

СЕТЕВЫЕ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: КОНЦЕПЦИИ И МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ

М.А. Слонимская*

Проведен анализ сетевых теорий и концепций и определена их роль на отдельных этапах организации взаимодействия участников межфирменных сетей. Представлен генезис и дана классификация сетевых форм организации экономической деятельности, обоснованы факторы, принципы и модель их развития.

Ключевые слова: сетевые формы организации экономической деятельности, межфирменные сети, виртуальные организации, «живые» лаборатории, интегрированные цепи поставок.

JEL-классификация: M38.

Материал поступил 10.08.2018 г.

В настоящее время происходят существенные изменения в мировой практике ведения бизнеса, связанные прежде всего с ростом значения информации и информационных технологий, а также с усилением важности партнерства и сотрудничества. Предприниматели, которые не стремятся адаптировать свой бизнес к современным условиям и найти новые более конкурентные бизнес-стратегии, имеют мало шансов выжить в условиях глобализации и быстро меняющегося внешнего окружения.

Развитие информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) привело к появлению новых сетевых форм межфирменных взаимодействий, обеспечивающих получение дополнительных конкурентных преимуществ для их участников за счет сокращения транзакционных издержек, более точного прогнозирования спроса, расширения возможности получения новых знаний и информации, необходимых для повышения эффективности инновационно ориентированной деятельности. Бизнес-сети, неотъемлемой частью функционирования которых являются общение и обмен информацией, способны более эффективно и гибко реагировать на изменения спроса, чем традиционные организации. При этом наиболее сложной задачей является выст-

раивание взаимодействия между независимыми экономическими субъектами на принципах доверия и формирования соответствующих координационных механизмов.

Целью данной статьи является обоснование модели развития сетевых форм организации экономической деятельности в Республике Беларусь в современных условиях, позволяющей обеспечить их конкурентное преимущество.

Анализ методологических концепций и теорий развития сетевых форм организации экономической деятельности

Начало научной дискуссии о преимуществах и недостатках различных форм организации экономической деятельности связывают с появлением в 1937 г. работы Р. Коуза «Природа фирм» (Coase, 1937). Он первым предложил рассматривать фирмы (иерархические организационные структуры) и рынки как альтернативные формы организации одних и тех же транзакций. Работы О. Уильямсона и других представителей школы экономики транзакционных издержек обеспечили дальнейшее развитие идей Р. Коуза и обосновали необходимость выбора различных форм организации экономической деятельности в зависимости от

* Слонимская Марина Андреевна (marina_slonimska@tut.by), кандидат экономических наук, доцент, докторант Института экономики НАН Беларуси (г. Минск, Беларусь).

специфики активов, вовлеченных в трансакции.

Термин «сетевые формы организации» применительно к экономической деятельности начал активно обсуждаться в научной литературе в 1990-х годах. У.В. Пауэлл в своей статье «Ни рынок, ни иерархия: сетевые формы организации», опубликованной в 1990 г., подчеркивает реципрокный характер коммуникаций и обменов в рамках сетевых взаимодействий участников экономической деятельности и рассматривает данную организационную форму в экономике как альтернативу рыночной и иерархической (Powell, 1990). Реципрокные связи основаны преимущественно на доверии и социальных взаимодействиях.

В настоящее время в научной литературе выделяют ряд направлений, относящихся к сетевой экономической проблематике, имеющих междисциплинарный характер деятельности и различающихся подходами к исследованию такого рода сетей (Шерешева, 2014; Зорина, 2016; Евтодиева, 2011). К ним относятся такие подходы, как:

- *экономико-социологический* (развивает положения социально-культурной антропологии и структурной теории обмена);
- *экономический* (развивается в рамках новой институциональной экономической теории и ресурсной концепции);
- *экологический* (представлен эволюционной теорией, включая организационную экологию, теорию инновационных экосистем и эволюционную экономическую географию);
- *управленческий* (ориентирован на теорию стратегического управления, на базе ее сетевой концепции развиваются ресурсный и отношенческий подходы);
- *сетевой подход в маркетинге* (предполагает смещение основного акцента с операционных составляющих маркетинговой деятельности одной отдельно взятой фирмы на построение клиентоориентированной управленческой модели);
- *сетевой подход в логистике и управлении цепями поставок* (связан с теорией систем и интегрированным подходом к управлению сетями поставок).

Экономико-социологический подход акцентирует внимание на необходимости формирования доверия в рамках соци-

альных сетей и институтов, обеспечивающего обмен информацией и разрешение конфликтных ситуаций в соответствии с выработанными нормами и правилами в процессе экономических действий.

Сторонники *экономического подхода* рассматривают сети как тип экономических взаимоотношений между принципалом (нанимателем) и агентом (наемным работником), которые позволяют снизить трансакционные издержки и повысить динамические способности и потенциал межорганизационных связей по созданию новой ценности.

Представителями *экологического подхода*, развивающегося в рамках эволюционной теории и организационной экологии, используется биологическая терминология и проводится аналогия с процессом естественного отбора, происходящим в природе. Партнерства и союзы в рамках сетевых взаимодействий, по мнению представителей данной научной школы, аналогичны симбиотическим союзам и экосистемам, известным из биологии.

Управленческий подход к изучению сетей нацелен на разработку стратегий управления, основанных на конкурентных преимуществах, возникающих благодаря совместной деятельности узловых элементов сети. В рамках этого подхода выделяют две концепции – ресурсную и отношенческую.

В ресурсной концепции единицей анализа является фирма, а основным источником ее конкурентных преимуществ – стратегические активы, которые обеспечивают квазирену за счет обладания правами собственности на эти активы (Teese, Pisano, Shuen, 1997). В начале развития ресурсной концепции авторы считали, что фирма должна защищать такие ценные ресурсы, как ее исследование и разработки, ноу-хау, знания, накопленные внутри фирмы для укрепления и сохранения конкурентных преимуществ. Однако в результате развития глобальных рынков становится очевидной необходимость распространения компетенций (знаний, умений, навыков) в сети взаимодействующих организаций (Chesbrough, Garman, 2009).

Теория стейкхолдеров. Согласно теории стейкхолдеров одним из неперенных условий успешной деятельности на современных рынках являются формирование, под-

держание и развитие взаимоотношений со всеми заинтересованными сторонами независимо от степени их значимости (Suert, March, 1963). Теория стейкхолдеров обеспечила переход к теории маркетинга взаимоотношений, которая дополнительно рассматривает взаимоотношения с потребителями и другими партнерами.

Отношенческий подход рассматривает межфирменные сети с точки зрения их способности генерировать отношенческие ренты – сверхприбыль, извлекаемую в результате этих взаимоотношений, которая является результатом совместных усилий и не может быть создана каждым из участников в отдельности. В рамках данного подхода важными факторами формирования отношенческих рент выступают не только специфичные для рассматриваемых взаимоотношений активы, комплементарные ресурсы и способности, но и эффективные формы координации взаимоотношений (Dyer, Singh, 1998).

Начало формирования *сетевых подходов в маркетинге* было положено международной группой исследователей IMP (Industrial Marketing and Purchasing), включающей ученых из Франции, Германии, Италии, Швеции и Великобритании. Ее представители в середине 70-х годов XX в. инициировали исследовательскую программу, базирующуюся на гипотезе о том, что теория маркетинга недостаточно полна и мало пригодна для понимания важных аспектов промышленного маркетинга на практике (Третьяк, 2013).

