

[https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6\(2\)-7](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6(2)-7)

УДК 330.342.146

Ростислав КУКУРУДЗ

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

<https://orcid.org/0000-0002-5721-8946>

E-mail: [rostyslav.kukurudz@gmail.com](mailto:rostyslav.kukurudz@gmail.com)

## МОДЕЛЬ ЕКОНОМІЧНОГО ПАРТНЕРСТВА В МЕРЕЖЕВІЙ ЕКОНОМІЦІ

*Значні зміни в розвитку нових взаємозалежностей між компаніями, розвиток концепції ланцюга вартості та технологічний прогрес у сфері електронних зв'язків між компаніями є основними передумовами для значного інтересу теоретиків до мережових структур. Деякі вчені вважають, що дослідження двосторонніх відносин відображають популярність концепції афілійованого маркетингу, тоді як зосередження на мережах є вищим щаблем розвитку маркетингу. Враховуючи, що досягнення довгострокових кооперативних торговельних відносин, в першу чергу, залежить від волі та спроможності обох сторін-партнерів (двосторонній контроль), то зрозуміло, що їх природа може бути більш детально досліджена лише шляхом взаємних міркувань.*

*Ключові слова: модель, мережева економіка, компанія, мережева структура.*

Rostyslav KUKURUDZ

Vasyl Stefanyk Precarpathian National University

## MODEL OF ECONOMIC PARTNERSHIP IN THE NETWORK ECONOMY

*Significant changes in the development of new interdependencies between companies, the development of the value chain concept, and technological progress in the field of electronic communications between companies are the main prerequisites for the significant interest of theorists in network structures. Some scholars believe that the study of two-way relationships reflects the popularity of the concept of affiliate marketing, while the focus on networks is a higher level of marketing development. Given that the achievement of long-term cooperative trade relations primarily depends on the will and capacity of both partner parties (bilateral control), it is clear that their nature can be explored in more detail only through mutual considerations. Significant changes in the development of new interdependencies between companies, the development of the value chain concept, and technological progress in the field of electronic communications between companies are the main prerequisites for the significant interest of theorists in network structures. Some scholars believe that the study of two-way relationships reflects the popularity of the concept of affiliate marketing, while the focus on networks is a higher level of marketing development. Given that the achievement of long-term cooperative trade relations primarily depends on the will and capacity of both partner parties (bilateral control), it is clear that their nature can be explored in more detail only through mutual considerations.*

*Key words: model, merging economy, company, merging structure.*

### Постановка проблеми у загальному вигляді

#### та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Значні зміни в розвитку нових взаємозалежностей між компаніями, розвиток концепції ланцюга вартості та технологічний прогрес у сфері електронних зв'язків між компаніями є основними передумовами для значного інтересу теоретиків до мережових структур. Деякі вчені вважають, що дослідження двосторонніх відносин відображають популярність концепції афілійованого маркетингу, тоді як зосередження на мережах є вищим щаблем розвитку маркетингу. Враховуючи, що досягнення довгострокових кооперативних торговельних відносин, в першу чергу, залежить від волі та спроможності обох сторін-партнерів (двосторонній контроль), то зрозуміло, що їх природа може бути більш детально досліджена лише шляхом взаємних міркувань.

### Виклад основного матеріалу

Зіткнувшись із розвитком нових відносин між компаніями як концептуально, так і з точки зору управління, деякі теоретики змістили науковий фокус з двосторонніх відносин на бізнес-мережі. Першими, хто помітив значні зміни, були Р. Майлз, Ч. Сноу, Г. Дж. Коулман [1]. Проте найбільший внесок у створення та розвиток теорії промислових мереж (*Theory of Industrial Networks*) вносять шведські вчені, такі як Х. Хаканссон, Й. Йохансон, І. Снехота, Л.Г. Матссон та інші [2]. Основний акцент у цьому підході було зроблено на ідентифікації мережі залежностей. На відміну від бінарних систем, у яких торговельні відносини є непов'язані з «мікросвітом», ізольованими від реального оточення, теорія промислових мереж розглядає структуру відносин у зв'язку зі структурами, які їх оточують. Ці структури, що складаються з багатьох горизонтальних, вертикальних і побічних зв'язків інституцій, називаються мережами залежностей. З одного боку, вони становлять систему відліку для взаємодій, що відбуваються всередині них, а з іншого боку, вони постійно змінюються цією взаємодією. Ця динаміка та аспекти взаємозалежності означають, що зміна в одному зв'язку впливає на всі інші відносини в мережі, утворюючи серце промислової мережевої системи. Раціоналізм тих, хто приймає рішення, зумовлений їхніми когнітивними здібностями, які можуть бути порушені через наявність неповної інформації та обмежених комунікативних навичок. Ці ситуації виникають в умовах невизначеності, коли не всі обставини обміну відомі, як *ex ante* (невизначеність

