

УДК 334.01 DOI: 10.14451/1.226.179

Базовые положения теории сетей и основные подходы к исследованию

© 2023 **Сафонова Юлия Романовна**

аспирант. Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

E-mail: Julia99-2011@mail.ru

Ключевые слова: сеть, структура, социальный капитал, сетевая организация, сетевое взаимодействие организаций, экономический рост.

Актуальность данного исследования подтверждается широким развитием сетевого взаимодействия предприятий в мировой экономике в течение последних десятилетий. Целью статьи является анализ становления теоретических взглядов на природу межфирменных сетей и рассмотрение современных подходов к исследованию. Формирование методологии исследования сетей происходило в рамках целого ряда научных направлений, в статье рассмотрены методологические подходы и эмпирические результаты в сферах психологии, социологии, истории и экономики.

Формирование механизмов устойчивого развития – важная задача для экономики любого государства. Устойчивое развитие достигается путем обеспечения высокого социального и экологического качества экономического роста. В научной литературе среди факторов экономического роста все чаще встречаются такие, как доверие, сеть, общие нормы и убеждения, нередко объединенные под собирательным названием «социальный капитал».

В первой части данного исследования представлен обзор научных теорий и концепций, посвященных понятию «сеть». Изначально представителями психологии и социологии данное понятие рассматривалось в качестве самостоятельной единицы анализа, и именно ученым данных направлений принадлежат базовые выводы, составляющие основу последующих открытий.

Изучение эволюции теоретических взглядов следует начать с 1930-х годов, когда извест-

ный психиатр, социолог и психолог Дж. Морено (J. Moreno) опубликовал работы, посвященные межличностным отношениям и положившие начало аналитическому исследованию различных видов связей[5]. Важно отметить, что в его работах исследовались виды связей исключительно между индивидами.

Также одной из заслуг Дж. Морено является создание первого методического инструмента – социогаммы, представляющей собой графическое изображение структуры межличностных отношений в группе. По данной методике характер существующих между индивидами связей может быть выявлен путем осуществления каждым из членов группы определенных «выборов» из всего состава группы по заданному критерию. С помощью социогаммы можно определить наиболее влиятельных членов группы или группировки взаимосвязанных лиц, выбирающих друг друга. Сегодня графическое

изображение структуры отношений активно применяется на практике в бизнес среде. Например, для отображения прямых или косвенных связей между компаниями.

В дальнейшем А. Бейвлас и Х. Левитт (А. Bavelas, H. Leavitt) привнесли новое в развитие теории сетей. Если у Дж. Морено сеть состояла из индивидов, то теперь под сетью понимается «совокупность позиций, связи между которыми являются потоками информационных ресурсов» [5]. Позиции – это общие идеи, связи и интересы, правила или действия. А. Бейвлас также изучает категорию «централи» – центральной позиции, через которую коммуникации осуществляются быстрее и качественнее.

В 1954 году Дж. Барнс (J. Barney) ввел понятие «социальная сеть», означающее социальную структуру, которая состоит из группы узлов и связей между ними [7]. В качестве узлов могут выступать как люди, так и организации.

Глобальный характер сетевого взаимодействия доказал С. Милграм (S. Milgram) в 1967 году, представив миру теорию «шести рукопожатий». В ходе ряда проведенных экспериментов было выявлено, что все люди на планете связаны в среднем через шесть знакомых между собой людей [14].

Далее понятие «социальная сеть» стало рассматриваться рядом исследователей в более широком контексте. В научной литературе следующего временного периода появилось понятие «социальный капитал», являющееся крайне важным для понимания феномена сетевых форм организаций. Данный вид капитала может быть реализован только посредством связей и взаимодействия.

В 1980-х годах П. Бурдьё (P. Bourdieu) была предложена научная концепция «социального капитала», подразумевающая, что «вхождение в группу позволяет аккумулировать и использовать реальные или потенциальные ресурсы» [9]. Объем «социального капитала» прямо коррелирует с размером группы. П. Бурдьё отмечал, что если

человек-субъект наделен значительным объемом капитала (как социального, так и экономического), то обладатели унаследованного социального капитала, ассоциирующегося с известным именем, способны превращать случайные знакомства в долгосрочные связи. Таких людей знает большее число людей, чем известно им самим, и их усилия по установлению социальных связей оказываются высокопродуктивными.