Маркетинг взаимоотношений стал дальнейшим развитием маркетинговой мысли. Он основан на партнерских сетевых взаимодействиях, ориентированных на долгосрочные взаимовыгодные отношения с отдельными потребителями (Gummesson, 1999).

В сетевой структуре, так же как и в любом другом типе организации, важную роль играет выполнение логистических функций. Как отмечает Т.Е. Евтодиева (2011. С. 169), «проявлением *сетевых подходов в логистике* является активизация деятельности в экономике по формированию логистических сетей». В основе теории логистики лежит методология общей теории систем, поэтому сети в логистике рассматриваются как разновидность системы. Применение логистического подхода

к проектированию и функционированию сетей как систем предполагает решение таких задач, как: постановка целей их развития; определение путей и средств достижения этих целей через выявление связей и исследование взаимодействия учитываемых факторов и рассматриваемых объектов в количественной форме; взаимоувязка целей и средств их достижения с потребностью в ресурсах с учетом ограниченности последних.

В соответствии с интегрированным подходом к управлению сетями поставок, предложенным Й. Ханфом, К. Даутценбергом, Т. Гагалюком и В. Белой, задача управления сетью поставок состоит в «одновременном согласовании интересов и действий участников сети на трех уровнях: сетевом, уровне двухсторонних отношений и уровне фирмы» (2009. С. 44). Данные авторы считают, что «разработки исследователей межфирменных сетей дополняют понимание управления цепями поставок, поскольку дают возможность взглянуть на существующие проблемы с точки зрения не только координации взаимозависимости, но и партнерства или сотрудничества».

На рис. 1 представлена обобщенная информация о роли отдельных теорий и концепций в процессе организации межфирменных сетевых взаимодействий.

Основой межфирменных сетей являются социальные сети, в рамках которых формируются доверие и возможность обмена информацией между людьми, принимающими решение о необходимости участия в межфирменных сетевых объединениях. Анализ возможных конкурентных преимуществ совместной деятельности входящих в сеть узлов позволяет обосновать необходимость построения более сложных межорганизационных сетей для получения таких преимуществ, как снижение трансакционных издержек, повышение уровня обслуживания потребителей и эффективности инновационной деятельности. Далее необходимо построить систему взаимовыгодных отношений, все члены которой взаимодействуют и стремятся к достижению поставленной общей цели на основе обмена информацией, знаниями и другими компетенциями. Проектирование сети как логистической системы требует формирования логистической информационной



Рис. 1. Роль отдельных теорий и концепций в процессе организации межфирменных сетевых взаимодействий

Источник. Авторская разработка.

системы и согласования интересов и действий участников сети на трех уровнях: сетевом, уровне двухсторонних отношений и уровне фирмы. Реализовать преимущества сети при работе с клиентами позволяет специально разработанная клиентоориентированная управленческая модель.

Обратимся к генезису сетевых форм организации экономической деятельности для того, чтобы выявить их многообразие, условия и факторы развития.

Генезис и классификация сетевых организаций в экономических системах

Наиболее ранними и распространенными формами добровольного объединения независимых экономических субъектов являются ассоциации, союзы и гильдии. А.Ю. Зудин (2009. С. 35–36) называет ассоциации одним из звеньев в механизме управления экономической системой наряду с рынком и иерархиями и выделяет три типа объединений: ассоциации бизнеса как таковые, союзы работодателей и торговые палаты. Ассоциации бизнеса и союзы работодателей, в свою очередь, могут быть территориальными, общенациональными и отраслевыми.

М. Баттен считает прообразом ассоциаций гильдии¹. Профессиональные гильдии существовали в течение тысяч лет во многих странах: Древнем Египте, Греции и

¹ URL: <http://www.csae.com/About/A-History-of-Associations>

Риме; в средневековой Индии, Японии, Персии, Византии и Европе, также в XIX в. в Китае, Латинской Америке и Османской империи (Ogilvie, 2014. P. 169). Гильдии средневековой и ранней современной Европы были организационным механизмом ведения переговоров предпринимателей с политическими элитами о способе извлечения ренты в производственном и коммерческом секторах, которую ни одна из сторон не могла извлечь самостоятельно (Там же. P. 170). С появлением фабрик и началом массового производства гильдии потеряли свое первоначальное значение.

Научное сопровождение отраслевых кластеров началось с выявления Маршаллом существования «локализованных отраслей», которые «часто могут быть устойчивыми благодаря концентрации множества схожих малых бизнесов в определенном месте» (Маршалл, 1993). Он выделил факторы, позволяющие группе фирм определенной отрасли, расположенных рядом друг с другом, получить преимущества в производительности: 1) беспрепятственный доступ к поставщикам; 2) обмен знаниями и опытом, инновациями между предприятиями; 3) наличие квалифицированных трудовых кадров, «выращенных» и обладающих знаниями специфики отрасли.

Усиление роли кластеров стало одним из приоритетов проинновационного развития экономик стран Евросоюза. Основы

современной кластерной политики в Европе были сформулированы в Сообщении комиссии европейских сообществ от 17 ноября 2008 г. «На пути к кластерам мирового уровня в ЕС: внедрение расширенной инновационной стратегии» (Слонимская, Слонимский, 2016. С. 7).

Создавая кредитные кооперативы, идеологи кредитной кооперации преследовали несколько целей: 1) противопоставить коллективную организацию ремесленных и крестьянских хозяйств крупным промышленным и аграрным предприятиям, избавив тем самым ремесленников и крестьян от разорения; 2) способствовать вовлечению ремесленных и крестьянских хозяйств в формирующиеся национальные товарные и финансовые рынки; 3) повысить эффективность функционирования и товарность ремесленных и крестьянских хозяйств².

Фридрих Вильгельм Райффайзен стал основоположником одноименной группы. В 1862 г. он создал первый банковский кооператив в Анхаузене (Германия), который и стал прообразом банков Райффайзен³. Первый такой банк открылся в Австрии в 1886 г., а через десять лет число банков в Австрии превысило 600. Система развивалась и в течение XX века была создана группа «Райффайзен» с головным учреждением Raiffeisen Zentralbank Oesterreich. С 80-х годов XX в. группа «Райффайзен» начала открывать дочерние банки и кооперироваться с банками стран Центральной и Восточной Европы и на настоящий момент является одной из ведущих финансовых групп ЦВЕ-региона. В банковскую RFG-группу входит и белорусский «Приорбанк».

В начале XX в. начали развиваться закупочные группы (group purchasing organization) – новая организационная форма, которая является логическим продолжением кооперативного движения. Первая была организована в 1910 г. в США больницами Нью-Йорка. В настоящее время более 600 организаций в США участвуют в той или иной форме групповых закупок в здравоохранении⁴.

Практика организации закупочных групп характерна и для немецких семейных фирм. По данным за 2016 год, в Германии организовано более 300 закупочных групп, объединяющих около 230 тыс. независимых компаний из различных отраслей промышленности с годовым оборотом около 500 млрд евро, что составляет 18% от ВВП Германии⁵.

