую предложил О.И. Уильямсоном. Под классическим контрактом понимается

договор, носящий безличный характер. Его отличительной чертой является присутствие заранее четко оговоренных пунктов с зафиксированными на бумаге условиями сделки, которые имеют решающее значение. Все условия максимально четко и узко определены, последствия выполнения или нарушения любого из условий контракта четко известны каждому из участников с самого начала. Неоклассический тип контрактов носит, как правило, долговременный характер и включает описание определенных механизмов для своевременной корректировки условий соглашения, включая привлечение третьего лица для арбитража. При заключении такого контракта условия предоставления услуги оговариваются в самых общих терминах, а детали сделки уточняются непосредственно перед ее совершением в зависимости от конкретных условий. «Отношенческие» контракты возникают в условиях долговременных, сложных, взаимовыгодных отношений между сторонами, которые формируются при продолжительной совместной работе. Решающим фактором при выборе данного типа контракта является обоюдная заинтересованность в продолжении отношений. В отличие от классических контрактов, которым присуща одноразовость, и неоклассических контрактов, которым присуща повторяемость, «отношенческие» контракты подразумевают непрерывность отношений. В данных договорах неформальные условия имеют решающее значение, в то время как формальные пункты достаточно условны.

При существовании налаженных отношений, т. е. сформированной, сплоченной сети, отпадает необходимость перед каждой сделкой собирать информацию о всех фирмах, предоставляющих необходимую услугу на рынке, сравнивать их предложения, а временные затраты на заключение или перезаключение договоров также снижаются или отпадают совсем (в случае, если договор или приложение к договору подписывается одновременно или даже уже после совершения сделки, как достаточно часто бывает в современных условиях рынка). Как отметил один восточногерманский предприниматель, участник исследования, проведенного в рамках международного проекта Рейнско-Вестфальского института экономических исследований совместно с Центром восточноевропейских исследований при Бременском университете, которое было проведено в 2001–2003 гг., договора зачастую оформляются «только для бухгалтерии, они не выполняют никакой специфической функции в собственно бизнесе». Иначе говоря, функция договора с его точки зрения — «выполнение предписаний законодательства в отношении бухгалтерского учета, обоснованных фискальными интересами государства» (Вельтер, Каутонен, Чепуренко, Мальева 2004: 24).

Согласно сетевому подходу к изучению организаций, каждая фирма включена хотя бы в одну, а зачастую в несколько сетей одновременно. При этом между сотрудниками организаций, включенных в сеть, существуют не только деловые, а зачастую и неформальные дружеские отношения. При поиске нового члена сети фирмы в первую очередь обращаются за рекомендацией к уже существующим участникам, тем самым снижая риск оппортунистического поведения со стороны только что привлеченной фирмы.

Здесь также необходимо отметить, что один из представителей теории трансакционных издержек Д. Норт выделяет два вида обмена на рынке — персонифицированный и неперсонифицированный (Норт: www.institutional.boom.ru).

В случае персонифицированного обмена большую роль играют такие факторы, как связи родства, дружбы, наличие существующих деловых отношений, личное отношение между участниками обмена. Все эти факторы снижают риск заключения сделки и необходимость четкого юридического описания прав и обязанностей сторон, поскольку все они создают определенные ограничения для оппортунистического поведения.

В случае неперсонифицированного обмена, по Д. Норту, нет никаких ограничений для того, чтобы стороны просто эгоистично извлекали выгоды от сделки, т. е. в данном случае риски при заключении контракта значительно выше и, соответственно, выше необходимость четкого юридического описания прав и обязанностей сторон.

Д. Норт также считает, что в идеальном для осуществления сделок мире должна существовать совершенная, беспристрастная и требующая минимальных затрат система, которая бы занималась разбирательством споров, оценкой причиненного оппортунистическим поведением ущерба и назначением компенсаций. В реальном мире судебная система требует значительных издержек, и зачастую участники обмена стараются решить споры самостоятельно, обращаясь к судебным инстанциям лишь в самых крайних случаях. Главную роль играет «частный порядок», «т.е. усилия по упорядочению контрактных отношений их участниками» (Уильямсон 1996: 59), «судебный порядок» уходит на второй план.