Социальный капитал потенциально связан с экономическим и является своего рода продуктом инвестиционных стратегий. Более того согласно современным теоретическим представлениям социальный капитал выступает составным компонентом активов нации, оптимальная структура и эффективное использование которых определяют устойчивое экономическое развитие. Однако существующие различные подходы к изучению социального капитала до сих пор не в полной мере объясняют принцип работы «передаточного механизма», по которому социальный капитал оказывает воздействие на экономический результат.

Находясь на стыке различных дисциплин (психологии, социологии, антропологии, политологии, экономики и т. д.), понятие «социальный капитал» обладает многообразием проявлений и функций.

Различные авторы определяют «социальный капитал», как:

- ресурс, повышающий общую эффективность [5];
- сети связей, необходимые для построения и воспроизведения длительных полезных отношений и позволяющие сохранять материальную или символическую прибыль [9];
- способность сообществ к коллективным действиям ради достижения общей цели на основе взаимности и доверия [15];
- обязательства, информационные каналы и эффективные нормы [11].

Для целей данной исследовательской работы важна классификация социального капитала, разработанная в 1998 году М. Вулкокой

(М. Woolcock), согласно которой необходимо различать «объединяющий» и «связывающий» социальный капиталы[16]. Первый выступает в форме объединения хозяйствующих субъектов, действующих для достижения общих для них целей. В этом случае объединение носит открытый характер, существуют общеизвестные нормы и правила поведения, а с ростом числа потребителей этого блага отдача возрастает. При «связывающем» социальном капитале важную роль играют «частные интересы» хозяйствующих субъектов и их личные социальные связи. Во втором случае социальный капитал выступает в форме объединения, позволяющего за счет исключительного доступа к определенным видам ресурсов (в том числе к информации) и выработанных локальных норм и правил обеспечивать развитие и повышать конкурентоспособность хозяйствующих субъектов. «Связывающий» социальный капитал формируется внутри объединения или группы, а «соединяющий» социальный капитал формируется во внешней среде. Первый имеет тенденцию усиливать целостность групп, второй – вовлекать новых людей и объединять.

Таким образом, в первой части данного исследования было рассмотрено в хронологическом порядке развитие понятий «сеть», «социальная сеть» и «социальный капитал». Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод о том, что сети, нормы и доверие составляют «триаду социального капитала». Социальные сети, существующие как между индивидами, так и между организациями, в рамках социального капитала необходимы для обмена информацией и достижения договоренностей, тем самым они способствуют укреплению доверия между участниками. Взаимное доверие и общность ценностей гарантируют безопасность и способствуют успешному взаимодействию субъектов.

Как уже упоминалось ранее, понятие «социальный капитал» первоначально возникло в смежных с экономикой дисциплинах, поэтому разнообразие точек зрения вполне закономерно привело научное сообщество к выводу о том, что этим термином может обозначаться не четкое

научное понятие, а скорее область пересечения научных интересов.

Так, работы в рамках современной экономической истории не противоречат итоговому заключению о том, что доверие, базирующееся на обмене достоверной информацией, обеспечивает безопасность и способствует успешному взаимодействию. Однако теоретическое и историческое изучение информационных потоков между субъектами выросло в иную теорию – теорию «предпринимательских сетей» или «бизнес-сетей». Данная теория изучает систему обеспечения безопасности предпринимательской деятельности при помощи организации и сохранения информационных каналов, общих для некоторой группы экономических субъектов[6]. Ключевой фигурой этого направления является М. Кассон (М. Casson). Большинство положений теории бизнес-сетей уже рассматривались в данной работе в рамках изучения социальных сетей и результата от социального капитала. 1. «Бизнес-сеть» – сформированные на постоянной основе с целью получения надежной информации группы деловых партнеров. 2. Конкуренция на рынке начинается с борьбы за информацию. 3. «Важно не что ты знаешь, а кого ты знаешь». 4. Репутация – один из важнейших видов информации.

Согласно теории бизнес-сетей механизм управления потоками информации на рынке может быть задействован как отдельной фирмой на рынке, так и быть выстроенным внутри сети организаций. Время, технологии или отрасль задают условия, при которых первый или второй вариант использования механизма управления обменом информацией оказывается более предпочтительным.

