

Network as a form of corporate cooperation: Evolution of scientific theories

Мрежата като форма на фирмено сътрудничество: еволюция на научните теории

Aleksandra Parashkevova*
Александра Парашкевова*

Резюме: Целта на статията е да се коментира появата на междуфирмените мрежи, да се обобщят теоретичните възгледи за този феномен на организация на бизнеса, като се набележат перспективните направления на изследването му.

Ключови думи: управление, фирма, кооперация, мрежа.

Abstract: Purpose of present article is to comment on emergence of inter-firm networks, to summarize the theoretic concepts for this phenomena of business organization by identifying promising areas of research.

Key words: management, firm, cooperation, network.

I. Увод

Тенденцията на увеличаване на темповете на развитие на междуфирмените мрежи¹ е обект на редица изследвания. Например, според проучване на Booz-Allen&Hamilton в периода от 1987 до 1997 г. броят на алиансите в света нараства средно с 25% ежегодно [27], като тези темпове се запазват и днес [1]. Coopers&Lybrand отбелязва 50% -ен растеж на стратегическите алианси, създадени от най-интензивно развиващите се американски компании [46]. Подобни тенденции се очертават и при другите форми на бизнес мрежи.

Целта на статията е да се коментира появата на междуфирмените мрежи, да се обобщят теоретичните възгледи за този феномен на организация на бизнеса, като се набележат перспективните направления на изследването му.

II. Определения за мрежа от гледна точка на различните теории

Интензивното развитие на междуфирмените мрежи актуализира проблемите, както за размиването на границите на фирмата, така и за разпространението на новите организационни бизнес форми. Някои изследователи предричат мащабни трансформации във формите, характера на дейността и процесите на съвременните организации. Тези твърдения се аргументират с фактите за увеличаване на броя на

мрежовите организации [33, pp. 7-20], хоризонталните организации [25, pp. 105-129] и организациите-хамелеони [47]. Ако все още има съмнения относно мащабите на разпространение на тези фирмени схеми, то все по-очевиден и по-неоспорим става фактът, че съвременните фирми успешно експериментират с начина на организация на бизнеса. Някои автори дори успяха да докажат връзката между новите организационни форми и резултатите от фирмената дейност [50]. Тези изследвания потвърждават тезата, че фирмената конкурентоспособност е резултат от разпространение на иновациите в широк смисъл, в това число и във формата на организация на фирмата.

Мрежовата организация се изучава от икономисти, управленци, социолози, психолози и т.н. Управленците, например, се концентрират върху детайлното описание на мрежовата междуфирмена организация от позициите на променящите се процеси, структури, граници на предприятието, създаваните нови правила на мениджмънта, в това число и стратегически. Глобализацията, в различните ѝ измерения, диктува необходимостта от обобщаване на различните научни възгледи и подходи при обяснение на предприемаческите мрежи.

Необходимостта от комплексна теоретична база за развитие на мрежовия подход се увеличава с натрупване на резултатите от многобройните емпирични изследвания. Авторът е на мнение, че обобщаването на основните фундаментални и приложни изследвания на бизнес мрежи ще помогне не само за изясняване на корените на този феномен в контекста на развитие на теорията на фирмата, но и за дефиниране на направленията на анализа и развитието му. Логиката на изучаване на междуфирмените мрежи от гледна точка на различните теории и изследвания е представена на фиг 1.

Комплексният преглед на мрежовите организационни форми се основава на признаването на факта, че междуфирмената кооперация е съставна част на икономическата и социалната глобална бизнес среда. Тази активно развиваща се форма на пазарно взаимодействие на икономическите субекти съществува

¹ В статията термините междуфирмени мрежи, бизнес мрежи и предприемачески мрежи се приемат като равностойни.

заедно с други бизнес схеми, но се различава както от йерархичния (вътрешнофирмения), така и от пазарния механизъм за координация на бизнес дейността.