середовища), так і *ex post* (невизначеність поведінки) [3]. Так, невизначеність середовища пов'язана з проблемою адаптації, що означає труднощі у зміні та адаптації умов контракту через зміни в середовищі, або неможливість передбачити всі умови під час складання контракту. Невизначеність поведінки, у свою чергу, породжує проблему належної оцінки дій учасників угоди в контексті її надійного виконання [3]. Це викликає значні труднощі при перевірці відповідності наслідків раніше встановленим умовам угоди. Другим припущенням є опортуністична поведінка тих, хто приймає рішення. Творці теорії стверджують, що недобросовісні люди шукають шляхи для власних інтересів, що унеможливує априорі визначення: кому варто довіряти, а кому ні. О.Е. Вільямсон визначає опортунізм як підступний егоїзм, включаючи поведінку, таку як брехня, обман і більш витончені форми, такі як порушення контракту [3]. Для цього основним завданням є створення механізмів безпеки за рахунок повної вертикальної інтеграції, тобто спільного управління партнерами, які здійснюють обмін. Ця логіка базується на априорному припущенні щодо характеристик внутрішньої організації з точки зору опортуністичної поведінки та породження витрат. У цьому контексті актуальними стають три специфічні аспекти. По-перше, в порівнянні з ринковим регулюванням обміну, в умовах ієрархічної структури з'являється більший обсяг контролю та стають більш доступними механізми моніторингу. У результаті збільшується здатність компанії виявляти опортуністичну поведінку та адаптивність [4]. По-друге, організація здатна забезпечити довгострокову винагороду. Їх наслідком є зменшення можливих вигод від опортуністичної діяльності партнера по обміну. По-третє, можливим результатом є створення організаційної атмосфери, в якій культурні та соціальні процеси можуть створити конвергентні цілі для обох сторін і мінімізувати *попередній* опортунізм [5].

Таким чином, мережевий підхід вимагає розширення аналізу пар зв'язків із взаємозалежністю з іншими зв'язками в мережі. Однак важливим обмеженням аналізу єдиних відносин є той факт, що він пояснює успіх зв'язків лише через зв'язок обох компаній, які використовують певний тип мережі, тобто лише і виключно за допомогою чинників, які є результатом взаємної залежності по відношенню до інших відносин. У цьому підході ігноруються чинники, які базуються на ресурсах, або взаємодії обох компаній. Однак через надзвичайно складну природу мережевого явища дослідження на сьогоднішній день здебільшого базуються на прикладах. Існують значні труднощі для теоретиків промислових мереж у розробці відповідних методологій для емпіричних досліджень. Зазвичай вони використовують теоретичні основи, які використовуються в дослідженнях двосторонніх відносин [5].

Незважаючи на численні роботи в області мережевого підходу, на жаль, на нинішній час немає повної згоди щодо самої сутності мережі та конструкцій, пов'язаних з нею. Ділові мережі іноді розглядаються як набір взаємопов'язаних компаній [1], іноді як набір взаємопов'язаних відносин між компаніями [6]. Другий підхід виглядає більш виправданим. Його припущення полягає в тому, що бізнес-мережа має більшу перевагу, ніж сума задіяних зв'язків. У цьому випадку стає надзвичайно важливим пояснити вплив двосторонніх зв'язків на інші відносини в мережі. Цю наукову проблему виявили Дж.К. Андерсон, Х. Хаканссон і Дж. Йохансон, які розробили концепцію двосторонніх відносин між компаніями в контексті мережі зв'язків [2].

