

нім рівнем характеризується тільки один період – 2009 рік.

Для таксономічного показника рівня розвитку (динамічна характеристика множини елементів) множини напрямів екологічних витрат, розподілених по 6 залізницях по роках з 2007 по 2015 рр. окремо для кожної із 6 залізниць критерієм раціональності розподілу є від'ємний приріст квадратів таксономічних показників. Розраховані показники вказали на найвищим був рівень розвитку системи ЕЕУ ПЗТ щодо розподілу екологічних витрат був 2010 рік. Наступний рік продемонстрував протилежний рівень розвитку ЕЕУ ПЗТ щодо розподілу екологічних, який нами охарактеризований в роботі як ірраціональний. Така невідповідність рівнів розвитку системи розподілу екологічних витрат по сукупності об'єктів та по окремих об'єктах може бути пояснено результатом синергетичного впливу розподілу по об'єктах на розподіл екологічних витрат по сукупності вцілому.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Айвазян С. Классификация многомерных наблюдений / С. Айвазян, З. Бажаева, О. Староверова. – М.: Статистика, 1974. – 769 с.
2. Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в экономических исследованиях. Методы таксономии и факторного анализа. / В. Плюта // – М.: Статистика. – 1980. – 151 с.
3. Саблина Н.В. Использование метода таксономии для анализа внутренних ресурсов предприятия / Н.В. Саблина, В.А. Теличко // Бизнес – Информ. – 2009. – № 3. – С. 78–82.
4. Кожушко О. Використання методу таксономії для оцінки рівня захисту інтелектуального капіталу промислових підприємств [Електронний ресурс] / О. Кожушко. – Режим доступу: http://www.library.tane.edu.ua/images/nauk_vydannya/5S1jDC.pdf.
5. Івахненко І.С. Застосування таксономічного аналізу для визначення рівня платоспроможності підприємства / І.С. Івахненко // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/15_NNM_2012/Economics/10_110686.doc.htm. — Загол. з екрана.
6. Іляш О.І. Трансформації системи соціальної безпеки України: регіональний вимір: [монографія] / О.І. Іляш. – Львів: ПАІС, 2012. – 592 с., с. 292.
7. Hellwig Z. Zastosowanie metody taksonomicznej do typologicznego podziału krajow ze wzgledu na poziom ich rozwoju i strukture wykwalifikowanych kadr / Z. Hellwig. – Przegląd Statystyczny, 1968. – N4. – 211 p.

ДЕТЕРМІНАНТИ ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ МЕРЕЖ: ВІДМІННІСТЬ ВІД РИНКУ ТА ІЄРАРХІЇ

DETERMINANTS OF THE FORMATION OF BUSINESS NETWORKS: DIFFERENCE FROM THE MARKET AND HIERARCHY

Досліджено проблему формування економічної взаємодії в підприємницьких мережах. Аргументовано, що детермінантами формування мереж виступають: викривлення внутрішньої інформації при узгодженні прав власності, розподіл ризиків між партнерами на заздалегідь узгоджених умовах, гетерогенність ресурсів, зменшення витрат на координацію, впровадження єдиних норм та правил, синергії та спеціалізації на конкурсних засадах, мережевих екстерналій. Визначено основні відмінності підприємницьких мереж від ринку та ієрархії.

Ключові слова: підприємницькі мережі, ринок, ієрархія, транзакційні витрати, трансфертне ціноутворення, теорія контрактів, мережеві екстерналії.

Исследована проблема формирования экономического взаимодействия в предпринимательских сетях. Аргументировано, что детерминантами формирования сетей выступают: искривление внутренней информации при согласовании прав собственности, распределение рисков между партнерами на заранее согласованных условиях, гетерогенность ресурсов, умень-

шение затрат на координацию, внедрение единых норм и правил, синергии и специализации на конкурсной основе, сетевых экстерналий. Определены основные отличия предпринимательских сетей от рынка и иерархии.

Ключевые слова: предпринимательские сети, рынок, иерархия, транзакционные издержки, трансфертное ценообразование, теория контрактов, сетевые экстерналии.

The problem of formation of economic interaction in business networks is investigated. It is argued that the determinants of the formation of networks are: the curvature of internal information in the negotiation of property rights, the distribution of risks between partners on pre-agreed terms, the heterogeneity of resources, the reduction of coordination costs, the introduction of uniform norms and rules, synergies and specialization on a competitive basis, network externalities. The main differences of entrepreneurial networks from the market and hierarchy are determined.