Следующими шагами в развитии деятельности закупочных групп являются профессиональная маркетинговая поддержка, создание собственного бренда и формирование элементов логистической цепочки, включая строительство складов, что дает возможность малым предприятиям успешно конкурировать на рынке с крупными корпорациями за счет стабильности поставок и контроля логистических затрат. При этом для взаимодействия участников группы и принятия решений используются специально разработанные интернет-платформы и пакеты прикладных программ.

В последнее десятилетие в мире, главным образом в странах Европейского союза, получил распространение новый сетевой феномен – «живая лаборатория» (LivingLab). На сайте Европейской сети «живых» лабораторий (European Network of Living Labs – ENoLL)⁶ они определяются как ориентированные на потребителя открытые экосистемы, основанные на совместном творчестве, интегрирующем научные исследования и инновационные процессы в условия реальной жизни. В центр инноваций помещен человек, что позволяет ему активно использовать возможности, предоставляемые новыми концепциями и решениями в сфере ИКТ, для удовлетворения его специфических потребностей и ожиданий с учетом местных условий, культурных особенностей и креативного потенциала. В сетевой структуре создается среда, в которой компании используют не только собственные идеи, но и разработки других организаций, передавая свои зна-

⁴ URL: <http://drugtopics.modernmedicine.com/drug-topics/news/evolution-group-purchasing-organizations>

⁵ Будзяк Т., Вуйтовіч-Марийка П., Гайдукевич О., Гудзій З., Данкевіч Р., Мельник Т., Ревич С., Редченко К., Талах В., Якібчук Н. 2016. Купуймо Разом! Закупівельні групи – нові можливості для українського бізнесу. Варшава: Асоціація «Ініціатива Родинних Фірм». 309 с.

⁶ URL: <http://www.openlivinglabs.eu/>

² Волохонский Ю.Н., Кадров А.М., Коновская Е.А., Коханова М.А., Самойлова К.Н. 2009. *Методическое пособие по кредитной кооперации*. Ростов-на-Дону: Южно-Российская Ассоциация кредитных союзов. 304 с.

³ URL: <http://old.raiffeisen-capital.ru/company/raiffeisengroup/grouphistory/>

ния и технологии сетевым партнерам. При этом потребители также становятся агентами инноваций – как самостоятельно, так и совместно с бизнесом или в качестве производителей государственных услуг⁷.

Развитие информационных технологий и Интернет позволили перевести бизнес-процессы в виртуальную реальность, что обусловило появление виртуальных организаций – динамических сетей, состоящих из отдельных команд, которые мгновенно формируются для реализации проекта и также мгновенно распускаются, приспосабливаясь к решению конкретных задач (Кузнецов, Мелякова, 2015. С. 251). Л.М. Камаринха-Матос, Х. Афсарманеш и М. Оллус называют виртуальные организации механизмом обеспечения гибкости и выживания бизнеса в условиях рыночной турбулентности (Camarinha-Matos, Afsarmanesh, Ollus, 2005. P. 3). Большинство успешных глобальных компаний (Amazon, Microsoft Azure, Rackspace, Google, HP, IBM) активно формируют виртуальные платформы, как для производства товаров и услуг, так и для электронной коммерции (Серрано, Эрнантес, Галлардо, 2015).

В настоящее время не существует общепринятой классификации сетей, хотя есть целый ряд разных типологий. Б. Барр (Burr, 1999) выделяет спонтанные, самоорганизу-

ющиеся, проектно-ориентированные и стратегические сети в соответствии с критериями интенсивности межфирменных взаимоотношений, особенностей их координации и наличия центральной фирмы (брокера).

К спонтанным сетям можно отнести виртуальные профессиональные и бизнес-сети (имеют низкую интенсивность взаимоотношений, полицентричные и без брокера), к самоорганизующимся – отраслевые и региональные бизнес-ассоциации, торгово-промышленные палаты и бизнес-клубы (имеют координированные взаимоотношения с интенсивностью выше средней без брокера), к проектно-ориентированным – виртуальные организации (полицентричные, краткосрочные, неповторяемые и управляемые брокером), к стратегическим – интегрированные сети поставок (имеют пирамидально-иерархическую структуру, управляются брокером, долгосрочные и управляемые).

Нами предлагается классификация межфирменных сетей по целям их организации, которая не только объединяет различные виды сетей, но также позволяет обосновать логику и последовательность их развития (рис. 2).

Таким образом, развитие межфирменных сетевых взаимодействий происходит последовательно: от спонтанных и самоорганизующихся сетей с целью получить до-

⁷ Слонимская М.А. 2016. «Живые лаборатории» как инструментальный открытий инноваций в сетевых структурах. *Белорусский экономический журнал*. № 4. С. 84.

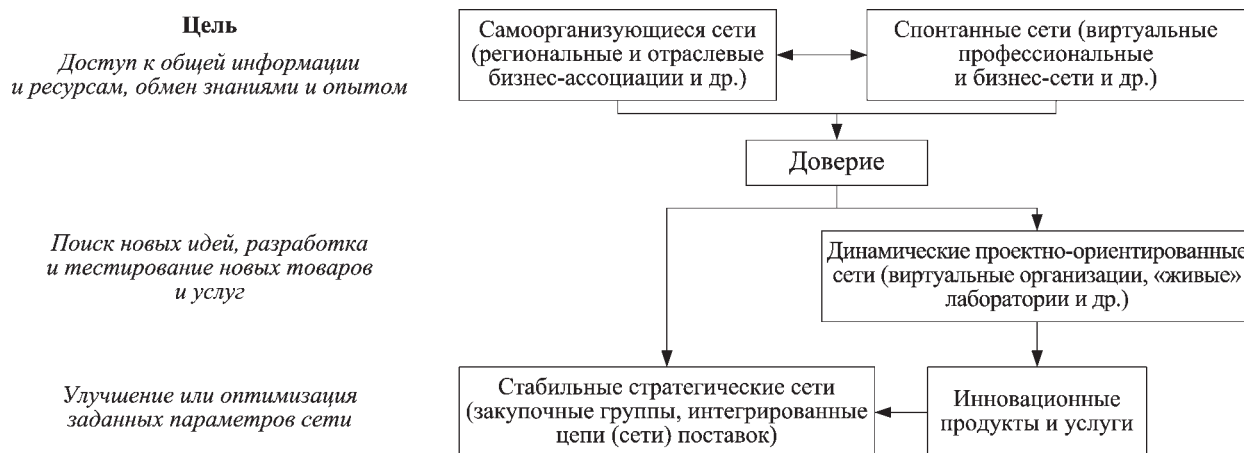


Рис. 2. Классификация различных видов межфирменных сетей по целям их организации и последовательности развития

Источник. Авторская разработка.

ступ к общей информации и ресурсам к проектно-ориентированным и стратегическим, направленным на поиск идей, разработку и тестирование новых товаров и услуг, а также улучшение или оптимизацию заданных параметров сети. Стратегические сети могут сотрудничать с проектно-ориентированными для целей поиска идей, разработки и тестирования новых товаров и услуг, в том числе для внедрения и совершенствования программных продуктов и информационных систем, необходимых для функционирования интегрированных цепей (сетей) поставок.