Тому бізнес мережу було визначено як набір двох або більше взаємопов'язаних економічних суб'єктів, між якими відбуваються економічні відносини, тобто бізнес-мережа сприяє підвищенню можливостей ведення діяльності шляхом укладення угод, виконання яких потребує менших витрат завдяки їх «розподілу» між усіма учасниками (рис. 1). Зазначено, що серед чинників, які визначають ефективність бізнес-мережі є зменшення асиметрії обміну інформацією між партнерами, а компанії, що беруть участь у мережі, можна порівняти з акторами, які взаємодіють один з одним [2]. Надзвичайно важливою проблемою дослідження є пошук функції взаємозв'язку в мережевій перспективі. Шукаючи відповіді, варто спиратися на вже вживане в науці поняття актора як еквівалента компанії, що виконує діяльність і використовує ресурси. Відповідно до нього функції ділових відносин можна розглядати з точки зору трьох основних складових [2]:

- діяльність;
- актори;
- ресурси.

Важливо розрізнити основні та опосередковані функції відносин. Відмінною рисою основних функцій є їхній вплив на дві компанії-партнери в рамках їх взаємодії в двосторонніх відносинах. Вторинні функції, також відомі як мережеві функції, які включають опосередковані, позитивні та негативні наслідки відносин, що є результатом їх прямих і опосередкованих зв'язків з іншими відносинами. Однак у певних відносинах другорядні функції можуть бути такими ж важливими, як і основні, або навіть важливішими.

Тому основною функцією відносин є результат взаємного поєднання творчої діяльності спільних, різнорідних ресурсів і взаємності, заснованої на особистому інтересі акторів. Діяльність, здійснювана у відносинах, може бути взаємно прийнята кожним із учасників відносин, таким чином підвищуючи синергетичний ефект. Кожна сторона також може отримати інформацію про ресурси іншої та знайти нові й кращі способи їх об'єднання. Таким чином відносини можуть викликати ефект інновацій.

Вторинні функції, або мережеві функції є результатом існування зв'язків між відносинами. З огляду на три компоненти (діяльність, актори, ресурси), вторинні функції стосуються ланцюга діяльності, що

включає більше ніж дві компанії, групу ресурсів, контрольованих більш ніж двома компаніями, і спільне прийняття мережі більш ніж двома суб'єктами. Завдяки адаптації діяльності в кількох взаємозв'язках збільшується взаємодоповнюваність дій, або інших незалежних, а ланцюги дій поширюються на інші суб'єкти, які їх утворюють.