В теорията съществуват множество дефиниции на понятието междуфирмена кооперация². Систематизирането на съществуващите теории, изясняващи разпространението на междуфирмената кооперация предполага, че понятието мрежа следва да бъде дефинирано по-широко чрез използване на познатия спектър от координационни механизми – от неформалната комуникация до междуфирмените информационно-планови системи (алианси) и сложните интеграционни структури (съвместни предприятия, аутсорсингови, субконтрактни, франчайзингови и толингови обединения) [55].

Междуфирменните мрежи са начин за регулиране на взаимозависимостта между фирмите, който, от една страна, се различава от йерархичното (вътрешнофирменото) регулиране, а от друга – от пазарната координация като ответна реакция на пазарните сигнали.

В същото време атрибутите на мрежата, каквито са, процесът на координация и структурата на междуфирмената коалиция, не са обикновени хибридни форми на вътрешнофирмените и пазарните аналози, а такива, които притежават уникални характеристики, получени от различните им комбинации [23, pp. 319-340].

Теоретичните изследвания, институционализират голям брой дефиниции на мрежите, които се отличават както по използваната терминология, така и по откритите акценти [22, pp. 105-139; 24, pp. 481-510; 33, pp. 7-20; 45; 7]. Същевременно някои изследователи предприемат опити за групиране на формулираните в предишните години определения [2, с. 21-38].

Икономически и социологически теории за междуфирмените мрежи

Междуфирмената кооперация и особено нейната мрежова форма са предмет на изследване на различни дисциплинарни подходи, което от своя страна е основа за провеждането на по-нататъшен интердисциплинарен диалог. Както често се случва, широко използваният термин *мрежа* частично загубва своето изходно значение [35], а многобройните му заимствания и приложения в социалните науки затруднява обяснението на неговия произход.

Икономика

Институционална икономика

Приносът на институционалистите за развитие теорията на мрежата се определя от изследванията, доказващи увеличаване на ефективността на мрежата при намаляване на управленските разходи. Това

твърдение поражда широко разпространеното днес разбиране за мрежата като оптимална хибридна форма, заемаща междинна позиция между пазара и йерархията [53; 45, pp. 37-51]. Допълнителни аргументи в полза на мрежите са: нарастващите разходи за постигане на пазарна координация в условията на високоспецифични активи, повишаване на неопределеността и честотата на транзакциите [52, pp. 548-577], както и трудностите, свързани с измерването на резултативността [10] и контрола на икономическите агенти, които не преразпределят пазарните рискове [32, pp. 6-9].

Икономика на отрасловите пазари (теория на промишлената организация)

Икономиката на отрасловите пазари дава своя принос за обяснение на междуфирмената кооперация чрез така наречената *отраслова организация* на пазара [40, pp. 883-896]. В рамките на традиционните изследвания на вертикалната и хоризонталната интеграция този дял от икономиката често коментира несъвършените и/или хибридните форми, получили названието *квазинтеграция* [11, pp. 253-272]. Приложението им се обяснява с несъвършенството на пазарния механизъм, а необходимостта от тях с оптимизирането на производствените разходи, икономията от мащаба и многообразието, специализацията и опита на предприятието. В рамките на този подход много изследователи разглеждат динамичните промени на отрасловата организация като начало на прехода към мрежова бизнес структура в индустриално развитите страни.³

Теория на агентските отношения

Теорията на агентските отношения осигурява по-дълбок анализ на транзакциите между фирмите и наетите от тях агенти [28, pp. 305-360]. Разходите за поддържане на агентските отношения (агентските разходи) се състоят от разходи за изпълняване на задълженията и разходи за следене на изпълнението на задълженията. В теорията се прави опит за дефиниране на механизъм за намаляване на разходите за преодоляване на опортюнистичното поведение на субектите по договора и на тези, които са свързани с неизбежните конфликти между принципала и агентите. Механизмът за управление, използван в теорията на агентските отношения, включва различни форми на договори. Договорите могат да бъдат *формални* и *неформални*, *явни* и *неявни*, *целеви* и *предметни* и др. [9].

