

## **БЛИЗЬКІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЙ ПРИ СТВОРЕННІ ІННОВАЦІЙ: СУТНІСТЬ, СКЛАДОВІ ТА ОПТИМАЛЬНИЙ РІВЕНЬ**

Одним з напрямків досліджень у менеджменті є близькість організацій, яка сприймається як засіб реалізації процесів створення та поширення знань та інновацій. Трактуючи як подібність фізичного простору, психологічних та соціальних відносин, спільних культурних цінностей або подібність інституційних умов діяльності, близькість організацій все частіше використовується дослідниками при оптимізації та координації ланцюга вартості інновацій та інноваційних мереж. Близькість організацій розглядається як важлива ознака, яка пояснює інноваційність та отримання знань, що має особливе значення у функціонуванні ланцюгів вартості інновацій та інноваційних мереж. У конкурентній політиці епохи глобалізації чітко простежується взаємодія між контрагентами ринку задля досягнення різних видів економічної ефективності: алокативної ефективності (ефективності розподілу ресурсів між альтернативними варіантами їх використання), виробничої ефективності (оптимізацією розміру заводу і фірми), динамічної ефективності (ефективністю галузі як структури, що розвивається; упровадження інновацій, що мінімізують витрати; розвиток стимулів до інвестування). Оцінювання близькості організацій дає змогу пояснити такі важливі процеси, як створення конкурентної переваги, підвищення продуктивності і ефективності, стратегічний вибір учасників ланцюга вартості.

У інноваційній діяльності можна виділити три домінуючі напрямки досліджень щодо таких складових близькості, як географічний, когнітивний та організаційний. Географічна близькість може бути ідентифікована у двоякий спосіб. По-перше, вона трактується як фізична відстань і може вимірюватися віддаллю, часом або вартістю подолання відстані [Torre, Rallet, 2005]. По-друге, географічна близькість може вимірюватися кількістю і частотою безпосередніх особистих контактів [Lagendijk, Lorensen, 2007]. Очевидно, що близька відстань між партнерами у інноваційній діяльності може сприяти активізації спільних проектів та успішності комунікування працівників компаній. Водночас, результати зарубіжних вчених [Torre, Rallet, 2005; George, Zaheer, 2006; Dankbaar, 2007] свідчать про те, що географічна близькість не завжди корелює з притоком і поширенням знань. Просторова близькість може стимулювати ці потоки [Boschma, Wal, 2007], але не є необхідною умовою їхнього існування [Gallie, 2000]. Як наголошує М. Портер, одна тільки присутність у якомусь місці підприємств, постачальників та інституцій створює потенціал для отримання економічних вигод, але ще не гарантує реалізації цього потенціалу. Забезпечення конкурентних переваг компаній вимагає вільного потоку інформації, розвитку обміну та укладення угод, що призводить до створення доданої вартості, готовності об'єднати програми і роботу в різних організаціях, а також сильної мотивації до удосконалення.

Другий напрямок досліджень спрямований на когнітивну (знаннєву) близькість. Подібність бази знань, патентів і прикладних технологій розглядається як визначальний фактор прискорення процесів генерації знань та комерціалізації інновацій [Boschma, Wal, 2007; Broekel, Boschma, 2009]. Реалізація процесів спільного навчання є ефективною, оскільки суб'єкти, які є близькими в когнітивному сенсі, досягають порозуміння (або відкриття) одного і того ж явища або процесу [Lorentzen, 2007]. Спільні інтереси допомагають знизити загрозу виникнення опортуністичної поведінки і зосередити увагу на поєднанні додаткових ресурсів і технологій для ліквідації прогалів в інформації та дефіциті знань.

Надзвичайно важливою для взаємодії процесів, спрямованих на створення і засвоєння знань, є організаційна близькість [Torre, Gilly, 2000; Heanue, Jacobson, 2002; Sorenson, 2004; Dankbaar, 2007]. Адже суб'єкти, близькі в організаційному плані, у подібний спосіб використовують організаційні процедури, що створюють стимули для обміну знаннями [Broekel, Boschma, 2009], засоби знання і компетентність, і належать до тієї ж структури взаємовідносин [Torre, Gilly, 2000].

Говорячи про оптимальність близькості організацій, досліджують два напрями: її рівень та структуру. Правильна структура повинна враховувати близькість взаємодії і зв'язку між витратами на забезпечення близькості та ефектом, який організації планують отримати в результаті співпраці. Рівень близькості організацій характеризується відповідним балансом між недостатністю подібності атрибутів компаній та її повнотою. Високий рівень близькості дає змогу отримати низку позитивних результатів, але з іншого боку, занадто високий її рівень може бути шкідливим для операційного менеджменту і мати контрпродуктивний ефект. При цьому спостерігається так званий парадокс близькості, який відображає параболічний характер відносин між близькістю і перевагами її досягнення, ділянка має форму перевернутої букви «U» [Broekel, Boschma, 2009]. Занадто близькі міжорганізаційні відносини можуть привести до інерції, втрати гнучкості, бюрократії, неефективності економіки і, головне, обмеження доступу до інновацій і нових знань за межами ланцюга вартості. Тому важливо досягти золотієї середини, сутність якої полягає в налагодженні такого ланцюга, щоб не втрачати характеру відносин між партнерами [Boschma, 2005]. Вільність зв'язку сприятиме поглинанню знань і збільшенню пропускну здатності ланцюга для швидкої його реконфігурації.