В изучении сетевых отношений между фирмами не меньшее значение уделяется регулированию спорных вопросов и решению конфликтных ситуаций. Компании, включенные в единую сеть, стараются избежать нарушения обязательств, поскольку это может повлечь существенные проблемы в дальнейшей работе. В случае возникновения конфликта фирмы пытаются найти компромисс и зачастую даже некоторым образом компенсировать убытки, понесенные партнером. Все эти уступки делаются с целью сокращения трансакционных издержек (обращение в суд влечет за собой необходимость значительных моральных, временных и материальных затрат). Сторонники сетевого подхода к исследованию межфирменных отношений добавляют еще одну причину — сложность замены каждого члена сетевого образования. Чтобы избежать обращения в судебные инстанции, фирмы на первом этапе пытаются уладить вопросы на уровне менеджеров, затем на уровне директоров фирм и только в случае невозможности решения спора на всех этих уровнях обращаются в независимые инстанции.

Теория агентских отношений. Существенным и самым принципиальным различием теории агентских отношений и сетевого подхода к исследованию межфирменных взаимодействий является тот факт, что теория агентских отношений акцентирует внимание на взаимоотношениях внутри фирмы, в то время как теория межфирменных сетей рассматривает внешние взаимодействия. Тем не менее, многие черты теории агентских отношений заимствованы и развиты в рамках концепции сетей.

С точки зрения представителей обеих теорий, фирма является сплетением контрактов, связанных с различного рода агентскими издержками. Представители теории агентских отношений считают, что фирма — это просто одна из форм юридической фикции, которая воплощает правовой аспект контрактных отношений. (Jensen, Meckling: <http://papers.ssrn.com>). По их мнению, фирма уравнивает конфликтующие цели разных сторон в рамках контрактных отношений. В ее основе лежат долгосрочные контрактные отношения собственника с наемными работниками, а также поставщиками, потребителями, кредиторами и пр., т. е. со всеми экономическими агентами. Центральной единицей анализа становится контракт, и изучению в первую очередь подвергаются «причины и последствия конфликта между акционерами и менеджерами», а также сравнительная «эффективность различных механизмов управления, спроектированных для его смягчения» (Катькало 1999: 291).

С точки зрения сетевого подхода к исследованию организаций, сеть строится именно на контрактной основе с поставщиками, посредниками и пр. (в данном случае не является принципиально важным, заключены ли эти контракты юридически на бумаге или являются просто устными договоренностями). При этом необходимо изучать не отдельно взятую фирму, а всю сеть, поскольку в противном случае значительная часть информации будет искажена.

Специализация и повышение конкуренции на рынке являются движущим фактором. В теории агентских отношений они вынуждают акционеров нанимать специалиста-управленца (агента), в теории межфирменных сетей — передавать часть своих функций сторонним организациям.

Согласно теории агентских отношений, рост коммерческих предприятий потребовал привлечения значительных объемов финансового капитала, что достигалось за счет привлечения финансовых ресурсов многих экономических агентов. С ростом числа акционеров и, как следствие, снижением доли участия каждого из них в отдельности, сделалось неэффективным и дорогостоящим отслеживание качества управления инвестиционным капиталом в связи с ростом транзакционных издержек. Согласование целевых установок всех акционеров повышало затраты на принятие общих решений. Кроме того, часть поставщиков капитала могли быть пространственно удалены, что делало издержки на принятие решений еще выше. Именно поэтому стало экономически эффективным привлечение профессиональных наемных менеджеров (агентов) для управления капиталом, сформированным из вкладов акционеров.

Еще одним фактором, повлекшим за собой отделение управления от собственности, стало разделение труда и углубление специализации. Усложнение производственных процессов неизбежно влечет за собой необходимость привлечения к управлению специалистов-управленцев.

Согласно мнению сторонников сетевого подхода к исследованию межфирменных отношений, с усилением специализации и ростом конкуренции на рынке появляется необходимость привлечения сторонних фирм для выполнения отдельных функций предприятия (об этом говорилось в статье

выше). При этом привлечение внешних участников и налаживание с ними постоянных взаимодействий для выполнения узкоспециализированной деятельности влечет за собой формирование сетей фирм. С усилением разделения труда в обществе, углублением специализации и обособлением отраслей стали появляться фирмы, специализирующиеся на отдельных функциях маркетинга, поскольку на этом этапе ни одна компания не могла обладать полным объемом умений и квалификации, необходимым для продвижения товаров на рынок в нужное время и с наименьшими денежными затратами (Третьяк 1995: 28). Чем глубже становилась специализация, тем важнее было согласование деятельности фирм в системе существующих рыночных связей. Еще одной причиной возникновения узкоспециализированных фирм, которые и стали основой формирования сетей взаимодействий, является тот факт, что на определенном этапе развития расширение компании за счет организации новых отделов или найма новых сотрудников становится экономически не эффективным. Значительно выгоднее и проще для контроля налаживание постоянных партнерских отношений с фирмой, выполняющей эти функции, и размещение у нее заказов. Особенно это касается случаев, когда потребность в данных услугах является не постоянной, а возникает время от времени.