Икономика на транзакционните разходи

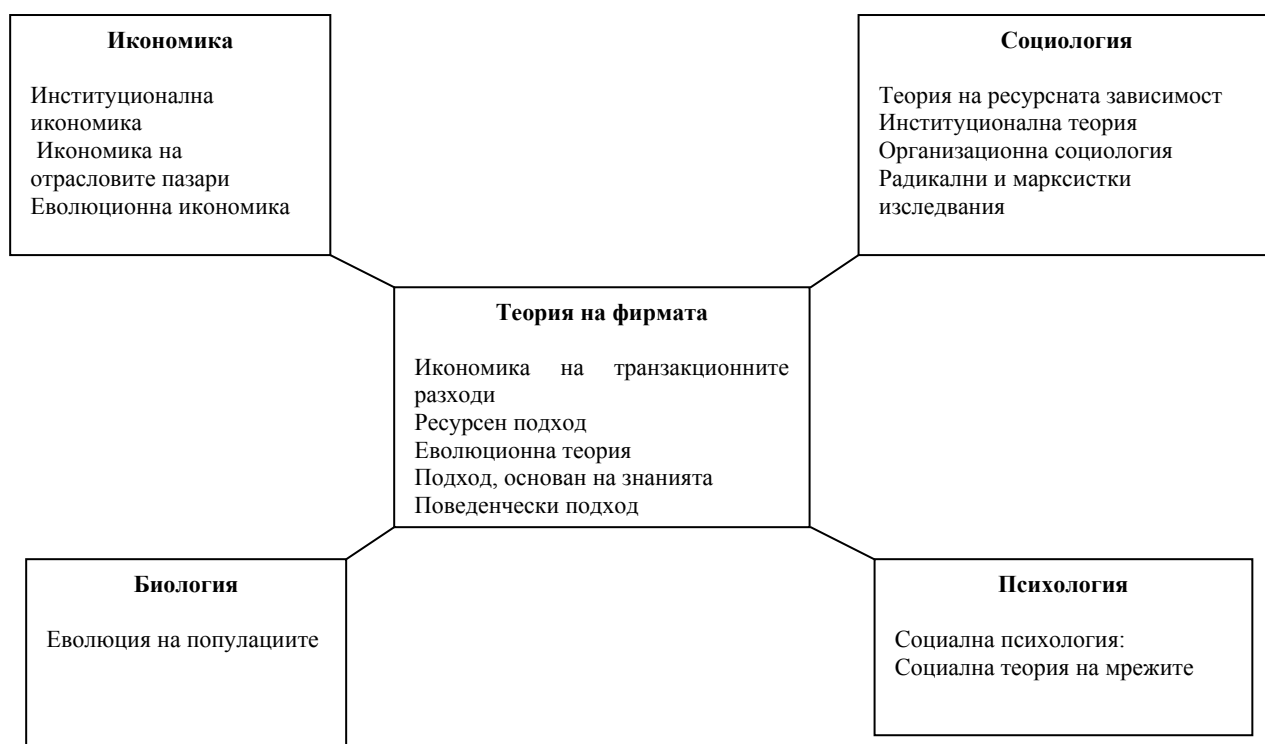
В рамките на този подход особено значение имат транзакционните разходи (от англ. ез. – *transaction cost economics* – *TCE*) [51] като ключов индикатор за определяне на ситуациите, когато пазарният механизъм е по-малко ефективен и трябва да бъде заменен от

² Ключов термин в настоящата разработка е именно терминът междуфирмена мрежа. Авторът осъзнава необходимостта от допълнително изясняване на значението и взаимовръзката му с други понятия, но това не е предмет на настоящото изследване.

³ К. Имаи (от англ. ез. – Imai), например, разкрива динамичните промени на промишлената организация в Япония – от дзайбацу към бизнес групите и по-нататък към съвременната мрежова промишлена организация. Подобни изследвания има и М. Кастелс (от англ. ез. – Castels).

някакъв междинен (не чисто пазарен) или йерархичен механизъм за управление. *TCE* е една от фундаменталните теории за обясняване на междуфирмената кооперация, която има значителен

принос за формирането на съвременната мрежова парадигма.



