

МЕРЕЖЕВА СТРУКТУРА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ ПОСЛУГ

Ярмак О.В., к. е. н.

Харківський інститут фінансів

Українського державного університету фінансів і міжнародної торгівлі

Розкрито сутність та головні організаційні форми реалізації мережевого принципу управління в сфері інтелектуальних послуг. Доведено ефективність галузевої моделі ланцюжка створення вартості. Проаналізовано вплив галузевої мережевої моделі на формування цінності інтелектуальних послуг.

Ключові слова: інтелектуальні послуги, мережі, галузева модель ланцюжка створення вартості.

Мережеві структури відповідають природі інтелектуальних послуг, що ретранслюють професійні знання і інформацію, забезпечують ефективну реалізацію їх капіталоутворюючої, ресурсозабезпечуючої, інноваційної ролі в умовах економіки знань. Спираючись на мережевий принцип управління інтелектуальними послугами дозволяє оптимально комбінувати та використовувати ресурси учасників мереж, знижувати трансформаційні і транзакційні витрати, досягати позитивного синергетичного ефекту використання професійних знань і інформації. Саме цим визначається актуальність, теоретичне і практичне значення досліджень умов та чинників реалізації мережевого принципу управління в сфері інтелектуальної послугової діяльності.

Окремі аспекти зазначеної проблеми розкрито у творах вітчизняних і зарубіжних науковців: А. Зуєва, В. Кас'яненко, Б. Корнейчука, Л. Мяснікової, О. Решетняк, І. Стрелець, М. Шерешової [1-6].

Метою статті є обґрунтування ролі, типів, умов створення та функціонування галузевих внутрішньопослужбових мереж інтелектуальної діяльності. Методологічну основу дослідження складають теорії фірми, мережевої організації, інновацій.

Мережевий принцип управління інтелектуальними послугами припускає створення (залучення), розвиток і координацію діяльності автономних одиниць єдиного виробничого (інноваційного, науково-дослідного, консалтингового, освітнього та ін.) процесу, об'єднаних горизонтальними взаємозв'язками і зобов'язаннями, діяльність яких направляє господарюючим суб'єктом – інтегратором мережі на досягнення загальної мети. Стосовно суб'єктів інтелектуальної послугової діяльності реалізація мережевого принципу управління здійснюється на двох взаємозалежних рівнях:

- 1) внутрішньоорганізаційному – формування в рамках організації внутрішніх мереж на основі створення робочих і проектних команд;
- 2) міжорганізаційному – розвиток мережевих взаємозв'язків суб'єктів, що надають аналогічні або різні інтелектуальні послуги, постачальників ресурсів для виробничої та інноваційної діяльності, споживачів інтелектуальних послуг, учасників інноваційного процесу, організацій соціально-культурної сфери, органів державної влади і місцевого самоврядування, громадських об'єднань та ін.

Функціонування внутрішніх (внутрішньоорганізаційних) і зовнішніх (міжорганізаційних) мереж суб'єктів інтелектуальної послугової діяльності взаємозалежно: внутрішні мережі забезпечують необхідний рівень ефективності виробників інтелектуальних послуг – лідерів і учасників зовнішніх мереж. У свою чергу, створення міжорганізаційних мереж сприяє збільшенню результативності внутрішніх мереж. Кінцевою метою створення і функціонування внутрішніх і зовнішніх мереж є виробництво якісного, конкурентоспроможного інтелектуального продукту.

Міжорганізаційні мережі суб'єктів, що надають інтелектуальні послуги, виступають організаційною формою їх взаємовідносин з постачальниками ресурсів, насамперед знань і інформації, споживачами послуг, організаціями, що надають аналогічні послуги або інші їх ви-

ди, структурними елементами соціально-культурної сфери та ін. «Міжорганізаційна мережа визначається зв'язками між певним набором незалежних організацій (структура мережі) і їх взаємодій усередині мережі (мережеві процеси) і може бути визначена як система експліцитних і імпліцитних контрактів між формально незалежними економічними агентами з метою оптимального комбінування і використання ресурсів, включаючи знання [6, с. 161].

