

ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И МЕТОДОЛОГИИ

УДК 338

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР

Е.И.Костусенко

SPECIFICS OF FORMATION AND DEVELOPMENT OF AN ENTERPRISE STRUCTURES INTERACTION SYSTEM

E.I.Kostusenko

Институт экономики и управления НовГУ, economteor97@mail.ru

Предложен авторский подход к характеристике дефиниции «система взаимодействия предпринимательских структур», развита и дополнена концептуальная схема взаимодействия предпринимательских структур с выделением ее структурных единиц, на ее основе разработан алгоритм взаимодействия.

Ключевые слова: *система, взаимодействие, предпринимательская среда, концепция, алгоритм*

This article offers the author's approach to the definition characteristic «enterprise structures interaction system». The conceptual system of the enterprise structures interaction with allocation of its structural units is also developed and enlarged. The interaction algorithm is developed on the basis of this system.

Keyword: *system, interaction, enterprise environment, concept, algorithm*

Система взаимодействия предпринимательских структур, подобно любым другим системам, является динамической, эволюционирующей и способной к саморазвитию вследствие воздействия как внутренних, так и внешних организационно-экономических процессов. В результате эволюционных (а иногда и революционных) трансформаций этих процессов само взаимодействие приобретает новые характеристики: особенности, принципы, факторы, а также формы и механизмы сотрудничества, порождая организационно-управленческие новации. Поэтому для оценки эффективности системы взаимодействия предпринимательских структур и выявления возможностей управленческого воздействия на процесс взаимодействия осуществляется анализ связей каждого участника системы.

Сегодня в научном обороте и сложившейся деловой практике на смену упрощенному пониманию процесса взаимодействия как двусторонних повторяющихся контактов партнеров пришло и получило широкое распространение иное понятие — система взаимодействия. В самом общем смысле под ней понимается группа автономных взаимодействующих предпринимательских структур, а также бизнес-окружения (все заинтересованные во взаимодействии экономические агенты — потребители, конкуренты, СМИ, органы государственной власти и управления, инвесторы, некоммерческий сектор, широкая общественность), каждый из которых полностью или частично и целенаправленно вовлечен в групповые дей-

ствия и активно реагирует на действия других участников взаимодействия. К ним относятся все рыночные мероприятия по установлению, развитию и успешному поддержанию различного рода обменов между сторонами (информационных, управленческих, ресурсных и др.), которые могут и не являться в чистом виде рыночными транзакциями [1].

Взаимодействие в предпринимательской среде имеет два уровня: внутренний и внешний. Внутренний уровень взаимодействия подразумевает индивидуальную структуру управления, разработку собственной отраслевой и территориальной стратегий развития, систему внутреннего бухгалтерского учета и принципы аудита, систему отношений с партнерами и др. Внешний уровень взаимодействия обусловлен наличием внешней среды¹. Он включает факторы макро- и микросреды, которые определяют основные направления деятельности предпринимательских структур: законодательная база делает легитимной ту или иную сферу их активности, налоговое законодательство позволяет осуществлять выбор в пользу той или иной модели функционирования, осуществляемая государством экономическая политика стимулирует или сдерживает тот или иной вид деятельности.

Вместе с тем отметим, что системный подход к процессу взаимодействия, так же, как и к другим биз-

¹ К факторам внешней среды относят политические (политическая ситуация, расстановка сил на международной арене), экономические (рынки товаров и услуг, рынки ресурсов, мотивация экономических субъектов), социальные (культура, идеология), технологические (научно-технический прогресс) и др.

нес-процессам, в качестве объектов исследования с последующей их реализацией рассматривает следующие аспекты.

1. Системно-элементный, или системно-комплексный аспект состоит в выявлении элементов, составляющих данную систему. Во всех социально-экономических системах существуют вещные компоненты (средства производства и предметы потребления), процессы (экономические, социальные, политические, духовные и т.д.) и идеи, научно-осознанные интересы людей и их общностей.