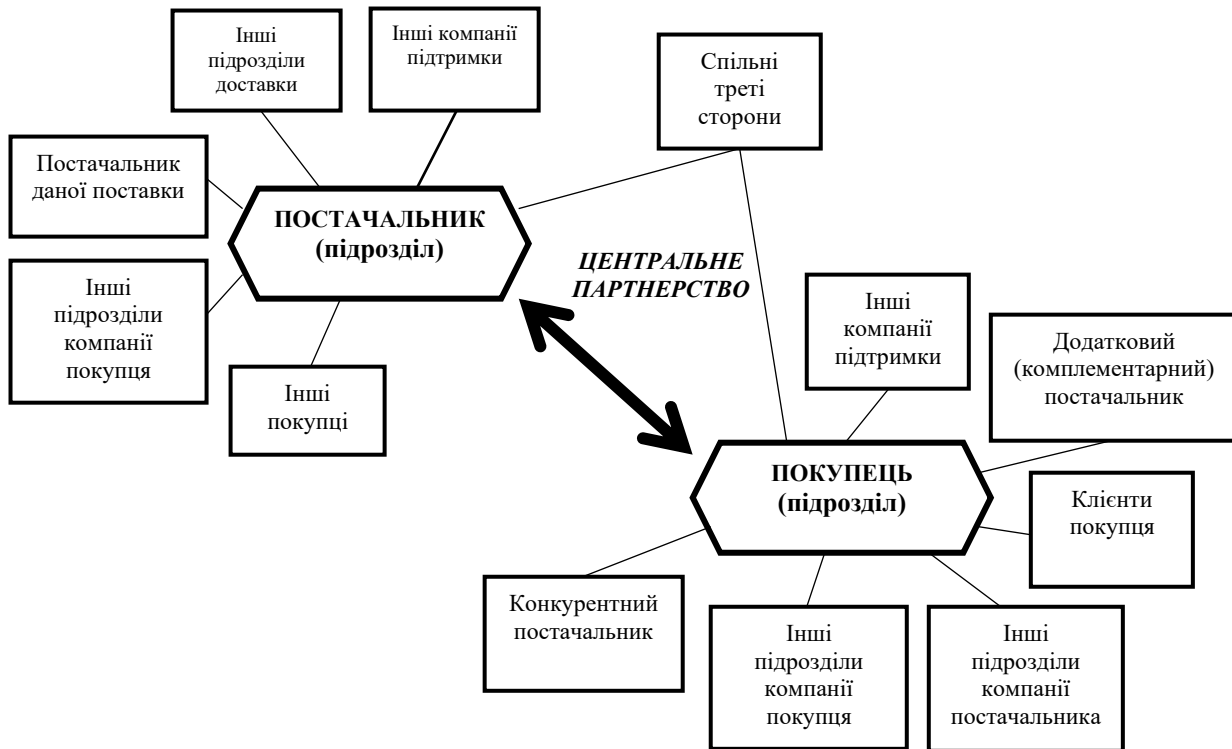


Рис. 1. Теоретична модель економічного партнерства

Розроблено на основі [2]

Тобто наявність вторинних функцій означає, що вони також є частиною мережі. Хоча мережа формується діловими відносинами, але, з іншого боку, на ці відносини мережа впливає через існування другорядних функцій. Слід пам'ятати, що даний зв'язок може вплинути на мережу як позитивно, так і негативно, призводячи до її стабілізації, або дестабілізації. Тому подвійні відносини можуть вплинути на консолідацію мережі, її розширення, або стати початком розвитку нової мережі.

Прагнучи виокремити мережу як предмет дослідження, надзвичайно важливо знайти її межі. Тенденція промислових мереж пов'язана тут зі значними проблемами. Перша полягає у визначенні сутності середовища для компанії-учасника мережі. Класична різниця між компанією та середовищем є досить чіткою. Навколишнє середовище розглядається як середовище компанії, яке включає всі зовнішні чинники, які впливають або можуть вплинути на діяльність компанії. Однак таке розуміння корпоративного середовища в контексті мережі видається недостатнім. Навколишнє середовище компанії, згідно з теорією залежності від ресурсів, «є вихідним соціально сконструйованим середовищем, а з часом межі між організацією та її середовищем починають поступово зникати» [7]. Таким чином, можна зробити висновок, що перспектива середовища для даної компанії зміниться. Це твердження особливо важливо в контексті розвитку відносин між компаніями. Відносини сприяють впливу однієї фірми на іншу, а це означає, що фірма отримує контроль хоча б над однією частиною свого середовища, відмовляючись натомість від частини свого внутрішнього контролю. Тобто розвиток відносин означає, що компанії взаємодіють з навколишнім середовищем через призму певних елементів, які надають певне нове, специфічне обличчя середовищу компанії. Тоді виникає питання: як слід розглядати середовище відносин? Чи слід розглядати його як силу чи як структуру зі специфічним організованим характером? Ці важливі проблеми важко вирішити однозначно. Однак можна сказати, що розгляд відносин між компаніями та окремими компаніями як одиниць, вбудованих у середовище однакової природи та структури, є вкрай недоречним.

Дж. К. Андерсон, Х. Хаканссон і Дж. Йохансон розробили цікаві конструкції в цьому відношенні, які можуть бути використовуватись при розгляді середовища компанії, вбудованої в мережу. Основне припущення полягає в тому, що актори мають явно обмежені знання про мережу, в якій вони беруть участь. Це є результатом не лише того, що мережа розширюється все далі й далі від актора, але й «невидимості» мережеских відносин і зв'язків. Мережа безмежно розширюється через взаємопов'язані зв'язки, тому межі будь-якої бізнес-мережі можна окреслити лише довільно. Однак для цілей аналізу можна ввести деякі поняття, які допоможуть зрозуміти прийняття мережі компанією, що в ній бере участь. Перший термін – це

*мережеві горизонти*, що визначають сферу мережевої перспективи актора. Її межі можуть залежати як від досвіду компанії, так і від структурних особливостей мережі. Це означає, що мережевий горизонт даної компанії може змінюватися з часом, що є наслідком її ділової активності. Звідси можна зробити висновок, що межі мережі не довільні, а залежать від перспективи в даний момент часу. Іншим терміном у вивченні мереж є акторський мережевий *контекст*, що означає частину мережі в межах горизонту, очевидного для актора. Ця очевидність є результатом відносного знання інших учасників, ресурсів і діяльності, яку вони здійснюють. Мережевий контекст може бути повністю, або частково спільним для певних учасників, принаймні тих, які тісно взаємодіють один з одним. У цій складній і мінливій конфігурації компаній, які утворюють мережу, актори розроблятимуть т.зв. *ідентифікатори* мережі. Це стосується того, як компанії сприймають одна одну в мережі та як їх сприймають інші учасники мережі.