Факторы формирования сетевых форм организации экономической деятельности

Доверие – это важный фактор, определяющий не только готовность экономических агентов к участию в межфирменных сетевых взаимодействиях, но и их эффективность. Формирование доверия в процессе межличностных связей и отношений способствует развитию социального капитала и росту конкурентоспособности экономических систем.

Уровень доверия между участниками межорганизационных сетей определяет размер транзакционных издержек, необходимых для контроля экономического поведения агентов, а также оказывает влияние на скорость принятия решений и возможность обмена знаниями. Связь уровня доверия в обществе с размером транзакционных издержек впервые была отмечена Р. Коузом (2007). Уровень доверия в обществе и социальный капитал тесно связаны с конкурентоспособностью экономических систем, что эмпирически доказано рядом авторов (La Porta, Lopez-de-Silanes, Shleifer, Vishny, 1997; Калужнова, 2012; Zak, Knack, 2001; Полищук, Меняшев, 2011).

Накоплению социального капитала в обществе способствуют постоянные личные контакты и обмен информацией между различными стейкхолдерами, для чего необходима мотивация к общению. Большинство субъектов хозяйствования заинтересованы в лоббировании их интересов в структурах государственной власти. Как свидетельствует европейский опыт (Spanikova, Birkman, Besseling, 2014. P. 17–18), региональные и профессиональные бизнес-ассоциации позволяют реализовать такую потребность, образуя основу модели развития сетевых взаимодействий на региональном уровне (рис. 3).

Современные технологии Web 2.0 дают возможность устанавливать и поддерживать социальные связи в рамках виртуального сообщества. Виртуальные бизнес-сообщества интегрируются на основе общих целей и интересов, устанавливая между собой горизонтальные неформальные слабые связи. Как фактор диффузии доверия и социального капитала первым их отметил М. Гранновтер (2009). Сети с жесткими связями менее эффективны, чем большие «открытые», особенно с точки зрения поиска креативных ре-

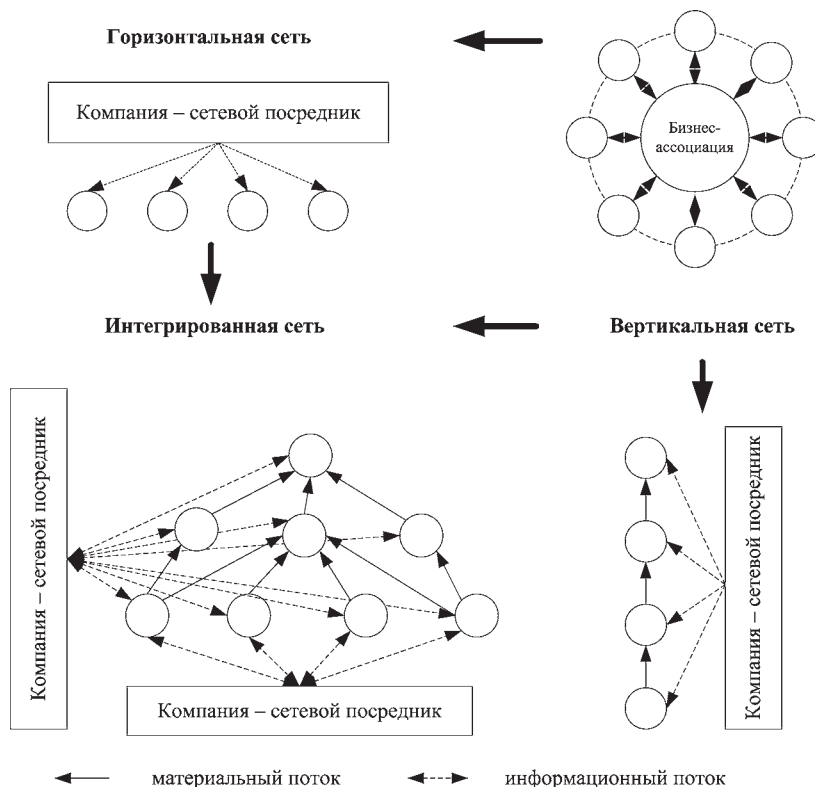


Рис. 3. Модель развития сетевых взаимодействий

Источник. Авторская разработка.

шений и внедрения инновационных практик (Юдина, Захарова, 2016. С. 258).

На рис. 4 представлена система взаимосвязей между различными сетевыми эффектами, из которой видно, что основными условиями получения конкурентного преимущества для компаний от участия в межфирменном сетевом взаимодействии являются доверие между ними и возможность использования ИКТ.

Экономический эффект от организации межфирменного сетевого взаимодействия может быть получен за счет прироста выручки и снижения логистических, транзакционных и операционных издержек предприятий – участников сети, а его размер зависит от стоимости сетевых услуг и эффективности деятельности компании – сетевого брокера.

Потенциальные возможности сетевого сотрудничества не могут быть реализованы автоматически при отсутствии актуальной

операционной цели деятельности сети даже при условии финансирования проекта. Поэтому компания принимает решение об участии в устойчивых вертикальных межфирменных взаимодействиях (между членами цепочки создания ценности) или установлении горизонтальных связей, включая конкурентное сотрудничество (coopetition – словообразование из англ. cooperation – «сотрудничество» и competition – «соревнование» (Nalebuff, Brandenburger, 1996), если она может прогнозировать возможность получения конкурентных преимуществ.

Важным фактором активизации процесса организации бизнес-сетей является осознание такой необходимости МСП. Однако часто они сосредоточены на выживании, и разработка долгосрочной коллективной стратегии, ориентированной на участие в сетевых объединениях, а также контроль ее реализации являются для них сложной задачей. Поэтому подобные функции выполняют, как

