

Инновационные сетевые структуры и межорганизационная интеграция

Колесник Надежда Александровна

Аспирант

Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики",

факультет менеджмента, Россия, г.Москва

nkolesnik@hse.ru

В условиях сетевой экономики [Котлер, Ахрол, 2000] управление бизнес сетями является стратегически важным аспектом для конкурентоспособности российских предприятий [Стерлигова, Моисеева, 2009]. Данный доклад представляет результаты исследовательского проекта по изучению инновационных структур организации сетевого типа. Для эффективного управления бизнес – сетями, прежде всего, необходимо выделить сеть из совокупности межфирменных отношений, как единицу управленческого анализа. Учитывая чрезвычайную сложность и вариативность форм сетевого взаимодействия, задача по выявлению сетевого взаимодействия в отношениях компании является весьма нетривиальной.

По межфирменным сетям наработана существенная теоретическая и эмпирическая база, вместе с тем понимание межфирменных сетей чрезвычайно разнообразно как в академической, так и бизнес среде. В наиболее широком смысле сеть понимается, как основа социально- экономических систем [Carra, 1996]. Наиболее распространенная трактовка заключается в понимании сети, как оптимальной гибридной формы, занимающей промежуточную позицию между рынком и иерархией [Williamson, 1985]. Далее ряд авторов выделяют различные отличительные признаки сетей в межфирменных отношениях, сужая или расширяя выборку для изучения [Третьяк, Румянцева, 2003]. В условиях многообразия существующих определений и трактовок сети наиболее полное и максимально адаптированное к российскому контексту является определение, данное Шерешевой М.Ю. [2006], на которое мы опираемся в нашем исследовании.

Квазиинтеграция - объединение экономических субъектов, предполагающее развитие устойчивых *долгосрочных связей* (4) между ними и *делегирование контроля над управлением совместной деятельностью* (3) при *отсутствии юридически оформленного трансфера прав собственности* (2).

Межорганизационная сеть - система контрактов между формально независимыми экономическими агентами с целью оптимального комбинирования и использования ресурсов. Границы межорганизационной сети как системы определяются наличием высокой *интенсивности взаимодействия* (1) между элементами внутри нее, существенно превышающей интенсивность взаимодействия между ними и элементами внешней среды.

Базируясь на вышеуказанных определениях, были выявлены четыре ключевых критерия верификации сети. Прежде всего, это высокая интенсивность взаимодействия. С нашей точки зрения наиболее важный признак, характеризующий сетевые отношения, как «сгусток рынка». Между фирмами может возникать множество связей и потоков: материальных, финансовых, информационных и др. Важный фактор, который необходимо учитывать при выявлении сети на основе показателя интенсивности взаимодействия, это специфика отрасли и деятельности предприятия.

Второй критерий - отсутствие формального контроля над собственностью. Данный признак подразумевает отсутствие формальных и неформальных факторов (пр. родственные отношения, инвестиции), которые способствуют возникновению контроля над управлением.

Третий критерий это наличие контроля над управлением. Другими словами следует выявить взаимное влияние участников на принятие решений. Важными показателями позволяющими определить степень совместного управления это: доля коллегиальных

решений, практика стратегического планирования, гибкость и уступчивость по отношению друг к другу в целях повышения результативности взаимодействия в перспективе.

Четвертый критерий - это долгосрочность отношений. Данный показатель, безусловно, является важным в ряде случаев, но не ключевым, например в динамических или виртуальных сетях. В интервью использованы относительные показатели, рассчитанные исходя из возраста компании, например, с начала основания или более половины срока существования компании.

В соответствии с данными критериями в рамках проекта была разработана взаимосвязанная система из 50 вопросов и показателей, в том числе индексов, которые в комплексе позволяют выделить бизнес сеть из совокупности межфирменных отношений. Далее была проведена апробация на основе структурированных интервью по вопросам анкеты с представителями компаний. На каждом шаге интервью какие-то вопросы добавлялись или адаптировались к уже полученным представлениям о компании. Таким образом, логика заключается в пошаговом усложнении универсального подхода и обогащения получаемых результатов. В целом подход доказал свою пригодность для проведения исследования.

В ходе апробации подхода были получены интересные эмпирические наблюдения по бизнес-сетям в России. 1. Высокая доля совместного управления и принятия совместных решений на оперативном уровне. Фактически происходит совместное создание ценности для потребителя и совместно с потребителем. 2. Высока доля неформальных договоренностей. В основном отношения оформляются в рамочном договоре, и множество деталей обсуждаются и решаются по мере реализации проекта.

3. Деятельность компании базируется на долгосрочных отношениях. Основную долю партнеров компаний составляют те компании, с которыми фирма работает с основания фирмы или более половины срока своего существования. 4. Автором замечена весьма интересная корреляция между мировоззрением лидера-руководителя фирмы и формированием межорганизационной сети. Если руководитель верит в то, что можно доверять людям (и партнерам), то его компания формирует более тесные отношения с партнерами.

Очевидно, что не возможно разработать универсальный подход к выявлению бизнес сети, в одинаковой мере пригодной для всех отраслей и типов бизнеса. Вместе с тем, более глубокие результаты могут быть получены на следующем этапе развертывания проекта, при переходе от универсальных вопросов к частным и специализированным, чтобы лучше разобраться в особенностях тех или иных сетевых структурах. Практическая значимость исследовательского проекта заключается в выделении сети, как самостоятельного объекта управления, что позволит использовать потенциал межфирменных связей для развития компаний в условиях сетевой конкуренции.

Литература

1. Capra F. The web of life. Anchor books, New York, NY, 1996.
2. Williamson O.E. The Economic Institutions of Capitalism. New York: Free Press, 1985.
3. Котлер Ф., Ачрол Р. Маркетинг в условиях сетевой экономики //Маркетинг и маркетинговые исследования в России. №2(26), 2000.с2-19.
4. Моисеева Н.К., Стерлигова А.Н. Влияние сетевой конкуренции на эффективность управления компаниями // Маркетинг. - №2 (105). – 2009. – с. 31-46.
5. Третьяк О.А., Румянцева М.Н. Сетевые формы межфирменной кооперации: подходы к объяснению феномена // Российский журнал менеджмента. 2003. Т.1.№2.с.25-50.
6. Шерешева М.Ю. Формы сетевого взаимодействия компаний; Москва: ИД ГУ - ВШЭ, 2010.