Фиг. 1 Комплексно изследване на междуфирмената кооперация

Еволюционна икономика

Еволюционното направление в икономиката стартира с разработките на Й. Шумпетер (от англ. ез. – Schumpeter), посветени на иновациите. То анализира революционните технологични процеси и редица характеристики на фирмата от позицията на дългосрочното ѝ развитие. Според Шумпетер последиците от революционните иновации са трудно предсказуеми. Понякога фирмите могат да създават революционни нововъведения и да заемат водещи позиции в преуспеващ отрасъл. В други случаи пазарните иновации могат да доведат до изчезването на всички фирми, конкуриращи се в текущ период от време. Какво може да направи мениджмънтът в подобна ситуация? Единствено да се учи и да натрупва знания и опит, създавайки условия за тяхното активно използване. Подобна е и логиката в изследванията на Алфред Чандлър (от англ. ез. – Chandler), който, обяснявайки мрежата като явление, анализира разходите, свързани с технологиите и обучението [34].

Комбинацията от подходи в рамките на институционалната теория, включително и теорията на отрасловите пазари и разработките на Шумпетер довежда до поява на *модела на жизнения цикъл на отрасъла*, в който стартова точка (начало на

съществуване) на отрасъла е революцията (според Шумпетер). Именно революционните промени определят технологичната база на отрасъла и стратегически ценните организационни ресурси. Те са

ключовият фактор за прогнозиране на някои варианти за развитие на предприятието: 1) бъдещ успех на фирмата; 2) модификация на ресурсната база на фирмата за достигане на успех; или 3) фалит. Шумпетерианското разбиране за революцията в технологиите се превръща в определящо конкурентоспособността на отрасъла, а отрасловата конкуренция негова движеща сила. И макар че шоковете (според Шумпетер), които влияят на развитието на отрасъла, продължават да действат, те не са в състояние съществено да променят отрасъла в рамките на кратък период от време.

Социология

Ресурсен подход

Социолозите проучват мрежовите отношения, възникващи между агентите, концентрирани в една географска зона. Предмет на подобни изследвания обикновено са моделите на колективно оцеляване, растеж или устойчивост, а не успехът на отделната конкурентоспособна единица. Прието е, междуорганизационните връзки и отношения, в които съществува фирмата, да се разглеждат като външна среда, с присъщите ѝ характеристики – фактори и подфактори на външната микросреда. Подобен подход (близък до теорията за фирмата) се използва от редица автори, чиито изследвания подчертават влиянието на околната среда върху организациите, тяхното оцеляване и поведение. Оформиото се разбиране за

поведението на фирмата в околната среда спомага за възникването на ресурсния подход (или теория на ресурсната зависимост) [38].

Теорията на ресурсната зависимост е свързана частично с управленското разбиране за организацията като открита система, която за да получава ресурси, влиза в отношения на обмен със субекти от външната среда. [48, pp. 171-180, 38]. Тук се поставя и въпросът за степента на зависимост между организацията и другите играчи на пазара. Приносът на подобни изследвания е описанието на широк спектър от мрежови бизнес форми – съвместни предприятия, обединени управления, асоциации, картели, социални и персоналифицирани мрежи [38; 16, pp. 118-128].

Част от променливите, използвани за изследване на мрежите в цитираните публикации, са близки по своето съдържание до теорията на организацията, а често са заимствани от нея. Това се отнася преди всичко за елементи като – неопределеност, взаимозависимост, асиметрия на контролируемите ресурси и информация [23]. Това теоретично направление дефинира няколко важни алтернативни променливи, например, манипулирането на сделките за реализиране на промени в отношенията на взаимозависимост в интерес на фирмата. Тези нови акценти в изследванията поставят началото на съвременното теоретично осмисляне на бизнес мрежи [39, pp. 235-257].

В средата на 90-те години на XX век теорията на ресурсната зависимост излъчва една от известните типологии на мрежите. От тогава класификациите на мрежата се основават на качествените и количествените различия на участниците в нея. Изследванията на количествените измерения на мрежовите модели доказваха тяхната сложност [7].