Key words: business networks, market, hierarchy, transaction costs, transfer pricing, contract theory, network externalities.

УДК 334.012

Іжевський П.Г.

к.е.н., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування Хмельницький національний університет

Постановка проблеми. Сучасні умови господарювання потребують створення нових економічних зв'язків між підприємствами у вигляді структур, рівновіддалених від ринку та ієрархії. Підприємницькі мережі все частіше переймають на себе значну частину видів діяльності, що традиційно перебували в межах фірми, вони достатньо гнучкі, щоб реагувати на зміни ринку та водночас мають достатній запас міцності для того, щоб взяти на себе спільні проекти. Сьогодні такі структури розглядаються в якості позитивних каталізаторів прискорення ринкових перетворень та конкурентних переваг як на рівні окремих підприємств, так і країн та регіонів, що породжує необхідність дослідження природи формування їх структури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню структур, що розміщуються між двома відправними точками «ринку» та «ієрархії», присвячені роботи таких науковців як О. Вільямсон, К. Ейзенхард, Р. Раднер, О. Харт. Їх праці стали основою вивчення феномену підприємницьких мереж вченими Р. Майлзом, Ч. Сноу, М. Пйором, Дж. Рокартом, Дж. Шортом, В. Стадник, З. Хашевою, І. Федотовою, Н. Басовим та ін. Проте досі актуальними залишаються проблеми визначення детермінант формування підприємницьких мереж як структури, що знаходиться між ринком та ієрархією.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення детермінант підприємницьких мереж на основі відмінностей мережі від ринку та ієрархії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Формування економічної взаємодії на основі «агент – мережа» має базуватися на засадах самомотивації зацікавлених сторін, що входять до такого утворення. Проте будь-який учасник, всупереч передбачуваний раціональній поведінці, може застосовувати опортунізм, спрямований на покращення свого індивідуального становища. Отже, основою співробітництва в мережі повинно слугувати створення доданої вартості, яка б перевищувала суму доходів сукупності агентів при їх відособленій діяльності.

Вважаємо, що формування структури мережі базується на змінних факторах, таких як ризик, асиметрія інформації, трансакційні витрати та комплексні активи. Управління перерахованими вище змінними дасть можливість побудувати систему мотивації мережі, яка забезпечить стимули та механізми створення додаткового доходу заснованого на відкритості, повноті та правдивості інформації учасників. Таким чином, економіка підприємницької мережі має розглядатися на основі:

- ризику та асиметрії інформації;
- командних іграх та боротьбі між власними (егоїстичними) та загальними (мережевими) інтересами;

- механізмів проектування мережі;
- вертикальній інтеграції та економії трансакційних витрат;
- наявних ресурсах та механізмах власності;
- створенні вартості та її розподілу.

Інструментами дослідження перерахованих факторів та ідентифікації бізнес-мереж виступають знані серед науковців-економістів теорії: теорія принципал-агента, теорія ігор, теорія контрактів, теорія корисності, теорія трансакційних витрат, принципи цінової дискримінації тощо. Розглянемо послідовно вище перераховані фактори та теорії.

Ризик та асиметрію інформації при формуванні бізнес-мереж необхідно досліджувати на основі праць К. Ейзенхарда та Р. Раднера, які підкреслюють, що моделювання відносин «принципал-агента» базується на теорії ризику, асиметричності інформації та стимулах [1; 2]. В основі побудови відносин принципала з агентом виступає дилема – при яких умовах контракту виконавець (агент) може якісно виконати роботу від імені власника або керівника проекту (принципала) [1; 3]. В. Міловідов, продовжуючи дослідження, стверджує, що контракти за ознакою мотивації можна розділити на поведінкові та доходні [4]. В поведінкових контрактах фіксується організація відносин принципала з агентом (вимоги до обміну інформацією та складання звітності, відповідальності та підпорядкованості), в доходних контрактах – матеріальні стимули (механізм виплати комісійних, перерозподіл прав власності та інші ринкові стимули). Укладання контрактів між економічними суб'єктами здійснюється з метою врегулювання протиріч інтересів обумовлених економічним середовищем.