2. Системно-структурный аспект заключается в выяснении внутренних связей и зависимостей между элементами данной системы и позволяет получить представление о внутренней организации (строении) исследуемой системы.

3. Системно-функциональный аспект предполагает выявление функций, для выполнения которых созданы и существуют соответствующие системы.

4. Системно-целевой аспект означает необходимость научного определения целей и подцелей системы, их взаимной увязки между собой.

5. Системно-ресурсный аспект заключается в тщательном выявлении ресурсов, требующихся для функционирования системы, для решения системой той или иной проблемы.

6. Системно-интеграционный аспект состоит в определении совокупности качественных свойств системы, обеспечивающих её целостность и особенность.

7. Системно-коммуникационный аспект означает необходимость выявления внешних связей данной системы с другими, т.е. её связей с окружающей средой.

8. Системно-исторический аспект позволяет выяснить условия на протяжении всего времени существования исследуемой системы, пройденные ею этапы, современное состояние, а также возможные перспективы развития.

Обобщая, отметим, что для системы взаимодействия предпринимательских структур характерно следующее.

Выявление всех (фактических и потенциальных) участников взаимодействия будет способствовать более полному учету интересов каждого участника и повышению эффективности системы взаимодействия в целом.

Современная сетевая форма организации экономического пространства подтверждает эффективность совместных действий для достижения собственных (индивидуальных, иногда неоднородных) целей субъектов системы, а выстраивание прозрачной структуры, установление прочных (доверительных, понятных и ожидаемых) контактов внутри системы позволит в большей степени учитывать интересы каждого из участников.

Наличие общего (единого) ресурса внутри системы взаимодействия выражается в формировании, объединении материальных, финансовых фондов, организационно-управленческого опыта, информационных ресурсов, технологических инноваций и т.д. для достижения целей системы взаимодействия.

Коммуникации являются непосредственной и неотъемлемой частью процесса взаимодействия, поэтому их выявление и оценка будут способствовать росту эффективности системы взаимодействия в целом.

Любая система взаимодействия невозможна вне времени и вне пространства, поэтому любая система взаимодействия предпринимательских структур будет обладать историческим бэкграундом, а также страновыми и временными особенностями.

В связи с широким применением термина «система» необходимо учитывать особенности его использования применительно к предпринимательской среде.

Во-первых, предпринимательские структуры сами по себе являются системами, поэтому в системе взаимодействия они представляют собой подсистемы, способные воздействовать не только друг на друга, но и на общую координацию деятельности внутри системы, устанавливая новые правила, образуя новые формы и пр.

Во-вторых, система взаимодействия предпринимательских структур обладает следующими системными принципами:

1) **целостность** — все предпринимательские структуры действуют в рамках единого правового поля, на основе общих «правил игры»;

2) **структурность** — система взаимодействия предпринимательских структур определяется наличием взаимодействующих субъектов, связей и отношений между ними, а также с бизнес-окружением, взаимообусловленностью их поведения;

3) **взаимозависимость** системы взаимодействия предпринимательских структур и предпринимательской среды, трансформацию которой могут стимулировать составляющие систему объекты, при этом сама среда может становиться импульсом для развития всей системы взаимодействия;

4) **множественность** описания системы взаимодействия предпринимательских структур в силу многоуровневой природы самого процесса взаимодействия, в результате чего возникает возможность построения множества различных моделей, описывающих разные аспекты взаимодействия.



Рис. 1. Усовершенствованная модель взаимодействия предпринимательских структур «8И»

В основе авторского подхода к системе взаимодействия предпринимательских структур лежит усовершенствованная О.А.Фихтнер модель взаимодействия предпринимательских структур «8И» (рис. 1).