Традиционно организации стремились к внутреннему и независимому производству всех товаров и услуг. Однако в середине 2000-х годов произошли значительные изменения, развившиеся на деловой среде и на всех бизнес-процессах. Технологические, организационные и социальные инновации привели к цифровизации экономики и изменению привычных моде-

лей бизнес поведения. Изменения, связанные с переходом в историческую фазу «информационного общества», как показали в своих трудах М. Кастельс (M. Castells) и другие ученые, сложились в следующую тенденцию: происходит формирование «сетевого общества» – динамичной открытой системы, основу которой составляют «сети производства»[10]. Прогресс в информационно-коммуникационных технологиях (ИКТ) привел к глубокой трансформации форм организации экономической деятельности и принципиальному росту значения кооперационных сетей.

Изменился и сам характер конкуренции. На сегодняшний день существует несколько направлений развития исследований межорганизационных сетей, а именно ресурсный, отношенческий и эволюционный подходы. Далее в этом исследовании будут рассмотрены первые два подхода (ресурсный и отношенческий).

При ресурсном подходе фирма, способная аккумулировать ценные, редкие и трудноповторимые ресурсы, будет обладать большим конкурентным преимуществом. С точки зрения основоположника данного подхода к анализу фирмы – Дж. Барни (J. Barney), под ресурсами следует понимать материальные (технологии, оборудование, помещения и сырье), организационные (системы отчетности, планирования и контроля, информации, а также неформальные связи внутри организации) и человеческие ресурсы (квалифицированный персонал, компетенции и знания сотрудников)[8].

На этапе становления данного подхода считалось, что фирма для защиты своей позиции на рынке и сохранения конкурентоспособности должна защищать такие значимые ресурсы, как инновационные разработки, знания и технологии. Однако развитие глобальных рынков привело к необходимости объединения ценных ресурсов в сети взаимодействующих компаний, создания глобальных сетей взаимоотношений для получения более высоких результатов и доходов, а также снижения рисков инновационной деятельности. Концентрация всех функций и видов

деятельности в одной организации становится экономически нецелесообразной, в то время как приобретение, использование и развитие ресурсов участников сети ведет к созданию дополнительной ценности. Многие авторы отмечают, что формирование межорганизационных сетей ведет к росту транзакционных и производственных издержек в краткосрочном периоде и растущей выгоде в средне- или долгосрочном.

Несмотря на большое количество работ, посвященных современным исследованиям в рамках данного направления, ключевые идеи данного подхода можно увидеть и ранее в экономической науке. В 1912–1915 гг. Джордж Альфред Эдди (George A. Eddy) в своих исследованиях продемонстрировал факт того, что конкурентоспособность в отдельной отрасли можно повысить исключительно путем взаимодействия предприятий друг с другом: таким образом фирмы исключают дублирование усилий и стимулируют рост инноваций в отрасли[12]. Деструктивная конкуренция наносит ущерб рынку в целом и не позволяет стимулировать инновационную активность производителей, что противоречит долгосрочным интересам практически всех участников экономических отношений.

В свою очередь для характеристики ситуации межфирменного взаимодействия, направленного на совместное получение конкурентного преимущества, еще в 1911 году Кирком Пикеттом (Kirk S. Pickett) был впервые использован термин «Co-opetition» (cooperation – «сотрудничество» и competition – «соревнование») – конкурентное сотрудничество. Однако в литературе данный термин впервые был упомянут в 1913 году П. Черингтоном (P. Cherington). Для целей данного исследования понятие «co-opetition» включает представление о сложной рыночной структуре, в которой сотрудничество и конкуренция соединяются, расширяя традиционные границы категорий конкуренции и сотрудничества, формируя новый перспективный подход в формировании стратегий для достижения целей в стремлении к получению дохода[3]. Другими словами, организации могут быть конкурентами на рынке

в силу конфликта интересов и в тоже время объединять усилия в области общих интересов.

Отвечая на вопрос о формировании стратегии сотрудничества конкурентов, ряд ученых выделяет такие факторы успеха, как обмен знаниями, эффективная форма координации взаимоотношений и формирование доверия. Именно поэтому далее в работе будет рассмотрен отношенческий подход к исследованию развития межорганизационных сетей

Согласно данному подходу ценными ресурсами, служащими для сохранения конкурентных преимуществ фирмы, являются отношения, возникающие между фирмами. Основоположниками отношенческого подхода выступают Дж. Х. Дайер и Х. Сингх (J. Dyer, H. Singh). Базовые положения были сформулированы учеными в 1990-е гг. В рамках данного подхода был введен термин «отношенческая рента» – сверхприбыль, получаемая в результате совместных усилий организаций, которую не может достичь любая из фирм в отдельности[2]. Источниками отношенческих рент выступают комплементарность активов, социальный капитал и эффективное межфирменное управление. Решения по созданию и распределению совместной ценности и отношенческой ренты принимаются совместно участниками объединения. Однако стоит отметить, что возможно и возникновение ситуации, при которой один из партнеров может быть нацелен на получение полного контроля над ресурсами другого партнера, доступ к которым обеспечивается исключительно посредством выстроенных отношений.