До негативних наслідків призводить вибір недостатньо вмотивованого та схильного до опортунізму агента. Він, за умови наявності асиметричної інформації, в змозі відобразити на свою користь стан якості виконання проекту та тим самим забезпечувати для себе більш сприятливі умови [5]. Отже, до недоліків такого роду економічних зв'язків можна віднести: витрати на страхування агентів, втрати конфіденційної економічної інформації, витрати моніторингу на підбір агентів та контроль за їх діяльністю.

Таким чином, викривлення внутрішньої інформації, при узгодженні прав власності, стають першопричиною появи мереж. Вірогідно, більш вигідно «продати проект» господарюючому суб'єкту, який володіє певними знаннями, коли результат виконання формується його власним середовищем. Проте, під час виконання своїх обов'язків в агента можуть виникати труднощі, пов'язані з виконанням завдань; з метою підвищення компенсації він буде використовувати асиметрію інформації на свою користь, спотворюючи інформацію про зусилля та проблеми [1].

Ризик також пов'язаний з потребою прийняття рішень в умовах невизначеності. Діяльність принципала та агента супроводжується комерційним (дезорієнтація в ринковому просторі), технологічним (невчасність інвестування в технологію), концептуальним (невідповідність обраної концепції перспективам розвитку ринку) ризиками [6; 7]. Бізнес-мережі, в свою чергу, за допомогою зменшення невизначеності мінімізують більшість видів ризику (комерційний, технологічний, концептуальний) шляхом можливостей вибору, спеціалізації ресурсів та їх розподілу між учасниками.

В той же час однією з характеристик мережі виступає ступінь розподілу ризиків між продавцем та постачальником [8]. Вважається, якщо всі ризики перекладаються виключно на одну із сторін, то такий вид взаємодії не притаманний мережі – це обмінні або контрактні відносини, які базуються на фіксованій ціні. В мережах ризик розподіляється між партнерами, що приваблює партнерів, менше схильних до нього, оскільки «багатші» учасники приймають на себе більшу його частку. Така система дає можливість забезпечувати функцію спільного контролю, яка є одним з визначальних елементів бізнес-мереж.

Зростання конкуренції та вимоги до швидкості прийняття управлінських рішень поряд із збільшенням обсягів інформаційних потоків виступають слабкими місцями централізованих структур, що особливо відчутно при потребі оволодіння особливими знаннями в часовому просторі [9]. Навпаки, на думку М. Пйора, в підприємницьких мережах виникає необхідність використання неорганізованих або конкретних знань, що сприяє розподілу прийняття рішень в їх межах [10].

Побудова підприємницьких мереж спрямована на створення можливостей через управління стимулами та забезпечується мережевим партнерством. Проте, за умов взаємозалежності ймовірна наявність підґрунтя для конфлікту на основі укладених компромісів між інтересами учасників [11].

Командні ігри. Боротьба між власними та мережевими інтересами може здійснюватися за допомогою використання теорії ігор. У функціонуванні мереж виникають труднощі зі створенням коаліцій та прогнозуванням поведінки агентів, формуванням їх стратегій при наявності декількох етапів конкурсного відбору партнерів. Ідеальний варіант полягає в пошуку перерозподілу виграшів між учасниками мережі, який би домінував над всіма іншими можливими. Його відображає пошук С-ядра Л. Шеплі, заснованого на пошуку оптимальності кооперативної теорії ігор [12]. Пошук оптимального варіанту вказує на те, що найкращі результати належать учасникам, які приймають участь в розподілі С-ядра. Проте, відсутність простих алгоритмів перевірки та множинність поділу С-ядра ускладнюють застосування принципу опти-

мальності на практиці. Також існує ситуація, коли ядро взагалі відсутнє, що свідчить про можливість трансформації мережі на основі перегрупування учасників в «коаліції». Таким чином, участь в проєкті або розподіл доходу можливий лише за умови проведення ефективних переговорів між учасниками та залежить від конкретного випадку.

В більшості випадків в мережах, як фізичні особи, так і фірми прагнуть здобути для себе репутацію добросовісного учасника, яка надасть їм право участі в майбутніх правочинах (угодах). Відносини, засновані на повторних операціях, переходять в розряд симбіотичних та надійних [13, с. 86]. Буде справедливо припустити, що кожен з потенційних партнерів утримуватиметься від використання вразливості «один одного». Підприємницькі мережі виставляють та пропагують свої найкращі ресурси з метою залучення майбутніх партнерів, а з іншого боку спроможність учасників створювати альянси на основі взаємовигоди значно підвищує їх репутацію як бажаного партнера [14].