Дефинират се и качествените видове зависимост между членовете на мрежата:

- първо, хоризонталните взаимовръзки, където отношенията се изграждат чрез създаването на ресурсен пул на принципа на единство на ресурсите;
- второ, вертикалните взаимовръзки, които изисквайки други механизми на координация, се базират на предаването на ресурси от една фирма към друга [38].

Освен разглеждането на елементарната ситуация на създаване на неформални мрежи [1], изследователите показват, че сложните хоризонтални алианси в повечето случаи се регулират от колективните договори на асоциациите, докато вертикалните алианси се характеризират с различни форми на споразумения, включващи и задължения на страните. По-нататъшните емпирични изследвания показват, че е възможен компромис между хоризонталните и вертикалните форми на сътрудничество, използвани от една и съща фирма [39, pp. 235-257].

Институционална теория

Според институционалната теория външната среда оказва натиск на организациите и ги принуждава да разработват легитимни правила, съответстващи на преобладаващите норми [37]. Приложението на този теоретичен подход в контекста на управлението на бизнеса предполага, че институционалният натиск мотивира

фирмата да активизира действията за подобряване на своята легитимност и да работи в съответствие с основните правила, изисквания и норми на околната среда [36, p. 241-265]. Един от начините за изследване на тези норми предполага активното участие на предприятията в някаква форма на бизнес мрежа. Институционалният подход и теорията на ресурсната зависимост не изследват фирмената зависимост от материалните ресурси, а апелират към социална зависимост или легитимност на участващите в мрежата. Социалните връзки, мрежите, формалните договори и другите инструменти, които не позволяват изолация на фирмата от социума, се разглеждат като основа за оцеляването на фирмата [8, p. 23-46; 36, p. 241-265]. Вярно е и обратното: фирмите могат да съответстват на нормите и законите на средата само, ако влязат в определена мрежа. Доброволното съгласие за изпълнение на правилата на мрежата по най-добрия начин се характеризира с термина *институционално вграждане* (от англ. ез. – *institutional embeddedness*), който подчертава институционалната адаптация на участника. Едновременно с това ефективността и лекотата на *вграждане* на предприятията в мрежовите структури в голяма степен се определят и от факторите на външната макросреда: законодателна база, банкова система, пазар на труда и др.

Организационна социология

Институционалната адаптация на организациите е предмет на разглеждане и от организационната социология. За първи път терминът *социално и културно вграждане* (от англ. ез. – *social and cultural embeddedness*) е предложен от Грановетър (от англ. ез. – Granovetter) [24, pp. 481-510]. Той лансира идеята за това, че икономическите отношения между фирмите се развиват на основата на мрежата от съществуващи порано социални отношения. Последните предопределят основните направления и форми, в които могат да се развиват икономическите контакти между фирмите. По такъв начин се подчертава първичността на социалните отношения във формирането на мрежата. Развивайки този подход, Буазо (от англ. ез. – Boisot) [12, pp. 135-158] и Хамилтън (от англ. ез. – Hamilton) [25, pp. 105-129] доказват, че институционализираните социални норми и ценности, приети от икономическите субекти влияят на възникването на бизнес мрежите. Атмосферата в организацията и особено корпоративната култура се разглеждат като основа за изграждане на мрежата [41].

Радикални и марксистки изследвания

Радикалните и марксистки настроените икономисти също имат своя принос за изследване на междуфирмената кооперация. Този подход обяснява съществуването на мрежите като властнически структури, възпроизвеждащи икономически и политически елит [49, pp. 97-113]. Емпирическата проверка на тази хипотеза е направена в традицията на социологическите изследвания, а за обекти на изследване са избрани *клубовете, обединените управления и неформалните властнически мрежи* [37].