Цікавим є дослідження Дж. К. Андерсон, Х. Хаканссон і Дж. Йохансон, які продемонстрували вплив двосторонніх відносин на мережу і навпаки, вплив мережі на дані відносини. У зв'язку з цим вони розробили два дуже важливі конструкти. В першому випадку передбачається визначення ефекту, який має конструктивний *вплив на ідентичність мережі* (anticipated constructive effects on network identity) (рис. 2), тобто визначається поріг, до якого даній компанії вигідно брати участь у взаємовідносинах із даним партнером. Можна виділити три області цього конструкту: очікувана передача ресурсів, очікувана взаємодоповнюваність діяльності та очікувана загальна позитивна оцінка партнера у відносинах.



Рис. 2. Очікувані конструктивні ефекти, що впливають на ідентичність мережі

Розроблено на основі [2]

Однак участь у відносинах також може мати згубний вплив на відносини даної компанії з іншими організаціями. У зв'язку з цим було вказано на існування другої конструкції, тобто *передбачуваного негативного впливу* на ідентифікацію мережі (рис. 3). Вони вказують на те, наскільки компанія сприймає свою власну участь в обміні з даним партнером як таку, що має негативний або інший несприятливий вплив (вплив) на ідентичність мережі певним чином. Цей конструкт складається з наступних змінних: очікувана унікальність ресурсу, очікувані протиріччя діяльності та очікувана несумісна оцінка партнера в стосунках.

Передбачувана унікальність ресурсів включає два основних аспекти: виключення ресурсів з можливості їх використання в інших відносинах і негативну адаптацію ресурсів по відношенню до інших відносин. Ця конструкція стосується потенційного проблемного використання даних ресурсів у кількох відносинах. Така концепція ресурсів у певному сенсі відноситься до специфічних інвестицій, характерних для теорії трансакційних витрат. Якщо компанія залучає обмежені ресурси в одному зв'язку, то тоді природньо є неможливим використовувати їх одночасно в інших відносинах, що може негативно вплинути на ідентифікацію мережі. Очікувані суперечливі дії, у свою чергу, стосуються труднощів, або неможливості інтегрувати діяльність, що виконується в центральних відносинах, із діяльністю, що відбувається в інших системах. Ці негативні наслідки можуть бути як кількісними, так і якісними. Ще однією детермінантою потенційного негативного впливу певних відносин на інші є очікувана несумісна оцінка учасників відносин.

Це виражається, в першу чергу, занепокоєнням, або небажанням інших партнерів по відношенню до компанії, брати участь у розвитку відносин з певною небажаною організацією. Це небажання може бути викликане відчуттям загрози власним інтересам інших учасників, або бути результатом несприйняття партнерів компанії, які встановлюють відносини з даним центральним актором.