За низької концентрації виробництва, мережі можуть сприяти кооперації та відповідності вимог на високому рівні, при фірмовому колективному контролі над виробництвом ті ж самі сили прагнуть до змови [15]. При цьому, фірмам також потрібно підтримувати свою основну компетенцію, щоб залишатися привабливими партнерами. Зрушення в смаках та технологіях потребують впливу на навички та критичні активи.

Сила, яка здійснює керівництво мережею, також може здійснювати пошук партнера в іншому місці за умови зміни смаків або технологій [16]. Справді багато фірм, використовуючи аутсорсинг як частину свого ланцюжка вартості, шукають в своїх «пустотах» основні компетенції та пізніше можуть відмовитися від послуг партнерів [17; 18].

Партнерство в мережі базується на синергії; шляхом об'єднання ресурсів, колабораціоністи можуть отримати більше, ніж вони б могли отримати від самостійної підприємницької діяльності [19]. Співпраця можлива за умови формування надлишкової вартості від участі кожної з сторін, наприклад, в періоди зростання ринку. Застосування теорії ігор в мережі, зокрема «дилеми ув'язненого», може на деякий короткий час вирішити проблему, оскільки існуватиме надлишкова вигода в обміні [2]. Однак, якщо ринок змінює свої межі, то колабораціоністи перетворюються на конкурентів. Інтерес до підвищення взаємної вигоди може стати особистим в претензії на скорочення обсягу остаточних активів.

Погоджуємося з думкою І. Федотової в тому, що створення міжфірмових мереж за допомогою квазіінтеграції (об'єднання економічних суб'єктів на основі розвитку між ними довгострокових зв'язків за відсутності юридично оформленого трансферу прав власності) формує достатню вну-

трішньомережеву систему норм та правил, які служать для врегулювання конфліктів [19]. Сформовані таким чином «норми-обмеження» змушують кожного із учасників враховувати інтереси партнерів по мережі та забезпечувати її стабільність та керованість.

Побудова механізму. Застосування механізму аукціону Вікрі-Кларка-Гровса виступає одним із можливих варіантів вирішення проблеми суспільних товарів, який передбачає такий тип контракту, відносно якого оптимальною стратегією для кожного із учасників буде надавати правдиву інформацію відносно інших агентів [20]. Така система підтверджує, що ефективний розподіл можливий виключно за умови достатності інформації. Ефективна побудова інститутів, нових правил та механізмів примусу неможлива без аналізу людської поведінки в їх контексті. Отже, імплементація економічних механізмів включає концепції, котрі виникають в результаті дослідження інституційної будови та функціонування соціальних правил. Відтак, для оцінки можливої ефективності інститутів, в тому числі і підприємницьких мереж, необхідно не тільки враховувати фактор асиметрії інформації та її вартості, але й можливість імплементації.

Лауреат Нобелівської премії з економіки Л. Гурвіц поняття «імплементації» в контексті економічного інституту вважає більш широким, ніж поняття «примусу», оскільки воно забезпечує виконання та дотримання правил передбачених інститутом і базується не тільки на засобах примусу, але й на забезпеченні інформацією, необхідними стимулами та механізмами стратегій [20]. За такої умови проблема полягає в тому, що механізм будь-якого проекту не передбачає збалансованості бюджету. На даному аспекті загострюють свою увагу р. Еклс і Д. Крейн «хоча доходи змінюються, проте недостатньо досягнути просто показників рентабельності, за виключенням їх достатності на агрегованому рівні» [21, р. 187].

Вертикальна інтеграція та трансакційні витрати в економіці. Економіка трансакційних витрат встановлює межі фірми в точці, де граничні витрати економії від забезпечення операцій всередині фірми дорівнюють граничним витратам від помилок [3]. Угоди за межами фірми продукують додаткові витрати для постачальників, таким чином збільшуючи етап торгівлі та знижують ефективність. За О. Вільямсоном даний процес «супроводжується значним торгом над ресурсами якщо обмін здійснюється на місці» [22, р. 28]. Вирішення таких проблем в ієрархічних структурах відбувається за допомогою вертикальної інтеграції та права власності на активи, які вони використовують. Мережі, як правило, вирішують їх включенням не одного, а багатьох ко-спеціалізованих виробництв на конкурсних засадах з метою вирівнювання стимулів для учасників.