Социална психология

Теория на социалните мрежи

Традициите на изследване на мрежите в социалната психология се отнасят към теорията на социалните мрежи. Този подход е ориентиран към изучаване на позициите на икономическия субект в мрежата. Социалната психология не само анализира традиционните категории на мрежите, например *централност* (от англ. ез. – centrality) и *структурна еквивалентност*, но предлага и ново разбиране за измененията на неформалните структури, обединените управления [13, pp. 189-212] и т.н. Анализът на социалните мрежи допринася и за изследване на тяхната динамика, подчертавайки, че структурата на мрежата съответства на времевите параметри.

Екология на популациите

Като не свързва оцеляването на организацията или мрежата с източниците на тяхното съществуване, теорията на популациите съвсем естествено прави опит да обобщи много теории. Екологията на популациите потвърждава влиянието на процеса на мрежообразуване (както формален, така и неформален) и оцеляването на фирмите върху икономическата им целесъобразност и ефективност в дългосрочен период [23, pp. 319-340].

Същевременно, разгледаните дисциплинарни подходи признават основния принос на екологията на популациите, а именно – *организациите, действайки колективно, споделят обща участ*. Опирайки се на тази теза, последователите на теорията на ресурсната зависимост установяват, че изградените от организацията кооперативни връзки значително влияят на нейната резултативност [38]. А в рамките на икономиката на отрасловите пазари се допуска съществуването на хибридни структури, предполагащи непазарни връзки между организациите [54, pp. 269-296].

Интерпретациите на положителните и отрицателните страни на мрежите са много. Различните икономически теории обясняват появата на мрежите главно с две причини:

- първо, предотвратяване на провала на фирмата на пазара;
- второ, стремежът на фирмения мениджмънт към повишаване на ефективността.

Положителният ефект от мрежовата организация най-често се обяснява с намаляване на разходите за производство и координация. Същевременно изследванията показват, че мрежите са инструмент за контрол и неформална кооперация.

Следователно мрежите могат да бъдат обяснени двояко – и чрез разходите за координация, и чрез социалните контакти, позволяващи не само вграждането на организациите в нормативно-законодателната среда, но и придобиването на легитимност, а понякога и власт.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Интегрираното прилагане на различни дисциплинарни подходи подпомага концептуализацията на междуфирмените мрежи, от една страна, и изграждането на съвременния фундамент за развитие на редица управленски дисциплини, от друга. Промяната на стопанисващия дадена фирма (член на мрежа) субект поставя на дневен ред въпросите за колективната конкурентоспособност и резултативност, съгласуване на интересите и стратегиите, генериране на съвместни активи и стимули за развитие на членовете на мрежата и др.

Според автора усъвършенстването на теорията на мрежите е предпоставка за развитие на теорията на фирмата, от една страна, и създаване на теоретическия фундамент за стремително развиващите се съвременни управленски подходи, от друга.

Авторът смята, че междуфирмените мрежи имат юридическа, икономическа, управленска и социална основа. Сред *юридическите фактори* най-съществените се дефинират от изгражданите договорни отношения между участниците в мрежата.

Икономическите фактори, определящи за съществуването на бизнес мрежите са:

1. Квазиинтеграционните процеси, предполагащи липсата на контрол върху собствеността и запазването му в управлението на активите на фирмите-членове на мрежата.
2. Кооперация на базата на нова организация на производството.

Някои от *управленските фактори* включват:

1. Стремеж за постигане на конкурентоспособност и на отделния участник в мрежата и на междуфирмените мрежи като цяло.
2. Трансферът на иновации, от малките и средните предприятия (от англ. ез. – *small and medium sized enterprises* – SMEs) и големите предприятия (от англ. ез. – *big enterprises* – *bigness*) и обратно е ключов за развитието на междуфирмените мрежи.
3. Еталонната власт (авторитет на мениджмънта, формиращ се с развитието на фирмата) често е определяща за включване на фирмата (особено ако е SMEs) в мрежата.