Міжорганізаційним мережам у сфері інтелектуальних послуг, з одного боку, властиві загальні організаційні принципи: єдина мета, незалежні учасники, добровільні зв'язки, можливість наявності декількох лідерів, інтегровані рівні. З іншого боку, вони різняться цілями, завданнями, на розв'язання яких спрямовано їх створення і функціонування, структурою, складом учасників, рівнем і моделями їх взаємодії, та ін.

Критерієм класифікації основних видів міжорганізаційних мереж суб'єктів, що надають інтелектуальні послуги, є рівень мережевої взаємодії учасників – галузевий, міжгалузевий, регіональний, національний. Кожному рівню властиві: а) особливий склад учасників мережі – виробники одного виду або різних видів інтелектуальних послуг, споживачі, постачальники ресурсів, учасники інноваційного процесу, що діють на його різних стадіях, організації соціально-культурної сфери, органи управління, громадські об'єднання та ін.; б) специфічні цілі міжорганізаційної взаємодії – створення інтелектуального продукту, зниження трансформаційних і трансакційних витрат, підвищення ефективності інноваційної діяльності, сприяння соціально-культурному розвитку регіону та ін.

На основі зазначеного критерію можна виділити наступні основні види міжорганізаційних мереж у сфері інтелектуальних послуг:

- 1) галузеві, структура яких представлена тільки виробниками інтелектуальних послуг, причому мережа може поєднувати виробників як одного виду послуг (внутрішньопослугові мережі), так і їх різних видів (міжпослугові мережі). Галузеві мережі є партнерськими, розширюють джерела одержання знань і інформації, сприяють зміцненню конкурентних позицій учасників на ринку інтелектуальних послуг, виступають організаційною формою спільного використання партнерами нових технологій інтелектуальної послугової діяльності. Їх головною метою виступає створення якісного, конкурентоспроможного інтелектуального продукту;
- 2) міжгалузеві – як організаційна форма міжорганізаційної взаємодії виробників інтелектуальних послуг і:
 - а) постачальників ресурсів для їх виробничої і інноваційної діяльності (ресурсні мережі);
 - б) споживачів інтелектуальних послуг (клієнтські мережі);
 - в) суб'єктів інноваційної діяльності, учасників різних стадій інноваційного процесу (інноваційні мережі). Міжгалузеві мережі дозволяють їх учасникам знижувати трансакційні витрати, пов'язані з асиметричним розподілом інформації ризику, притаманні ринкам ресурсів і інтелектуальних послуг, зокрема, ризику опортуністичної поведінки постачальників, виробників і споживачів. Інноваційні мережі забезпечують ефективне здійснення системного інноваційного процесу, оптимізацію його результатів. Структура основних видів міжгалузевих мереж обумовлена технологією продукування інтелектуальної послуги;
- 3) регіональні і національні мережі, що реалізують завдання соціально-економічного і культурного розвитку в регіоні, країні, незалежними учасниками яких є суб'єкти, що надають інтелектуальні послуги. Включення виробників інтелектуальних послуг у соціальні мережі сприяє реалізації їх ролі як найважливішого фактору людського розвитку.

Порівняльну характеристику основних видів міжгалузевих мереж, учасниками яких є суб'єкти, що надають інтелектуальні послуг, відображає табл. 1.

Галузеві внутрішньопослугові мережі можуть бути організовані як стратегічні мережі (альянси) і ланцюжки створення цінності.

Стратегічні мережі являють собою горизонтальну кооперацію організацій, що діють в одному сегменті ринку інтелектуальних послуг, з метою зміцнення їх конкурентних позицій, зниження трансакційних витрат, використання додаткових джерел знань, впровадження нових технологій надання послуг.

Стратегічні мережі опираються на співробітництво конкурентів, діяльність яких координується для досягнення їх певних довгострокових цілей.