Вважається, що контроль обміну майже завжди супроводжується неефективністю вкладень та призводить до додаткових витрат на управління структурами [23]. Проте, може виявитися, що агент не може бути відокремлений від активу, оскільки він є обов'язковою умовою його ефективного функціонування. Отже, якщо поєднання активів створює значну цінність, то доцільніше залучення агентів-власників за мережевою схемою, ніж включення їх до ієрархії або забезпечення контролю за їх активами.

З іншого боку, ринки більш гнучкі, ніж ієрархії, проте їм не вистачає механізмів координації. Зі стратегічної точки зору, ринок, представлений у вигляді мережі, завдяки підвищенню гнучкості та «скануванню» зовнішнього середовища ефективніший ієрархії. В такому випадку спрямованість на виживання буде сприяти впровадженню нововведень [24].

До того ж, внутрішні трансфертні ціни в мережі, як правило, відображають ринкові умови, що призводить до підвищення ефективності за умовами одночасного здійснення торговельно-обмінних операцій як з внутрішніми так і зовнішніми учасниками [25]. Економічне обґрунтування трансфертного ціноутворення пояснюється як теорією трансакційних витрат, так і принципом порівняльних переваг. Фірма буде проводити дії з інтеграції, якщо сума зовнішніх цін та трансакційних витрат перевищують вартість внутрішнього виробництва [22]. Якщо трансакційні витрати залишатимуться надто високими, то також надаватиметься перевага внутрішньому виробництву навіть за умови низьких витрат зовнішнього виробництва.

Мережі підприємств більш ефективні для мінімізації трансакційних витрат, а тому більш сприятливі для ринкових угод. «Мережа дозволяє фірмі спеціалізуватися на тих видах діяльності в ланцюжку створення цінності, які потрібні для її конкурентної переваги, пожинаючи всі переваги спеціалізації, концентрації та розміру» [9]. Отже, конструкція мережі забезпечує індивідуальним фірмам порівняльні переваги за рахунок масштабів продажу на зовнішньому ринку, досягнення зниження трансакційних витрат, їх заміною на високоефективні змінні витрати за рахунок своїх партнерів.

Ресурси та права власності. М. Петераф визначив, що конкурентна перевага з точки зору виду ресурсів фірми розглядається як раціональний пошук найкращого місця застосування активу – гетерогенності, порівнюючи вже реалізовані з передбачуваними обмеженнями конкуренції та мобільності активи [26]. Доведено, що «...чим вищим є рівень гетерогенності учасників спільної діяльності, тим більше зростає роль соціально-психологічних і економічних методів впливу на їх поведінку, завдяки яким моделюється система під-

тримки людських відносин усередині організації і партнерських відносин – у мережевих підприємницьких структурах» [27].

Відтак, роль мережі полягає в створенні якісних та кількісних взаємозалежностей при створенні ресурсного ядра з точки зору принципу єдності ресурсів та створення механізму управління ними, координації для забезпечення інтересів учасників. Гетерогеність гарантує, що один набір ресурсів за своєю природою більш ефективний, ніж інший, створюючи таким чином конкурентну перевагу. Ресурс відмінностей може виникати за рахунок дефіциту, майнових прав, масштабу, переваги «першопрохідця», репутації, асиметричності інформації, витрат на пошук покупців тощо. Реалізовані обмеження конкуренції гарантують, що рента не визначається лише конкуренцією, яку визначає ринок. Аналогічним чином очікувані обмеження конкуренції зберігають економічну ренту, змушуючи фірми не очікувати майбутнього прибутку тільки для забезпечення сприятливого доступу до ресурсів. Недосконала мобільність нематеріальних або ко-спеціалізованих ресурсів передбачає, що такі активи не реалізуються на відкритому ринку, а відтак накопичуються всередині фірми, де вони зосереджуються на виконанні певної задачі. Згадані чотири фактори в своїй сукупності гарантують рівень прибутку (виплат учасникам) вище середнього.

Оскільки, серед цінних диференціальних ресурсів можна виділити асиметричність інформації у вигляді «причинно-наслідкової неоднозначності», тобто можливість сприяти невизначеності по відношенню до причини ефективності, що унеможливує застосовувати стратегії копіювання потенційними конкурентами [26].