Современное развитие данного подхода неслучайно. Одним из факторов, благоприятствующих формированию групп, является растущая сложность продуктов и услуг, а также их проектирования, производства и доставки. Сегодня

редкий бизнес не полагается на сырье, маркетинг или квалифицированную рабочую силу. Найти и собрать все эти активы «под одной крышей» становится проблематично. В ответ на эти изменения в конкурентной среде компании создают сети альянсов. Именно поиск эффективных механизмов координации отношений внутри создаваемых альянсов и является новым и востребованным направлением исследований в рамках отношенческого подхода.

Таким образом, в данной работе был проанализирован ряд научных теорий и концепций, описывающих природу межфирменных сетей. Идея «сетей», заимствованная из социологии и психологии, поставила в центр группу людей, связанную общей деятельностью и общими информационными каналами. С течением времени понятие «сеть» стало изучаться научным сообществом в более широком контексте – появились концепции «социального капитала» и «бизнес-сетей».

Современная конъюнктура рынка информационно-сетевой экономики приводит к активному расширению компаниями круга партнерских отношений. Высший менеджмент компаний сталкивается с высокой скоростью изменений и степенью неопределенности бизнес-среды, с одной стороны, и с тем фактом, что для поддержания конкурентного преимущества необходимо активно нарабатывать как вертикальные межфирменные взаимодействия (между членами цепочки создания ценности), так и горизонтальные связи (между конкурентами), с другой стороны. Сетевое межфирменное взаимодействие позволяет фирмам создавать ценность за счет комбинирования различных ресурсов (ресурсный подход), при этом взаимоотношения сами по себе признаются важным стратегическим ресурсом (отношенческий подход).

Библиографический список

1. Бурдые П. Формы капитала // Экономическая социология. – 2002. – № 5. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formy-kapitala>.
2. Дайер Д. Х., Сингх Х. Отношенческий подход: корпоративная стратегия и источники межорганизационных конкурентных преимуществ // Российский журнал менеджмента. – 2009. – № 3. – С. 65–94.

3. Карлик А. Е., Платонов В. В., Кречко С. А. Организационно-управленческие инновации в обеспечении информационно-сетевой экономики. — СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2020. — 171 с.
4. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. — 2001. — № 3. — С. 122–140.
5. Методология исследования сетевых форм организации бизнеса : коллективная монография / под ред. М. Ю. Шерешевой. — М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. — 446 с.
6. Саломатина С. А. Теория бизнес-сетей и российское банковское дело, вторая половина XIX – начало XX вв. Роль информации в формировании и развитии социума в историческом прошлом. — ИВИ РАН, 2004. — С. 253–266.
7. Barnes J. A. Class and committees in a Norwegian island parish // Human Relations. — 1954. — No. 7. — P. 39–58.
8. Barney J. B. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage // Journal of Management. — 1991. — 17 (1). — P. 99–120.
9. Bourdieu P. Le Capital Social // Actes de la Recherche en Sciences Sociales. — 1980. — Jan. — Vol. 31. — P. 2–3.
10. Castells M. The information age: Economy, society and culture. — Blackwell, 1997. — 625 p.
11. Coleman J. S. Social capital in the creation of human capital // American Journal of Sociology. — 1988. — No. 94. — P. 95–120.
12. Eddy A. J. The New Competition. — Chicago, IL : McClurg, Co., 1912. — 375 p.
13. Giacomucci S. Social Work, Sociometry, and Psychodrama. — USA, 2021. — 457 p.
14. Milgram S. The small world problem // Psychology Today. 1967. —. — Vol. 2, no. 1. — P. 60–67.
15. Putnam R. D. Making democracy work: Civic traditions in modern Italy. — Princeton, NJ : Princeton University Press, 1993.
16. Woolcock M. Social capital and economic development: Toward a theoretical synthesis and policy framework // Theory and Society. — 1998. — Vol. 27, no. 2. — P. 151–208.