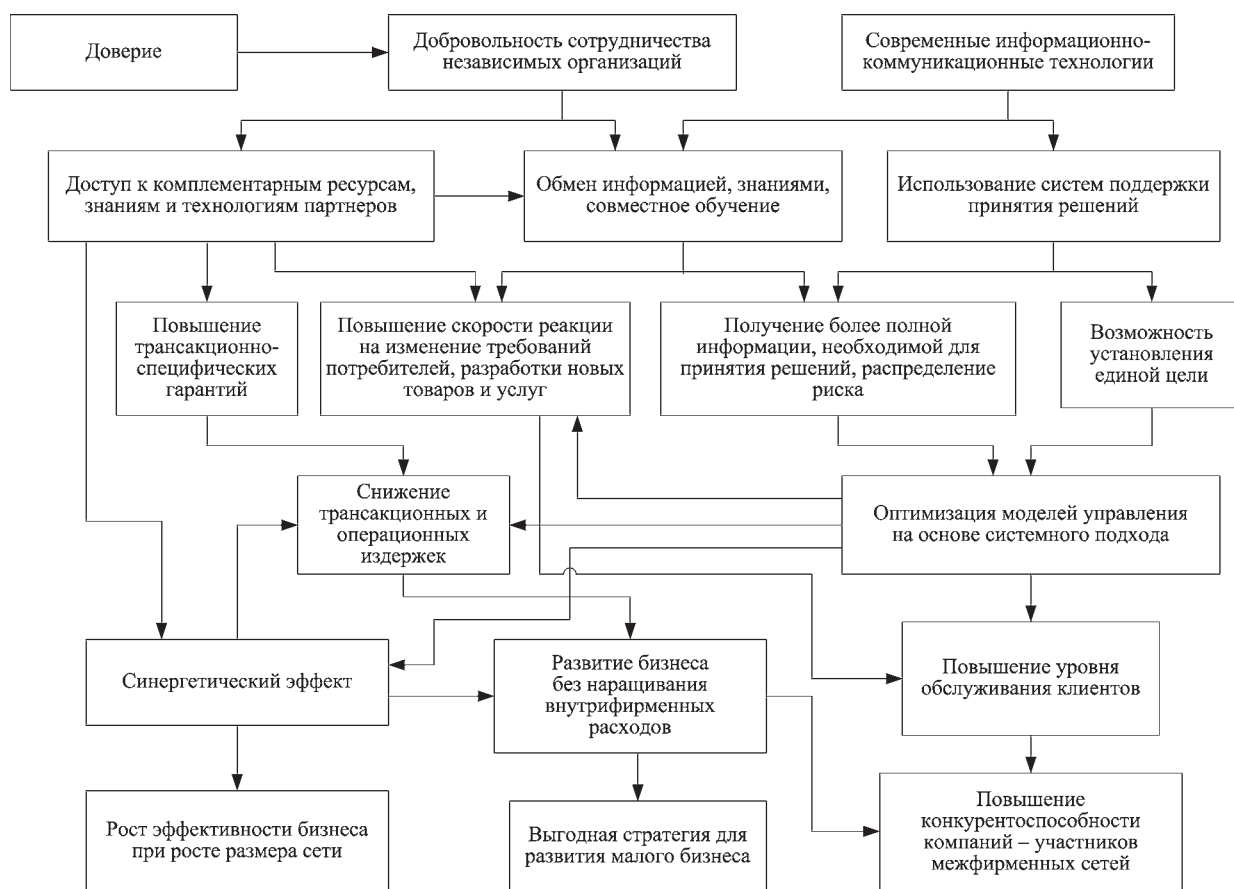


Рис. 4. Система взаимосвязей между различными сетевыми эффектами и условиями их возникновения

Источник. Авторская разработка.

правило, отдельные компании. В Европе, например, это RetImpresa (Италия)⁸, NIRO (Германия)⁹, Cambridge Network (Великобритания)¹⁰, Scan Balt (страны Балтийского моря)¹¹.

Для выполнения поставленных задач по организации межфирменного сетевого сотрудничества организации-посредники или сетевые брокеры осуществляют изучение и распространение передового опыта, консалтинг и коучинг, разработку веб-инструментов для деловых сетей, координацию программных и проектных возможностей, имеющих отношение к бизнес-сетям, и их осуществление, организацию сетевых мероприятий.

На начальном этапе финансирование деятельности таких компаний осуществляется из общественного источника. Когда участники бизнес-сетей начинают получать добавленную стоимость, они готовы финансировать услуги компаний-посредников за счет членских взносов. Критерием финансирования проектов по созданию межфирменных сетей из общественных источников являются следующие: 1) наличие бизнес-плана, включая цели и задачи сети, мероприятия по их достижению, показатели для измерения фактических результатов; 2) амбициозность проекта с точки зрения интернационализации бизнеса; 3) соответствие целей деятельности региональным приоритетам (Spanikova, Birkman, Besseling, 2014).

Институциональный механизм контроля и управления межфирменным сотрудничеством является критическим фактором, влияющим на успех и неудачу сетей (Park, 1996. P. 795). К препятствиям сетевого взаимодействия, приводящим к провалам сетевых проектов на примере инновационных кластеров, относят недостатки трансфера знаний, неудачи в сотрудничестве и низкую координацию участников (Соловьев, Вертинская, 2015. С. 320).

Для преодоления проблем сетевого взаимодействия требуется специализированная организация, выполняющая функции управления в регионе. Должны быть созданы предпосылки для преодоления

высокой организационной сложности, сопутствующей объединению независимых субъектов хозяйствования в единое территориально-информационное пространство посредством сетевых структур, в рамках которых они объединяют активы, координированно направляют потоки ресурсов и обмениваются информацией (Фетисова, Курченков, Матина, 2013).

Команда специалистов Европейской инициативы лидерства сотрудничающих сетевых организаций (ECOLEAD – European Collaborative Networked Organizations Leadership Initiative) выделяет три «столпа» развития динамичных и устойчивых сетевых организаций: среду «вращения» виртуальных организаций, динамичные виртуальные организации и профессиональные виртуальные сообщества, которые поддерживаются и укрепляются двумя видами разработок: теоретическими (включая эталонную архитектуру сети) и информационной инфраструктуры, которая должна быть общедоступной, прозрачной и простой в использовании для совместной работы (рис. 5).

Как отмечает Г.А. Яшева (2007), формирование среды «вращения» сетевых организаций непосредственно связано с созданием кластеров на основе группы предприятий, производящих продукцию, в



Рис. 5. Факторы развития динамичных и устойчивых сетевых организаций

Источник. (Camarinha-Matos, Afsarmanesh, Ollus, 2005. P. 6).

⁸ URL: <http://www.retimpresa.it/index.php/services>

⁹ URL: <http://www.ni-ro.de/index.php?id=67&L=1>

¹⁰ URL: <https://www.cambridgenetwork.co.uk/about-us/>

¹¹ URL: <http://scanbalt.org/about-scanbalt/>

конкурентоспособности которой реализуются конкурентные преимущества региона.

Концепция «умной специализации» (smart specialisation) была сформулирована экспертной группой Европейской комиссии «Знание для роста» (Knowledge for Growth) в качестве стратегии инновационного развития регионов, предполагающей наиболее эффективное использование их особенностей и развитие конкурентных преимуществ¹². Под стратегией «умной специализации» понимается национальная или региональная стратегия инновационной деятельности, устанавливающая приоритеты, нацеленные на получение конкурентных преимуществ путем развития собственного научного и инновационного потенциала в соответствии с потребностями бизнеса, чтобы в полной мере использовать возникающие возможности и тенденции рынка, не допуская при этом дублирования и фрагментации усилий (Foray, 2014).

Разработка стратегии в соответствии с концепцией «умной специализации» предполагает тесные связи и обмен знаниями между различными региональными подсистемами, прежде всего между бизнесом и властью. Модель «четырёхзвенная спираль» визуализирует взаимодействие в рамках следующих четырех подсистем: 1) образовательной, включающей академические учреждения, системы высшего и среднего образования (человеческий капитал); 2) экономической, охватывающей секторы экономики, фирмы, сектор услуг и банки (экономический капитал); 3) политической, определяющей развитие государства в настоящем и в будущем, законы и т. п. (политический и правовой капитал); 4) гражданского общества (в его основе – СМИ и культура, образующие в совокупности две формы капитала: социальный (определенные культурой, традиционные ценности и т. п.) и информационный (телевидение, интернет, газеты и т. п.) (Караяннис, Григорудис, 2016. С. 36–37). Э. Караяннис и Э. Григорудис предлагают использовать «четырёхзвенную» модель для разработки стратегий «умной специализации».

¹² Expert Group «Knowledge for growth». URL: http://ec.europa.eu/invest-in-research/monitoring/knowledge_en.htm

Стратегия «умной специализации» устанавливает приоритеты инновационной деятельности, нацеленные на получение конкурентных преимуществ региона, сфокусированных на производительности и инновациях как ключевых факторах конкурентоспособности. Также большое значение уделяется роли регионов в извлечении выгоды из преимуществ, обусловленных связями между ними.