Эволюционная теория экономических изменений. Теория экономических изменений и сетевая теория межфирменных отношений признают существование и важность рутин для функционирования организаций на рынке.

Представители эволюционной теории экономических изменений вводят понятие организационной рутины, которым обозначаются привычные, предсказуемые, повторяющиеся образцы деятельности фирмы, своего рода стереотипы поведения, на которых основаны организационные способности. Они используют термин «рутины» для обозначения различных характеристик фирм, начиная с четко специализированных технических рутин, используемых для производства, включая процедуры найма на работу или расширения производства продукции, пользующейся высоким спросом; политику, касающуюся инвестиций, исследований и развития; рекламу и бизнес стратегии, касающиеся продуктовой диверсификации. По мнению представителей эволюционной теории экономических изменений, рутины «непознаваемы, но создаются и улучшаются путем повторения практики и потому эти способности фирмы являются результатом ее исторического развития, что делает невозможным простое копирование лучшей практики, даже когда она доступна для наблюдения» (Катяло 2006: 293). Иначе говоря, рутины являются результатом «процесса организационного обучения, в ходе которого накапливается недоступное конкурентам неявное знание, что делает уникальными способности фирмы в использовании ее ресурсов» (Там же: 319).

Вопрос накопления и передачи знаний поднимают также сторонники сетевого подхода к исследованию межфирменных отношений. В отличие от эволюционной теории, сторонники сетевого подхода считают, что фирмы, включенные в единую сеть, способны передавать друг другу практически любые знания, включая ноу-хау. Зачастую взаимодействие, построенное

по сетевому принципу, т.е. основанное на взаимном доверии и взаимной помощи, подкрепленное неформальными, дружескими отношениями, затруднено или даже невозможно в случае сокрытия каких-либо технологических или управленческих секретов. Таким образом, рутины в рассмотрении данного термина с точки зрения эволюционной теории экономических изменений будут только укрепляться в сетевой структуре. Фирмы смогут в процессе формирования полноценной и деятельной сети объединять не только свои ресурсы, но и свои знания и умения и, используя их совместно, фирмы будут укреплять саму сеть взаимодействия и снижать вероятность оппортунистического поведения.

Рутины, согласно обоим подходам, являются активами фирмы, которые для своего формирования требуют достаточно больших затрат, в первую очередь временных, поскольку формируются постепенно в процессе работы.

В эволюционной теории рутины связаны с безвозвратными издержками, поэтому замена старых рутин новыми требует больших затрат. При замене старых рутин на новые возникает угроза ухудшения или даже разрыва отношений с партнерами и поставщиками. Именно этими причинами объясняется устойчивость рутин в эволюционной теории.

Согласно сторонникам теории сетей, любые знания нарабатываются со временем, т.е. требуют прежде всего временных затрат, и фирмам зачастую просто не выгодно заменять их новыми, поскольку для замены потребуются, помимо существенных временных издержек, еще и затраты на их оценку и адаптацию. К тому же, как было отмечено выше, поскольку рутины в теории сетевых формирований в бизнесе зачастую используются всеми включенными в сеть фирмами совместно, их замена может повлечь разрушение сетевого образования, что опасно для бизнеса.

Ресурсная теория фирмы. Согласно ресурсной теории, фирмы понимаются как разнородные совокупности ресурсов, которые включают в себя все входящие потоки, обеспечивающие работу фирмы. Ресурсы (активы, возможности) могут быть как материальными, так и нематериальными, и могут быть развиты внутри фирмы или приобретены извне. В качестве примера материальных ресурсов можно назвать производственные мощности компании. Нематериальные ресурсы особенно сложны для воспроизведения, копирования и управления, поскольку они формируются во многом из социальных отношений. К данным ресурсам можно отнести личные отношения внутри управленческой команды, репутацию фирмы среди поставщиков и потребителей и т.д.

В свою очередь, личные отношения как внутри фирмы, так и между партнерами, включенными в одну сеть, являются по сути первоочередным формирующим сеть фактором. Все взаимоотношения внутри сети строятся на личных неформальных отношениях, которые формируются в процессе совместной работы. С помощью тех же отношений достигаются максимально выгодные условия договоров. Очень многие спорные, и, на первый взгляд, казалось бы, неразрешимые ситуации, с точки зрения сторонников теории межфирменных сетей, решаются с помощью личных связей.