Аналіз власних клієнтів та дані результатів операцій з ними дають перевагу над конкурентами, оскільки вони не можуть використовувати таку інформацію, а відтак служать основою диференційної ефективності [28]. Це стає можливим завдяки тому, що розповсюдження інформації серед партнерів може створювати нову інформацію, зосередивши увагу своїх експертів на ідентифікації проблем та можливостей, створюючи тим самим більш асиметричний інформаційний ресурс.

Дослідження проведені під керівництвом Дж. Хамела доводять, що обмін зміцнює партнерство відносно конкурентів, навіть за умови, якщо він призводить до послаблення партнерів один перед одним [6]. Саме тому, зважаючи на асиметричність інформації та причинно-наслідкову двозначність, так важливо отримувати якомога більше інформації від мережевої взаємодії.

Оскільки компанії перебувають в пошуку додаткової спроможності для використання ринкових можливостей, то вони прагнуть до партнерства з іншою фірмою, яка володіє унікальними знаннями для даного ринку – продуктом, техноло-

гією або стратегічним ресурсом. Такі аргументи, як правило, висуваються при використанні теорії неповних контрактів.

Теорія неповних контрактів або майнових прав передбачає, що агенти здійснюють незначні інвестиції (вкладення) в активи, а контракт передбачає право власності на використання таких активів [29]. Аргументом для укладання такої угоди виступає те, що при будь-яких непередбачуваних обставинах або недосконалому контракті за власником завжди залишається право розпоряджатися майном. Таким чином, будь-який неповний контракт збільшує ризик орендодавця та зменшує його інвестиційні стимули, а ефективність різних структур та права власності залежить від їх здатності забезпечувати ефективності майбутніх інвестицій. За таких умов виникає питання: «Чому вертикально-інтегровані структури не купують кожне підприємство для включення його до своєї структури та отримання прибутку?» Відповідь знаходимо в дослідженнях, які визначають що «ноу-хау» завжди представлене в «неосяжному» товарі, а він, відповідно, не може виступати основою повного контракту [30]. За умов асиметричної інформації принципал може найкращим чином забезпечити внесок ноу-хау агента через заснування спільного проекту. Якщо дві сторони мають унікальні знання, тоді вони доповнюють один одного так, щоб не допустити повного переходу права власності будь-якій стороні. Звідси, мережі виникають як компроміс, в якому всі сторони є претендентами на частку доходу та вносять додаткове ноу-хау на рівні, котрий гарантує, що стратегічний обопільний надлишок перевищує накладні витрати спільного контролю. В етіології мережевих організацій – це третє пояснення їх можливої появи поряд із зменшенням витрат на координацію та вдосконалення інструментів прийняття рішень.

Створення цінності. Мережева структура відрізняється від ієрархічної тим, що частинки загальної цінності створюються розподілено, а тому не створюються причини недооцінки периферійних учасників в системі створення вартості [31].

Застосування «мережевих екстерналій» також доповнює створення цінностей в підприємницьких мережах [32]. Складність для фірм полягає в пошуку шляхів отримання надлишків вартості, створеної поза їх виробничими функціями. Створення мережевих екстерналій шляхом придбання продуктів, споживання яких приносить користь не тільки їм, але й об'єднанню або мережі користувачів, якій вони належать. Стандартами, які створюються в мережі, можуть скористатися споживачі та виробники за рахунок можливості придбати або виробити сумісні компоненти.

Визначивши детермінанти формування підприємницьких мереж, можна сформувати ключові відмінності мереж від ринку та ієрархії (таблиця 1).

Серед ключових ознак мережевої організації як метафори економіки – завдання, специфічність активів, межі, рівень довіри, передача прав власності, стимули, множина рішень, пошук інформації, режим управління та впливу. За такими ознаками підприємницькі мережі зорієнтовані на трансформаційні процеси та структурні зрушення, а тому більш адаптовані до економічних явищ та процесів в економічному середовищі.

Висновки з проведеного дослідження. Формування відносин підприємства з іншими агентами на шляху створення підприємницької мережі мають визначати наступні детермінанти: відхилення внутрішньої інформації при узгодженні прав власності, необхідності розподілу ризиків між партнерами на заздалегідь узгоджених умовах, гетерогенності ресурсів (створення ресурсного ядра), зменшення витрат на координацію, впровадження єдиних норм та правил, синергії та спеціалізації на конкурсних засадах, мережевих екстерналій. В сучас-

них умовах обмеження використання системного підходу в дослідженні економічних явищ, процесів та зв'язків призвело до появи нового – мережевого підходу, а з практичної точки зору до появи нової дієвої форми економічної взаємодії підприємств – мережі, поряд з ринком та ієрархією.