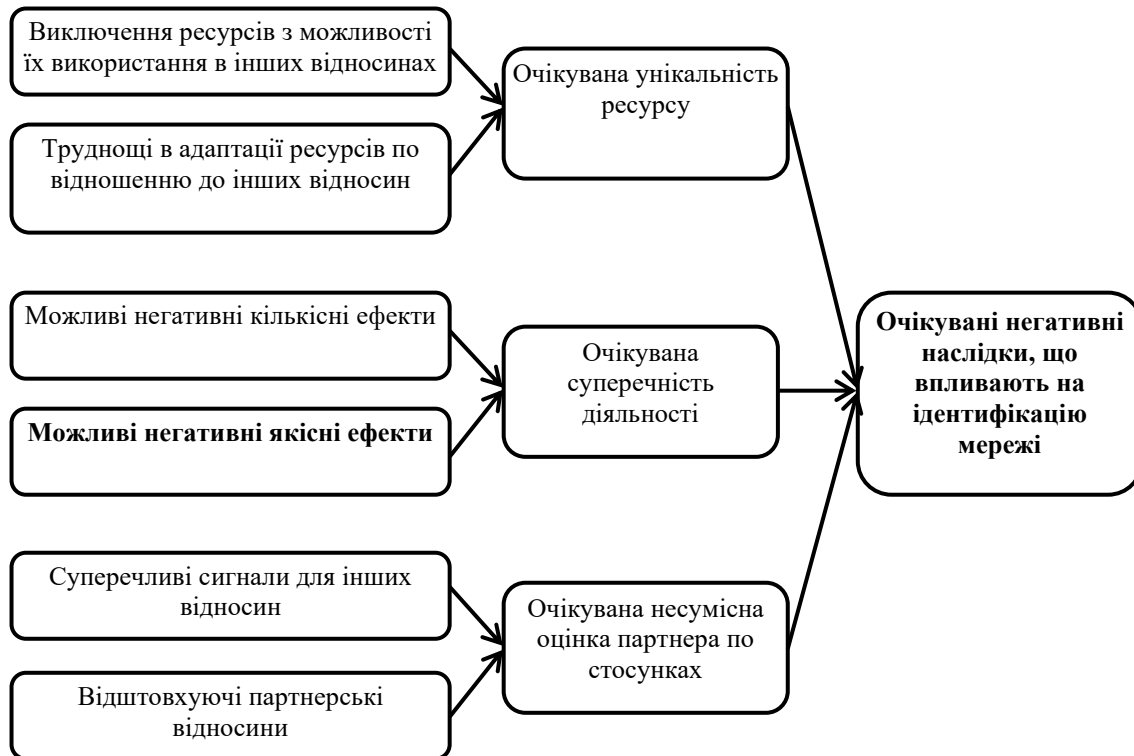


Рис. 3. Очікувані негативні наслідки, що впливають на ідентичність мережі  
Розроблено на основі [2]

### Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Основні припущення мережевої тенденції, представлені вище, вказують на необхідність розширення області аналізу для дослідження двосторонніх відносин. Існує потреба в подальшому поглибленому дослідженні пар компаній, які здійснюють реляційний обмін, з тією лише зміною, що вони також повинні відображати зв'язки певних відносин з іншими, в яких беруть участь досліджувані компанії. Ця точка зору виглядає правильною. Припущення *ceteris paribus* в інших відносинах з моделями двосторонніх відносин стає все більш нереалістичними, беручи до уваги динамічний розвиток різних типів бізнес-мереж в економічній практиці. У контексті моделювання довгострокових партнерських відносин між покупцем і постачальником важливим зауваженням є те, що мережевий підхід відкидає теорію трансакційних витрат як теоретичну основу дослідження і більше використовує теорію соціального обміну та теорії ресурсної залежності. Це пов'язано з тим, що мережі характеризуються високим рівнем довіри між компаніями, які їх створюють, що жодним чином не описується теорією О. Е. Вільямсона, яка, як відомо, передбачає опортунізм як основну норму поведінки суб'єктів.

### References

1. Miles R. E., Snow C. C. Causes of Failure in Network Organizations. California Management Review. 1992. Vol. 34, no. 4. P. 53–72.
2. Anderson J. C., Hakansson H., Johanson J. Dyadic Business Relationships within a Business Network Context. Journal of Marketing. 1994. Vol. 58, no. 4. P. 1–15.
3. Williamson O. E. The Economic Institutions of Capitalism. Free Press, 1998. 468 p.
4. Anderson E., Oliver R. L. Perspectives on Behavior-Based versus Outcome-Based Salesforce Control Systems. Journal of Marketing. 1987. Vol. 51, no. 4. P. 76–88.
5. Rindfleisch A., Heide J. B. Transaction Cost Analysis: Past, Present, and Future Applications. Journal of Marketing. 1997. Vol. 61, no. 4. P. 30–54.
6. Achrol R. S., Kotler P. Marketing in the Network Economy. Journal of Marketing. 1999. Vol. 63. P. 146–163.
7. Astley W. G. Toward an Appreciation of Collective Strategy. The Academy of Management Review. 1984. Vol. 9, no. 3. P. 526–535.