Значение такого нематериального ресурса, как репутация, может оказать существенное влияние на положение компании на рынке. Так, в насто-

ящее время репутация становится все более значимой, поскольку клиенты ввиду увеличивающегося выбора фирм, предлагающих похожие услуги, все чаще при выборе опираются на отзывы о фирме со стороны своих знакомых или даже рейтинги компаний, которые публикуются в Интернете.

К другим нематериальным ресурсам, которым уделяется достаточное внимание со стороны представителей сетевого подхода к исследованию межфирменных отношений, можно назвать информацию, знания, опыт, определенные наработки и доверие.

Благодаря наличию подобных ресурсов, фирмы обладают конкурентными преимуществами. Конкурентное преимущество, в свою очередь, позволяет компании осуществлять свою деятельность лучше и производить более дешевый и качественный продукт, чем конкуренты. В процессе работы на рынке ресурсы приобретаются, развиваются и используются, формируя новые и укрепляя старые конкурентные преимущества.

Каждый из материальных и нематериальных ресурсов, согласно сетевому подходу к исследованию межфирменных взаимодействий, создает определенные конкурентные преимущества как у отдельно взятой фирмы, так и у включенной в нее сети, поскольку зачастую партнеры внутри сети делятся ими и используют их совместно.

Обобщая, можно сказать, что фирмы, как и сети из этих фирм, обладают определенным набором материальных и нематериальных ресурсов, при этом фирмы (сети фирм) не являются однородными.

Одной из основных аксиом ресурсного подхода, с которой соглашаются сторонники сетевого подхода, является признание того факта, что фирмы неоднородны, т.е. между фирмами существуют различия, вызванные различиями в ресурсах, которыми управляют фирмы и которые необходимы для реализации их стратегии. При этом данные различия между фирмами относительно устойчивы, так же, как сами ресурсы являются относительно неподвижными. Другими словами, обладание ресурсами формирует конкурентные преимущества.

По мнению сторонников ресурсной теории фирмы, копирование ресурсов (иначе говоря, конкурентных преимуществ фирм) со стороны конкурентов ограничено своего рода барьерами, к числу которых можно отнести неявное знание, например, управленческое или технологическое ноу-хау, отраслевые технологические стандарты, высокие издержки смены поставщиков и партнеров по работе и т.п. В связи с существованием данных защитных механизмов, достижение тех же экономических результатов затруднено. В случае сетевого подхода такие барьеры называются сетевыми. Эти обстоятельства делают ресурсы устойчивыми и закрытыми от конкурентов.

Обобщая рассмотренные выше теории фирмы и их вклад в становление теории межфирменных сетей, необходимо отметить, что основной вклад в формировании сетевого подхода к исследованию межфирменных отношений внесла теория транзакционных издержек, являющаяся по времени первой из разрабатываемых институциональных теорий фирмы и внесшей наибольшее количество новых базовых идей, которые затем заимствовались и

развивались в рамках других концепций организаций. Именно она имеет наилучшие перспективы для дальнейшего развития сетевого подхода к исследованию межфирменных отношений.

Заключение

В статье было описано такое явление современного рынка, как сетевые межфирменные бизнес-образования, формирующиеся на основе взаимодействия ряда компаний, дополняющих деятельность друг друга, а также проведен анализ теоретических предпосылок для формирования сетевого подхода к исследованию межфирменных отношений. Мы в своем исследовании остановились на таких теориях фирм, как теория транзакционных издержек, теория агентских отношений, эволюционная теория экономических изменений и ресурсная теория фирм.

Как видно из вышеприведенного анализа, в сетевом подходе к исследованию межфирменных отношений можно найти множество схожих моментов с идеями социологов и экономистов, занимающихся вопросами функционирования фирм. Заимствуя основные положения из вышеописанных концепций, теория межфирменных сетей несколько преобразует и развивает их. Ниже мы еще раз кратко перечислим основные схожие моменты сетевого подхода к исследованию межфирменных организационных структур и рассмотренных теорий фирмы.

Сторонники сетевого подхода к исследованию межфирменных взаимодействий, соглашаясь с теорией транзакционных издержек, считают, что сети, как и фирмы, формируются с целью экономии на транзакционных издержках.

Развивая один из базовых аргументов теории транзакционных издержек, теория межфирменных сетей признает существование оппортунистического поведение на рынке и считает, что налаживание неформальных дружеских отношений с партнерами и поставщиками, иначе говоря, формирование полноценной сети, снижает вероятность оппортунистического поведения и позволяет сократить издержки на заключение подробных классических договоров, заменяя их отношенческими.