В свою чергу, природа підприємницької мережі увібрала в себе риси ринку та ієрархії та активно може використовуватися для вирішення проблем, які постають перед підприємствами в сучасних умовах та задиктовуються конкуренцією, обмеженістю ресурсів, зростаючою роллю нематеріальних активів в створенні доданої вартості, мінімізацією витрат тощо.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Eisenhardt K. Agency Theory: An Assessment and Review/ K. Eisenhardt // Academy of Management Review. – 1989. – V.14(1) – p. 57–74.

Таблиця 1

Основні відмінності між «ієрархією», «мережею» та «ринком»

Основні ознаки	Ієрархія	Мережа	Ринок
Основне завдання	Впровадження інтересів власників та виконавців	Просування інтересів кооперативу	Забезпечення простору для укладання угод
Активи	Специфічні (не піддаються торгівлі), переважають матеріальні активи	Помірні та високо специфічні активи, гнучкі та переважно нематеріальні активи	Низько специфічні активи, що легко піддаються торгівлі
Продукти (товари)	Масове виробництво, великі масштаби	Більш індивідуальні, масштабні	Наявні в різних варіантах
Рівень довіри	Низький	Помірний або високий	Низький
Угоди	Довготермінові, висока ймовірність повторення угод	Середньострокові або довготермінові, варіативні	Короткотермінові, низька ймовірність повторення угод
Передача прав власності	Відсутня	Стійкі або епізодичні права власності за домовленістю	Забезпечуються під час продажу
Вирішення конфліктів	Деталями контракту та адміністративно-наказовим способом	Реляційністю, контрактами, спільними перемовинами	Нормами ринку, правовою системою
Межі	Жорстка фіксація зовнішніх меж, стабільні відносини	Гнучкі, взаємопрониклі та відносні; сильні або слабкі, часто динамічні зв'язки або їх поєднання	Дискретні, абсолютно неподільні, одноразові відносини
Комунікація, взаємодія	Стійка, «один до багатьох» або «множина до одного»	За необхідності прямі, або «множина до множини»	Нетривала, пряма, «множина до множини»
Основні завдання	Функціональна спрямованість	Орієнтація на проект	Завершення торговельної операції
Стимули	Низькі	Високі; прибуток формується на множині угод	Високої сили, продати або вийти з ринку
Множина рішень	Зверху до низу, розмежовані в часі	Спільні або узгоджені, в більшості локальні	Термінові та повністю автономні
Пошук інформації	Мінімальний за допомогою спеціалізованих відділів	Розподілений пошук інформації з помірним пошуком	Масштабний за допомогою цін
Режим управління, впливу	Наказовий, відносини підпорядкування	Експертних оцінок або репутації; переконаності; за допомогою сформованих зв'язків	Переконань, досягнутих через механізм ціноутворення