Межфирменная сеть должна гарантировать эффективное выполнение задачи, поставленной клиентом. Участники самоорганизующихся и спонтанных бизнес-сетей сами являются клиентами. В самоорганизующихся сетях (региональные и отраслевые бизнес-ассоциации и др.) исполнительная дирекция предоставляет услуги по лоббированию интересов своих членов в органах власти, обеспечивает информационную, образовательную и юридическую поддержку. Финансирование ее деятельности осуществляется за счет членских взносов. В спонтанных сетях (виртуальные профессиональные и бизнес-сети и др.) услуги по взаимодействию членов сети могут предоставляться собственником интернет-платформы бесплатно или за определенную абонентскую плату. Поставщик данного вида услуг может получать прибыль за счет размещения рекламы.

Предпринимательская сеть в виде закупочной группы преимущественно работает как посредник в осуществлении закупок между покупателями (участниками группы) и продавцами. Ее главной целью является минимизация совокупных закупочных расходов и удовлетворения согласованных требований участников к закупленным товарам и услугам. Покрытие расходов закупочной группы осуществляется либо за счет регулярных членских взносов ее участников, либо путем покрытия административных расходов со стороны поставщиков.

Интеграцию и управляемость цепей (сетей) поставок обеспечивают логистические провайдеры уровня 4PL. Термин «4PL» был зарегистрирован как торговый знак в 1996 г. консалтинговой фирмой Andersen Consulting, ныне Accenture, со следующим толкованием: «Логистический провайдер четвертого уров-

ня является менеджером цепочки поставок, который сводит ресурсы, мощности и технологию своей организации с ресурсами, мощностями и технологией другого логистического предприятия и управляет им с целью предложить клиентам наиболее полное решение задач в цепочке поставок» (Дементьев, 2013. С. 10).

Разработку и совершенствование специальных программных продуктов, необходимых для деятельности 4PL-провайдеров, могут осуществлять «живые лаборатории», которые некоторые авторы отождествляют с понятием «четырёхзвенная спираль» (Arnkil, Järvensivu, Koski, Piirainen, 2010. Р. 66).

Построение системы услуг, направленной на многообразие взаимодействий между группами фирм, создающих общую потребительскую ценность, можно рассматривать как шаг в направлении развития клиентоориентированной управленческой модели сети независимых предприятий.

Принципы и концептуальная модель развития сетевых форм организации экономической деятельности

Проведенный анализ факторов формирования сетевых форм организации экономической деятельности позволяет выделить следующие принципы их развития:

- накопление социального капитала за счет объединения предпринимателей в региональные и профессиональные бизнес-ассоциации, поддержания профессиональных связей в рамках виртуальных сообществ;
- развитие ИКТ для целей межфирменного сетевого взаимодействия и использования населением;
- оценка потенциального экономического эффекта от организации межфирменного сетевого взаимодействия для предприятий-участников, а также на региональном и национальном уровнях;
- лидерство – должна быть организация-посредник, или сетевой брокер, которая разрабатывает коллективную стратегию сети, контролирует ее реализацию, изучает и распространяет передовой опыт, консалтинг и коучинг, разработку веб-инструментов, координацию программных и проектных возможностей, организацию сетевых мероприятий;

- формирование среды «вращения» сетевых организаций, которое может осуществляться на основе кластерной политики, ориентированной на развитие приоритетных отраслей, определенных в соответствии со стратегией «умной специализации»;

- стимулирование взаимодействия между различными сторонами, заинтересованными в экономическом развитии региона (стейкхолдерами) в соответствии с концепцией «четырёхзвенной спирали». Использование данной концепции для разработки стратегии «умной специализации»;

- развитие системы деловых услуг, направленных на создание новых моделей организации бизнеса, основанных на сетевых связях и информационных технологиях.

С учетом указанных принципов предлагается концептуальная модель развития сетевых форм организации экономической деятельности (рис. 6).

Предлагаемая модель предполагает проведение анализа условий развития сетевых форм организации экономической деятельности в регионе аналитической рабочей группой, включающей представителей науки, бизнеса, НГО и региональных органов управления, что позволяет обеспечить взаимодействие между различными сторонами, заинтересованными в экономическом развитии региона (стейкхолдерами) в соответствии с концепцией «четырёхзвенной спирали» и определить направление его «умной специализации».

Анализ социальных условий развития сетевых форм организации экономической деятельности в регионе дает возможность идентифицировать существующие неформальные сетевые межфирменные связи и разработать мероприятия, направленные на поддержку их развития. Как показали результаты исследования факторов успешности европейских сетевых инициатив (Huggins, 2001), такой подход обеспечивает наибольшую отдачу от вложенных ресурсов и усилий.

Отсутствие необходимых научно-технических условий препятствует развитию сетевых форм организации экономической деятельности, поэтому следует оценить качество услуг сотовой связи и доступа к сети Интернет, а также определить потребность в сти-