Сред *социалните причини* за изграждане на мрежите са:

1. Доверие между предприемачите в мрежата от предприятия.
2. Бизнес етика – коректност във взаимоотношенията на участниците в мрежата. При недобросъвестно поведение на фирмите, членуваща в междуфирмените мрежи съществува риск от разпространение на негативна информация за действията ѝ.
3. Неформални отношения, съществуващи и изграждащи се между сътрудниците на партниращите компании.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Авдашева, С.** Хозяйственные связи в российской промышленности: проблемы и тенденции последнего десятилетия. М.: ГУ-ВШЭ, 2000.
2. **Катъкало, В.** Межфирменные сети: проблематика исследований новой организационной стратегии в 1980-1990-е гг. Вестник С.-Петербургского ун-та. Сер. Экономика 1999, (2).
3. **Куш, С., Д. Рафинеджад, А. Афанасьев** Сетевой подход в маркетинге: российский опыт. Вестник С.-Петербургского ун-та. Сер. Менеджмент 2002, (1).
4. **Мильнер, Б.** Теория организаций. М.: ИНФРА-М, 1998.
5. **Стерлин А., А. Ардишвили** Предпринимательские сети – новая форма организации межфирменного взаимодействия. – МЭ и МО, 1991 (4).
6. **Третьяк, О.** Историческая эволюция и новые ориентиры развития маркетинга. Российский экономический журнал 2001, (2).
7. **Alter, C, J. Hage** Organizations Working Together. Sage: London, 1993.
8. **Barlett, C, S. Goshal** Beyond the M-form, towards a managerial theory of the firm. Strategic Management Journal 14 (Winter Special issue), 1993.
9. **Barney, J., W. Ouchi** Information Cost and Organizational Governance. Manuscript, University of California, L. A., 1984.
10. **Barney, J., W. Ouchi** Organizational Economics: Toward a New Paradigm for Understanding and Studying Organizations. Jossey-Bass Publishers: San Francisco, 1986.
11. **Blois, K.** Vertical quasiintegration, Journal of Industrial Economics, 1972, 20 (3).
12. **Boisot, M.** Markets and hierarchies in a cultural perspective, Organization Studies, 1986, 7 (2).
13. **Burt, R.** Cohesion versus structural equivalence as a basis for network sub-groups, Sociological Methods and Resea. 1978, 7.
14. **Chesbrough, H., D. Teece** When is virtual virtuous? Organizing for innovation, Harvard Business Review 1996, 74 (1).
15. **Ciborra, C.** Alliances as learning experiments: Cooperation, competition and change in high-tech industries. In Strategic Partnerships and the World Economy. Mytelka L. (ed.). Pinter: London, 1991.
16. **Collis, D., C. Montgomery** Competing on resources: Strategy in the 1990's, Harvard Business Review 1995, 73 (4).
17. **Davis, G.** Agents without principles? The spread of the poison pill through the intercorporate network, Administrative Science Quarterly 1991, 36 (4).
18. **Dosi, G., S. Winter, D. Teece** Toward a theory of corporate coherence. In Technology and Enterprise in Historical Perspective. Dosi G., Giannetti R., Toninelli P. A. (eds). Clarendon Press: Oxford, 1992.
19. **Dyer J., H. Singh** The relational view: Cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage, Academy of Management Journal, 1998, 23 (4).
20. **Eisenhardt, K., C. Schoonhoven** Resource-based view of strategic alliance formation: Strategic and social effects in entrepreneurial firms. Organization Science 1996, 7 (2).
21. **Foss, N.** Knowledge-based approaches to the theory of the firm: Some critical comments. Organization Science 1996, 7 (5).
22. **Gerlach, M.** The Japanese corporate network: A blockmodel analysis. Administrative Science Quarterly 1992, 37 (1).
23. **Grandori, A.** Negotiating efficient organization forms. Journal of Economic Behavior and Organization, 1995, 16.
24. **Granovetter, M.** Economic action and social structure: The problem of embed-dedness. American Journal of Sociology 1985, 91.
25. **Hamilton, G., W. Zeile, W. Kim** The network structure of east asian economies. In Capitalism in Contrasting Cultures. Clegg S., Redding S., Cartuer M. (eds). De Gruyter: Berlin, 1990.