2. Radner R. Hierarchy: The Economics of Managing./ R. Radner // *Journal of Economic Literature*. – 1992. – № 3. – pp. 1382–1415.
3. Hart O. An Economist's Perspective on the Theory of the Firm /O. Hart // *Columbia Law Review* – 1989. – № 7. – p. 1757–1774.
4. Миловидов В. Ассиметрия информации или «симметрия заблуждений»?/В. Миловидов // *Мировая экономика и международные отношения* – 2013. – № 3. – С. 45–53
5. Hamel G. Collaborate with Your Competitors – and Win/ G. Hamel, Y. Doz, C. Prahalad// *Harvard Business Review*. – 1989. – № – p. 133–139.
6. Rockart J. «The Networked Organization and the Management of Interdependence», in *The Corporations of the 1990s* / J. Rockart, J. Short – M.S. Morton, Ed. 1991, – p. 189–216.
7. Ring P.S. Structuring Cooperative Relationships Between Organizations / P.S. Ring, A.H. Van de Ven // *Strategic Management Journal* – 1992. – № 13. – p. 483–498.
8. Jarillo C. On Strategic Networks / C. Jarillo // *Strategic Management Journal* – 1988. – № 9. – p. 31–41.
9. Piore M.J. Fragments of a Cognitive Theory of Technological Change and Organizational Structure, in *Networks and Organizations* / M.J. Piore – 1993, Harvard Business School Press: Boston, MA. – p. 430–444
10. Nolan R. Creative Destruction / R. Nolan, D. Croson – 1995, Boston: Harvard University Press. – 259 p.
11. Байкин А.А. Сравнительный анализ теоретико-игровых принципов распределения дохода интегрированной системы / А.А. Байкин, О.В. Исаева // *Известия Алтайского государственного университета* – 2007. – № 2. – С. 121–127
12. David N.E. Rowe Setting up, Managing and Evaluating EU Science and Technology parks: an advice and guidance report on good practice. – Luxembourg: Publications Office of the European Union. 2014 – 211 pp.
13. Ахмадпур-Эбрахими М. Роль стратегических альянсов в устойчивом развитии конкурентных преимуществ / М. Ахмадпур-Эбрахими // *БІЗНЕСІН-ФОРМ* – 2011. – № 8. – С. 224–227
14. Whetten D.A. Interorganizational Relations: A Review of the Field / D.A. Whetten // *Journal of Higher Education* – 1981. – № 1. – p. 1–28.
15. Хашева З.М. Управление ключевыми компетенциями участников межорганизационных сетей / З.М. Хашева // *Вестник Адыгейского государственного университета*. Серия: Экономика – 2012. – № 1. – С. 322–329
16. Комаров В.Ф. Условия применения аутсорсинга на предприятии / В.Ф. Комаров, А.М. Выжитович // *Мир экономики и управления* – 2013. – № 2(Т.13) – С. 157–165.
17. Лабжаня Р.Г. Місце і роль аутсорсингу в сфері послуг і виробництві / р.Г. Лабжаня // *БІЗНЕСІН-ФОРМ* – 2013. – № 7. – С. 357–361
18. Федотова І.В. Формування структури взаємовідносин підприємства з партнерами в мережі на основі самоорганізації /І.В. Федотова// *Економіка транспортного комплексу* – 2014. – випуск 24. – С. 21–38
19. Измалков С. Теория механизмов / С. Измалков, К. Сонин, М. Юдкевич // *Вопросы экономики* – 2008 – № 1 – С. 4–26
20. Eccles R.G. Managing Through Networks in Investment Banking. / R.G. Eccles, D.B. Crane // *California Management Review* – 1987. № 1 – p. 176–195.
21. Williamson O.E. Markets and Hierarchies./ O.E. Williamson – 1975, New York: North-Holland. – 286 p.
22. Grossman S.J. The Costs and Benefits of Ownership: A Theory of Vertical and Lateral Integration./ S.J. Grossman, O.D. Hart // *Journal of Political Economy*, – 1986. – № 4) – p. 691–719.
23. Snow C.C. Managing 21st Century Network Organizations / C.C. Snow, R.E. Miles, H.J. Coleman // *Organizational Dynamics* – 1992. – № 3. – p. 5–20
24. Eccles R.G. Control with Fairness in Transfer Pricing / R.G. Eccles // *Harvard Business Review* – 1983. (November-December) – p.149–161.
25. Peteraf M. The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource-Based View / M. Peteraf // *Strategic Management Journal* – 1993. – № 14 – p. 179–191
26. Стадник В.В. Концептуальні основи «менеджменту різноманітності» у системі стратегічного управління розвитком промислових підприємств/ В.В. Стадник, О.В. Вешко // *Проблеми економіки*. – 2016. – № 3. – С. 212–218
27. Jarvenpaa S.L. The Global Network Organization of the Future: Information Management Opportunities and Challenges / S.L. Jarvenpaa, B. Ives // *Journal of Management Information Systems* – 1994. – № 4. – p. 25–57
28. Maskin E. Unforeseen Contingencies and Incomplete Contracts / E. Maskin, J. Tirole // *Review of Economic Studies* – 1999. – № 66 – pp. 83–114
29. Alstyne M. Why Not One Big Database? Principles for Data Ownership / M. Alstyne, E. Brynjolfsson, S. Madnick // *Decision Support Systems* – 1995. – № 4. – p. 267–284
30. Басов Н.В. Сети межорганизационных взаимодействий как основа реализации открытых инноваций / Н.В. Басов // *ИННОВАЦИИ* – 2010. – № 7(141). – С. 36–47
31. Katz M.L. Network Externalities, Competition and Compatibility / M.L. Katz, C. Shapiro // *American Economic Review* – 1985. – Vol. 75 – pp. 70–83