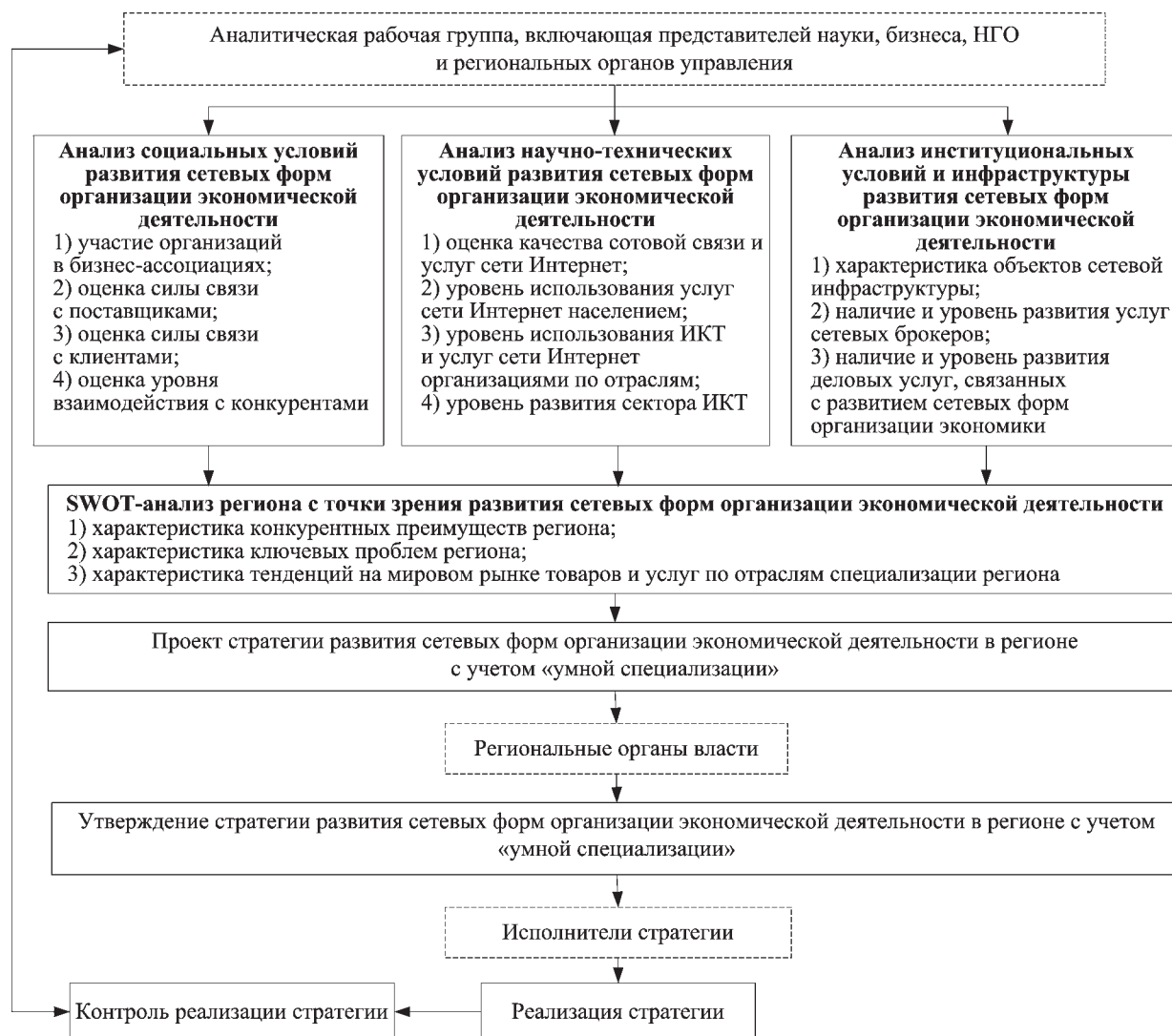


Рис. 6. Концептуальная модель развития сетевых форм организации экономической деятельности

Источник. Авторская разработка.

мулировании использования этих услуг населением и организациями, расширении доступа к услугам специалистов сферы ИКТ.

Анализ институциональных условий и инфраструктуры для организации межфирменных сетевых взаимодействий в регионе дает возможность оценить качество объектов сетевой инфраструктуры и связанных с ними деловых услуг, а также разработать мероприятия по их развитию.

Полученные выводы относительно существующих социальных, научно-технических и институциональных условий реализации сетевых инициатив в дальнейшем используются в процессе SWOT-анализа региона с целью разработки проекта стратегии развития сетевых форм организации эконо-

мической деятельности на его территории с учетом тенденций на мировом рынке товаров и услуг по отраслям «умной специализации». Проект стратегии утверждается региональными органами власти и реализуется в соответствии с разработанным организационным планом. Аналитическая рабочая группа осуществляет контроль реализации и разработку новой стратегии с учетом достигнутых результатов и изменения условий в регионе и на внешнем рынке.

* * *

Таким образом, развитие сетевых форм организации экономической деятельности в конкретном регионе определяется особен-

ностью имеющихся социально-экономических проблем и наличием потенциальных возможностей для их решения. Однако представляется важным прежде всего создавать в регионах формы взаимодействия государственных, научных, общественных и предпринимательских структур. Создание таких моделей способствует согласованию интересов правительства и бизнеса, эффективному решению ряда задач при сокращении бюджетных расходов и аккумуляции инвестиционных ресурсов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ (REFERENCES)

- Гранноветер М.** 2009. Сила слабых связей. *Экономическая социология*. Т. 10. № 4. С. 31–50. [Grannoveter M. 2009. The Strength of Weak Ties. *Economicheskaya sotsiologiya*. Vol. 10. No 4. PP. 31–50. (In Russ.)]
- Дементьев А.В.** 2013. *Контрактная логистика*. СПб.: ООО «Книжный Дом». 146 с. [Dement'ev A.V. 2013. *Contract logistics*. SPb.: ООО «Knizhnyy Dom». 146 p. (In Russ.)]
- Евтодиева Т.Е.** 2011. *Характерные особенности организационных форм логистики в условиях неэкономии*. Самара: Издательство Самарского государственного экономического университета. 166 с. [Evtodieva T.E. 2011. *Characteristic features of organizational forms of logistics in the conditions of neo-economy*. Samara: Izdatel'stvo Samarskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta. 166 p. (In Russ.)]
- Зорина О.О.** 2016. Эволюция взглядов на содержание и формы сетевого взаимодействия фирм. *Вестник Челябинского государственного университета*. № 14. С. 109–120. [Zorina O.O. 2016. Evolution of views on the content and forms of networking firms. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*. No 14. PP. 109–120. (In Russ.)]
- Зудин А.Ю.** 2009. *Ассоциации – бизнес – государство. «Классические» и современные формы отношений в странах Запада*. Москва: Изд. дом Государственного университета – Высшей школы экономики. 68 с. [Zudin A.Yu. 2009. *Association - business - state. "Classical" and modern forms of relations in the West countries*. Moscow: Izdatel'skiy dom Gosudarstvennogo universiteta – Vysshey shkoly ekonomiki. 68 p. (In Russ.)]
- Калужнова Н.Я.** 2012. Экономика недоверия: роль социального капитала в России. *Journal of institutional studies (Журнал институциональных исследований)*. Т. 4. № 2. С. 74–82. [Kalyuzhnova N.Ya. 2012. Economics of mistrust: the role of social capital in Russia. *Zhurnal institutsional'nykh issledovaniy*. Vol. 4. No 2. PP. 74–82. (In Russ.)]
- Караяннис Э., Григорудис Э.** 2016. Четырехзвенная спираль инноваций и «умная специализация»: производство знаний и национальная конкурентоспособность. *Форсайт*. Т. 10. № 1. С. 31–42. [Karayannis E., Grigorudis E. 2016. Four-link innovation spiral and «smart specialization»: knowledge production and national competitiveness. *Forsayt*. Vol. 10. No 1. PP. 31–42. (In Russ.)]
- Коуз Р.** 2007. *Фирма, рынок и право*. Москва: Новое издательство. 224 с. [Kouz R. 2007. *Firm, market and law*. Moscow: Novoe izdatel'stvo. 224 p. (In Russ.)]
- Кузнецов Ю.В., Мелякова Е.В.** 2015. Формирование и развитие виртуальной организации. *Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент»*. № 4. С. 248–256. [Kuznetsov Yu.V., Melyakova E.V. 2015. Formation and development of a virtual organization. *Nauchnyy zhurnal NIU ITMO. Seriya «Ekonomika i ekologicheskii menedzhment»*. No 4. PP. 248–256. (In Russ.)]
- Маршалл А.** 1993. *Принципы экономической науки*. Москва: Издательская группа «Прогресс». Т. 1. 415 с. [Marshall A. 1993. *Principles of Economic Science*. Moscow: Izdatel'skaya gruppa «Progress». Vol. 1. 415 p. (In Russ.)]
- Полищук Л., Меньшев Р.** 2011. Экономическое значение социального капитала. *Вопросы экономики*. № 12. С. 46–65. [Polishchuk L., Menyashv R. 2011. The economic significance of social capital. *Voprosy ekonomiki*. No 12. PP. 46–65. (In Russ.)]
- Слонимская М.А., Слонимский А.А.** 2016. Генерация знаний и распространение инноваций в сетевых моделях технологических взаимодействий. *Экономический бюллетень Научно-исследовательского экономического института Министерства экономики Республики Беларусь*. № 11. С. 4–19. [Slonimskaya M.A., Slonimskiy A.A. 2016. The generation of knowledge and the spread of innovation in network models of technological interactions. *Ekonomicheskii byulleten' Nauchno-issledovatel'skogo ekonomicheskogo instituta Ministerstva ekonomiki Respubliki Belarus'*. No 11. PP. 4–19. (In Russ.)]
- Серрано Н., Эрнантес Х., Галлардо Г.** 2015. Инфраструктура как сервис и облачные технологии. *Открытые системы. СУБД*. URL: <https://www.osp.ru/os/2015/02/13046279/> [Infrastructure as a service and cloud technology. *Otkrytye sistemy. SUBD*. URL: <https://www.osp.ru/os/2015/02/13046279/> (In Russ.)]
- Соловьев В.П., Вертинская Т.С.** (Ред.). 2015. *Инновационное развитие регионов Беларуси и Украины на основе кластерной сетевой формы*. Минск: Белорусская наука. 391 с. [Solov'ev V.P.,