Міжорганізаційні мережі виробників інтелектуальних послуг

Види мереж	Рівень міжорганізаційної взаємодії й склад учасників	Роль виробника інтелектуальних послуг	Цілі і завдання мережі
Галузеві: 1) внутрішньопослугові; 2) міжпослугові	<i>Галузевий рівень:</i> взаємодії виробників інтелектуальних послуг	Лідер-інтегратор або незалежний учасник мережі	Створення якісного конкуренто-спроможного інтелектуального продукту, збільшення бази знань, спільне використання нових технологій інтелектуальної послугової діяльності
Міжгалузеві: 1) ресурсні; 2) клієнтські; 3) інноваційні	<i>Міжгалузевий рівень взаємодії:</i> виробників інтелектуальних послуг і 1) постачальників ресурсів; 2) споживачів інтелектуальних послуг; 3) суб'єктів інноваційної діяльності	Незалежний учасник або лідер-інтегратор мережі	Економія транзакційних витрат, зниження ризиків портуністичної поведінки постачальників ресурсів і споживачів інтелектуальних послуг; ефективне здійснення системного інноваційного процесу
Соціальні	<i>Регіональний і національний рівні взаємодії</i> виробників інтелектуальних послуг і організацій соціально-культурної сфери	Незалежний учасник	Соціально-економічний і культурний розвиток регіону, країни, реалізація ролі інтелектуальних послуг як факторів людського розвитку

Наприклад, консалтингові фірми створюють стратегічні мережі, метою яких може бути розробка та просування нової послуги, створення і здійснення спільного консалтингового проекту. У сфері освітніх послуг може бути ефективним створення стратегічних мереж організацій вищої школи, орієнтованих на певний сегмент ринку праці з метою вдосконалення процесу підготовки фахівців, кваліфікація яких адекватна вимогам роботодавців. Завдяки створенню такої стратегічної мережі зміцнюються конкурентні позиції її учасників на ринку освітніх послуг.

Ефективною формою взаємодії організацій, що надають різні види інтелектуальних послуг, виступають галузеві міжпослугові мережі як ланцюжки створення цінності, специфічною ознакою яких «є довгострокове співробітництво партнерів, що мають у цілому однакові права і розташовуються уздовж ланцюжка створення цінності, обслуговуючи специфічні ринки або замовлення клієнтів» [6, с. 177-178]. Зазначені мережі базуються на вертикальній інтеграції учасників, які діють на різних етапах створення цінності кінцевого продукту – інтелектуальної послуги. Для сфери інтелектуальних послуг, на наш погляд, ефективною є модель галузевої міжпослугової мережі створення цінності.

Зазначена модель має такі специфічні ознаки:

- диверсифікованість послугової діяльності на основі співробітництва виробників різних видів інтелектуальних послуг;
- спрямованість на формування комплексу основних і супутніх інтелектуальних послуг;
- галузевий рівень взаємодії учасників, яка не виходить за рамки сфери інтелектуальних послуг;
- горизонтальна структура: створення цінності базується не на вертикальній (уздовж ланцюжка створення цінності), а на горизонтальній інтеграції учасників мережі – виробників різних видів інтелектуальних послуг, що формують послуговий комплекс;
- наявність, як правило, однієї домінуючої (фокальної) організації, що управляє спільним

процесом створення цінності для споживача.

«Фокальна компанія «витягає» з існуючого на даний момент часу ланцюжка створення вартості найкращі компетенції та інтегрує продукти і послуги в єдиний портфель, з якого споживачі можуть вибрати те, що максимально задовольняє їх запитам» [6, с. 181].

Важливо підкреслити, що модель мережі створення цінності, з одного боку, ефективна для всіх видів інтелектуальних послуг, з іншого боку, взаємодія учасників у її рамках виступає фактором формування кожної складової цінності інтелектуальної послуги: сприйнятої якості, внутрішньо властивих ознак, зовнішніх ознак, ціни в грошовому визначенні, негрошової ціни як складової сприйнятої якості, часу [7, с. 126]:

- 1) створення комплексу основних і супутніх послуг сприяє підвищенню оцінки споживачем якості інтелектуальної послуги (*сприйнята якість*);
- 2) мережева взаємодія дозволяє підвищити репутацію учасників, яка виступає найважливішим критерієм цінності інтелектуальних послуг (зовнішні ознаки);
- 3) об'єднання зусиль учасників мережі спрямовано на формування внутрішньо властивих ознак цінності інтелектуальної послуги, які знаходять свій прояв у послуговому комплексі як сукупності базової і додаткової послуг;
- 4) економія витрат і зростання продуктивності учасників мережі становлять основу встановлення ціни інтелектуальної послуги, що відповідає її сприйнятої споживачем якості (ціна в грошовому вираженні);
- 5) мережа зменшує ризики і втрати покупця, пов'язані з пошуком джерел і одержанням базової і супутніх інтелектуальних послуг (негрошова ціна);
- 6) звертання до мережевого джерела інтелектуальної послуги заощаджує час споживача на її пошук і оцінку, сприяє її своєчасному одержанню (фактор часу).

Таким чином, модель мережевої організації створення послугового комплексу сприяє збільшенню вигод споживача інтелектуальних послуг, підвищуючи, тим самим, їх цінність у контексті всіх її складових елементів. Використання моделі галузевої міжпослугової взаємодії дозволяє учасникам освоїти нові сегменти ринку інтелектуальних послуг і поліпшити конкурентні позиції в традиційних сегментах, розширити базу знань, підвищити рівень сприйнятої споживачем якості послуги, знизити трансакційні витрати. Галузева міжпослугова мережа заощаджує ресурси учасників, оскільки у них немає необхідності створювати власні підрозділи, що надають супутні послуги.

Література:

1. Зуев А. Электронный рынок и «новая экономика» / А. Зуев, Л. Мясникова // Вопросы экономики. – 2004. – № 2. – С. 55-71.
2. Касьяненко В. Виртуальное предприятие как элемент современной экономики / В.А. Касьяненко // Социально-экономические проблемы информационного общества; под ред. Л.Г. Мельника. – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2005. – С. 350-357.
3. Корнейчук Б.В. Информационная экономика: [учеб. пособ.] / Б.В. Корнейчук. – СПб: Питер, 2006. – 400 с.
4. Решетняк О. Сучасні методи управління підприємством сфери послуг / О. Решетняк. – Харків: Фактор, 2008. – 544 с.
5. Стрелец И.А. Новая экономика и информационные технологии: [монография] / И.А. Стрелец. – М.: Экзамен, 2003. – 256 с.
6. Шерешева М.Ю. Межфирменные сети: [монография] / М.Ю. Шерешева. – М.: Экономический факультет МГУ, ТЕИС, 2006. – 320 с.
7. Хаксевер К. Управление и организация в сфере услуг / [Кенгиз Хаксевер, Барри Рендер, Роберта С. Рассел, Роберта Г. Мердик]; пер. с англ. Н. Левкина, О. Сергеева; под ред. В.В. Кулибановой. – [2-е изд.]. – СПб.: Питер, 2002. – 752 с. – (Серия «Теория и практика менеджмента»).

Аннотация

СЕТЕВАЯ СТРУКТУРА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ УСЛУГ

Ярмак О.В. к. э. н.

Харьковский институт финансов Украинского государственного университета финансов и международной торговли

Раскрыты сущность, основные организационные формы реализации сетевого принципа управления в сфере интеллектуальных услуг. Доказана эффективность отраслевой модели цепочки создания стоимости. Проанализировано влияние отраслевой сетевой модели на формирование ценности интеллектуальных услуг.

Ключевые слова: интеллектуальные услуги, сеть, отраслевая модель цепочки создания стоимости.

Summary

NETWORK STRUCTURE OF INTELLECTUAL SERVICES

Yarmak O.V., Ph.D.

Kharkiv institute of finances of the Ukrainian state university of finances and international trade

Essence, basic organizational forms of realization of network principle of management in the field of intellectual services is exposed. Efficiency of branch model of chain let of creation of cost is well-proven. Influence of branch network model on forming of value of intellectual services is analysed.

Key words: intellectual services, network, branch model of chain let of creation of cost.

Надійшла до редакції 21.12.2010 р.

© Ярмак О.В., 2010 р.