26. **Handy, C.** Balancing corporate power: A new Federalist paper. Harvard Business Review 1992, 70 (6).
27. **Harbison, J., P. Pekar** Smart Alliances Booz-Allen & Hamilton: N. Y., 1997.
28. **Jensen, M., W. Meckling** Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. Journal of Financial Economics 1976, 3 (4).
29. **Mariti, P., R. Smiley** Co-operative agreements and the organization of industry. Journal of Industrial Economics 1983, 31 (4).
30. **Martin, S.** Private and social incentives to form R&D joint ventures. Review of Industrial Organization 1994, 9.
31. **Mason, E.** Price and production policies of large-scale enterprises. American Economic Review 1999, 29 (1).
32. **McGuire, J.** Agency theory and organizational analysis. Managerial Finance 1988, 14 (4).
33. **Miles, R., C. Snow, J. Mathews, H. Coleman** Organizing in the knowledge area: anticipating the cellular form. Academy of Management Executive 1997, 11 (4).
34. **Nelson, R.** National Innovation Systems: A Comparative Analysis. Oxford University Press: Oxford, 1993.
35. **Nohria, N., R. Eccles** (eds). Networks and Organizations. Harvard Business School Press: Boston, MA, 1992.
36. **Oliver, C.** Determinants on interorganizational relationships: Integration and future directions, Academy of Management Review 1990, 15 (2).
37. **Perucci, R., H. Potter** Networks of Power. De Gruyter: Berlin, 1989.
38. **Pfeffer, J., G. Salancik** The External Control of Organizations – A Resource Dependence Perspective. Harper & Row: N. Y., 1978.
39. **Reve, T.** (ed.). Horizontal and vertical alliances in industrial marketing channels. Advances in Distribution Channel Research. JAI Press: Greenwich, 1992.
40. **Richardson, G.** The organization of industry. The Economic Journal 1971, 82 (327).
41. **Ring, P.** Processes Facilitating Reliance on Trust in Inter-Organizational Networks. European Science Foundation Conference, Berlin, 1993.
42. **Science, Technology and Industry Outlook.** OECD: Washington, DC, 2002.
43. **Silverberg, G., B. Verspagen** Learning, innovation and economic growth: A long-run model of industrial dynamics. Industrial and Corporate Change 1994, 3 (1).
44. **Simon, H.** Satisficing. In The New Palgrave: A Dictionary of Economics, Vol. 1. Eatwell J., Millgate M., Newman P. (eds). Palgrave: London, 1987.
45. **Thorelli, H.** Networks: Between markets and hierarchies. Sloan Management Review 7 (1), 1986.
46. **Trendsetter Barometer.** Coopers & Lybrand, 1998.
47. **Volberda, H.** Building the Flexible Firm. Oxford University Press: Oxford, 1998.
48. **Wernerfelt B.** A resource-based view of the firm, Strategic Management Journal 1984, 5 (2).
49. **Whitt, J.** Can capitalists organize themselves? In Power Structure Research. Domhoff G. W. (ed.). Sage: Beverly Hills, 1980.
50. **Whittington, R., M. Mayer** Beyond of behind the M-form: The structures of European business. In Strategy, Structure and Style. Thomas H., O'Neal D., Chertman M. (eds). John Wiley & Sons: N. Y., 1997.
51. **Williamson, O.** Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications. A Study in the Economics of Internal Organization. Free Press: N. Y., 1975.
52. **Williamson, O.** The economics of organization: The transaction cost approach. American Journal of Sociology 1981, 87 (3).
53. **Williamson, O.** The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting. Free Press: N. Y., 1985.
54. **Williamson, O.** Comparative economic organization: The analysis of discrete structural alternatives. Administrative Science Quarterly 1991, 36 (2).
55. **Парашкевова Л., А. Парашкевова** Предприемачеството в глобалната икономика, В., Колор-принт, 2007.

*Aleksandra Parashkevova,

*Александра Парашкевова, асистент, доктор, факултет „Международна икономика и администрация“ – Варненски свободен университет “Черноризец Храбър”, катедра “Администрация и управление”