Vertinskaya T.S. (Eds.). 2015. *Innovative development of the regions of Belarus and Ukraine on the basis of a clustered network form*. Minsk: Belaruskaya navuka. 391 p. (In Russ.)]

Третьяк О.А. 2013. Маркетинг взаимоотношений: концепции, формирование и развитие. *Российский журнал менеджмента*. Т. 11. № 1. URL: http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/strategy/rm_theory.htm [Tret'yak O.A. 2013. Marketing of relationships: concepts, formation and development. *Rossiyskiy zhurnal menedzhmenta*. Vol. 11. No 1. URL: http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/strategy/rm_theory.htm (In Russ.)]

Юдина Е.Н., Захарова С.А. 2016. Социальные сети Интернета в контексте теории автопоэзиса Н. Лумана. *Вестник университета*. № 10. С. 254–260. [Yudina E.N., Zaharova S.A. 2016. The social networks of the Internet in the context of the theory of autopoiesis N. Luman. *Vestnik universiteta*. No 10. PP. 254–260. (In Russ.)].

Фетисова О.В., Курченков В.В., Матина Е.С. 2013. *Роль сетевых компаний в развитии регионального потребительского рынка: монография*. Волгоград: Издательство ВолГУ. 160 с. [Fetisova O.V., Kurchenkov V.V., Matina E.S. 2013. *The role of grid companies in the development of the regional consumer market: monograph*. Volgograd: Izdatel'stvo VolGU. 160 p. (In Russ.)]

Ханф Й., Даутценберг К., Гагалюк Т., Белая В. 2009. Сетевой подход к управлению цепями поставок: понятия, круг проблем и направления развития. *Российский журнал менеджмента*. Т. 7. № 1. С. 43–68. [Hanf Y., Dauttsenberg K., Gagalyuk T., Belaya V. 2009. Network approach to supply chain management: concepts, the range of problems and directions of development. *Rossiyskiy zhurnal menedzhmenta*. Vol. 7. No 1. PP. 43–68. (In Russ.)]

Шерешева М.Ю. (Ред.). 2014. *Методология исследования сетевых форм организации бизнеса*. Москва: Издательский дом Высшей школы экономики. 446 с. [Sheresheva M.Yu. (Ed.). 2014. *Methodology of research of network forms of business organization*. Moscow: Izdatel'skiy dom Vyshey shkoly ekonomiki. 446 p. (In Russ.)]

Яшева Г.А. 2007. *Кластерный подход в повышении конкурентоспособности предприятий*. Витебск: Витебский государственный технологический университет. 301 с. [Yasheva G.A. 2007. *Cluster approach to increasing the competitiveness of enterprises*. Vitebsk: Vitebskiy gosudarstvennyy tekhnologicheskiy universitet. 301 p. (In Russ.)]

Arnkil R., Jarvensivu A., Koski P., Piirainen T. 2010. Exploring Quadruple Helix. Outlining

user-oriented innovation models. Final Report on Quadruple Helix Research for the CLIQ project. *Työraportteja 85/2010 Working Papers*.

Camarinha-Matos L.M., Afsarmanesh H., Ollus M. 2005. *Collaborative Networks and Their Breeding Environments*. New York: Springer Science+Business Media.

Chesbrough H.W., Garman A.R. 2009. How open innovation can help you cope in lean Times. *Harvard Business Rev.* Vol. 87. No 12. PP. 68–76.

Coase R. 1937. The Nature of the Firm. *Economica*. Vol. 4. No 16. PP. 386–405.

Cyert R.M., March R.M. 1963. *A Behavioral theory of the firm*. Englewood-Cliffs: Prentice Hall.

Dyer J.H., Singh H. 1998. The Relational view: Cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage. *Academy of Management Review*. Vol. 23. No 4. PP. 660–679.

Foray D. 2014. From smart specialisation to smart specialisation policy. *European Journal of Innovation Management*. Vol. 17. Iss. 4. PP. 492–507.

Gummesson E. 1999. *Total Relationship Marketing: Rethinking Marketing Management from 4Ps to 30 Rs*. Oxford: Butterworth Heinemann.

Huggins R. 2001. Inter-Firm Network Policies and Firm Performance: Evaluating the Impact of Initiatives in the United Kingdom. *Research Policy*. Vol. 30. PP. 443–458.

La Porta R., Lopez-de-Silanes F., Shleifer A., Vishny R.W. 1997. Legal Determinants of External Finance. *Journal of Finance*. Vol. 52. No 3. PP. 1131–1150.

Nalebuff B.J., Brandenburger A. 1996. *Co-Opetition*. New York: Doubleday Dell Publishing Group.

Ogilvie S. 2014. The Economics of Guilds. *Journal of Economic Perspectives*. Vol. 28. No 4. PP. 169–192.

Park S.H. 1996. Managing an Interorganizational Network: A Framework of the Institutional Mechanism for Network Control. *Organization Studies*. PP. 795–824.

Powell W.W. 1990. Neither Market Nor Hierarchy: Network Forms of Organization. *Research In Organizational Behavior*. PP. 295–336.

Spanikova V., Birkman L., Besseling C. 2014. *Business Networks. Final report*. Rotterdam: Ecorys.

Teece D.J., Pisano G., Shuen A. 1997. Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*. Vol. 18. No 7. PP. 509–533.

Zak P.J., Knack S. 2001. Trust and growth. *The Economic Journal*. PP. 295–321.

NETWORK FORMS OF ORGANIZING ECONOMIC ACTIVITY: CONCEPTS AND MODELS OF DEVELOPMENT

Marina Slonimska¹

Author affiliation: ¹ Institute of Economics, National Academy of Sciences of Belarus.

Corresponding author: Marina Slonimska (marina_slonimska@tut.by).

ABSTRACT. Provided is the analysis of network theories and concepts, as well as identified is their role at certain stages of organizing inter-firm networks participants' interaction. Presented are the genesis and classification of network forms of organizing the economic activity. Substantiated are the factors, principles and models of their development.

KEYWORDS: network forms of organizing economic activity, inter-firm networks, virtual organizations, «live» labs, integrated supply chains.

JEL-code: M38.

Received 10.08.2018