Конфликтные ситуации, возникающие между фирмами, согласно обеим теориям, выгоднее разрешать путем переговоров.

Соглашаясь с представителями теории агентских отношений, сторонники сетевого подхода к исследованию межфирменных отношений считают, что сеть является сплетением контрактов, а движущим фактором в развитии фирм и формировании сетевых образований является специализация деятельности и повышение конкуренции на рынке.

Развивая основные тезисы эволюционной теории экономических изменений, представители теории межфирменных сетей рассматривают рутинные, которые, несомненно, существуют, как активы фирм, требующие для своего формирования существенных затрат. Следовательно, их замена на новые потребует еще больших издержек и, более того, может повлечь нарушение взаимодействия с партнерами или даже разрушение сетевого образования.

Сторонники сетевого подхода к исследованию межфирменных отношений, соглашаясь с представителями ресурсной теории, считают, что сети не

являются однородными в связи с наличием у каждой из них различных материальных и нематериальных ресурсов, которые формируют конкурентные преимущества фирм и сетей. Данные ресурсы, в свою очередь, для поддержания устойчивости и закрытости формируют определенные барьеры.

Литература

Белосенко М.В. Исследовательская парадигма институциональной теории фирмы. ДонНТУ. (www.interdon.net)

Бухвалов А.И., Катъкало В.С. Эволюция теории фирмы и ее значение для исследований менеджмента // Российский журнал менеджмента. 2005. Т. 3. № 1. С. 75–84.

Вельтер Ф., Каутонен Т., Чепуренко А.Ю., Мальева Е. Структуры управления сетевыми сообществами малых предприятий и роль доверия: германо-российское сопоставление // Экономическая социология. 2004. Т. 5. № 2.

Кабицын А., Павлов С., Бертнева О. Организационные формы реализации активных проектов // Управление компанией. 2002. № 5. С. 51–55.

Капелюшников Р.И. Теория транзакционных издержек (www.libertarium.ru/libertarium).

Катъкало В.С. Межфирменные сети: проблематика исследований новой организационной стратегии в 1980-90е гг. // Вестник СПбГУ. 1999. Сер. 5: Экономика. Вып. 2. С. 21–38.

Катъкало В.С. Эволюция теории стратегического управления. СПб.: СПбГУ, 2006.

Клюк К., Голдсмит Дж. Конец Менеджмента. СПб.: Питер, 2004.

Куш С.П., Афанасьева А.А. Маркетинговые подходы компании на разных уровнях управления межфирменной сетью // Доклад в рамках интернет-конференции «Сетевые формы межфирменной кооперации: стратегические вызовы и конкурентные преимущества новых организаций XXI века». (<http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/150506.html>)

Лисовская Г. Nokia. Опыт сетевого предприятия // Top Manager. 2002. № 10. С. 88–102.

Маслов А. Особенности развития сетевых бизнес структур в России (www.polit.nnov.ru/2006/08/17/netbusiness/)

Норт Д. Вклад неонституционализма в понимание проблем переходной экономики (www.institutional.boom.ru/North/Ponimanie_tranzitologia.htm)

Пауэл У., Смит-Дор Л. Сети и хозяйственная жизнь // Экономическая социология. 2003. Т. 4. № 3. С. 61–105.

Радаев В.В. Некоторые институциональные условия формирования российских рынков // Социологический журнал. 1998. № 3/4. С. 57–85.

Третьяк О. Вертикальная интеграция: эффективность хозяйственных структур // Вестник СПбГУ. 1995. № 3. Сер. 5. С. 23–30.

Третьяк О.А. Историческая эволюция и новые ориентиры развития маркетинга // Российский экономический журнал. 2001. № 2. С. 59–67.

Третьяк О. Новый этап эволюции маркетинговой концепции управления // Российский экономический журнал. 1997. № 10. С. 74–81.

Уильямсон О.И. Экономические институты капитализма. СПб.: Лениздат, 1996.

Шарма Део Д. Промышленная сеть в маркетинге // Маркетинг и рыночные сети. Ученые записки коммерческого факультета СПбУЭФ. СПб., 1994. Т. 1.

Jensen M.C., Meckling W.H. Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure // Journal of Financial Economics. 1976. October. Vol. 3. N 4 (http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=94043).

Nelson R.R., Winter S.G. An Evolutionary Theory of Economic Change. Cambridge: Belknap Press of Harvard University Press, 1982.