Классификация основных форм взаимодействия предпринимательских структур в российской экономике

№ п/п	Критерий классификации	Виды взаимодействия предпринимательских структур
1.	Отраслевая принадлежность участников	Внутриотраслевое / межотраслевое
2.	Территориальная принадлежность	Локальная / национальная / международная
3.	Правовой статус партнерства	Договорная основа партнерских отношений / неформальное взаимодействие участников
4.	Виды сотрудничества	Формальное взаимодействие на договорной основе / кооперация / интеграция
5.	Направления взаимодействия	Вертикальное / горизонтальное / смешанное
6.	Масштабы участников	Крупные, средние и малые предприятия, индивидуальные предприниматели
7.	Теснота взаимосвязей	Самостоятельные / родственные предпринимательские структуры
8.	Устойчивость взаимосвязей	Стабильное / неустойчивое взаимодействие
9.	Функциональные области взаимодействия	Технологический процесс / оказание услуг / финансы / управление и пр.
10.	Количество участников	Двусторонние / множественные связи между участниками

Взаимодействие в рамках данной модели формируется и развивается следующим образом. Анализ экономической ситуации мотивирует предпринимательские структуры к идее сотрудничества² друг с другом. Проявляя определенный рода интерес и инициативу, они разрабатывают направления сотрудничества, которые тесным образом связаны с инновациями, генерированием новых знаний, технологий, способов производства, управления и т.д. Партнеры начинают формировать определенный инструментарий взаимодействия — возможные формы, рычаги, создаётся единая среда взаимодействия, удовлетворяющая обе (в случае двустороннего взаимодействия) стороны. Партнеры обсуждают и вырабатывают общую стратегию, включая инвестиции и институты взаимодействия. В результате долгосрочное сотрудничество, приносящее выгоду всем участникам взаимодействия, способно привести к различным формам интеграции бизнеса.

На основе указанной модели предлагается схема взаимодействия предпринимательских структур, представляющая следующие структурные единицы.

1. Уровни взаимодействия и соответствующая им среда взаимодействия.

Сюда относятся не только, и не столько партнеры по взаимодействию, сколько стартовые условия, предшествующие контакту: институциональное поле, уровень доверия, сфера деятельности, характер экономического положения предпринимательских структур, место/конкурентные позиции на рынке и т.д. Желание и возможности взаимодействия могут не совпадать, при этом устойчивая мотивация к взаимодействию может способствовать решению проблем подобного рода.

2. Стратегия взаимодействия (целеполагание).

Можно выделить две стратегии взаимодействия предпринимательских структур, обусловленные целями партнерства:

— содействие, т.е. действия партнеров — односторонние, а взаимодействие должно их сплотить (объединять) для достижения общей цели;

— противодействие, когда партнеры объединяют свои усилия, чтобы противостоять общей угрозе.

Таким образом, цели взаимодействия будут общими — формально или неформально, а средства для достижения этих целей могут быть разными, в зависимости от ценностных установок, сферы деятельности и других факторов.

3. Характер поведения.

Активными системами называются те системы, которые затрачивают энергию на свои действия, и наоборот, пассивные — это те системы, которые не затрачивают энергии на свои действия. Под «энергией» в системе предпринимательства понимаются ресурсы (материальные, информационные, ресурсы времени, организационно-управленческий опыт), использование которых может осуществляться с той или иной степенью активности. При этом взаимодействие может быть направлено как на защиту предпринимательских структур от некоторых воздействий извне (пассивные действия), так и активизацию действий, связанных с необходимостью захвата. Как реакция на внешнее воздействие, оказанное окружающей бизнес-средой, данная стратегия поведения предпринимательских структур наиболее распространена на современном этапе развития российской экономики, в то время как агрессивные стратегии взаимодействия требуют более пристального внимания и управления, так как могут вызывать монопольные тенденции развития отдельных сфер деятельности, приводя к неоптимальному распределению ресурсов.

4. Инструментарий взаимодействия.

Инструментарий взаимодействия включает в себя совокупность средств, применяемых для осуществления взаимодействия — алгоритм, методы и организационные формы.

² Которое впоследствии может приобрести разнообразный формат инкорпорации или без него (сеть на неформализованной основе в рамках устных договоренностей ее участников).

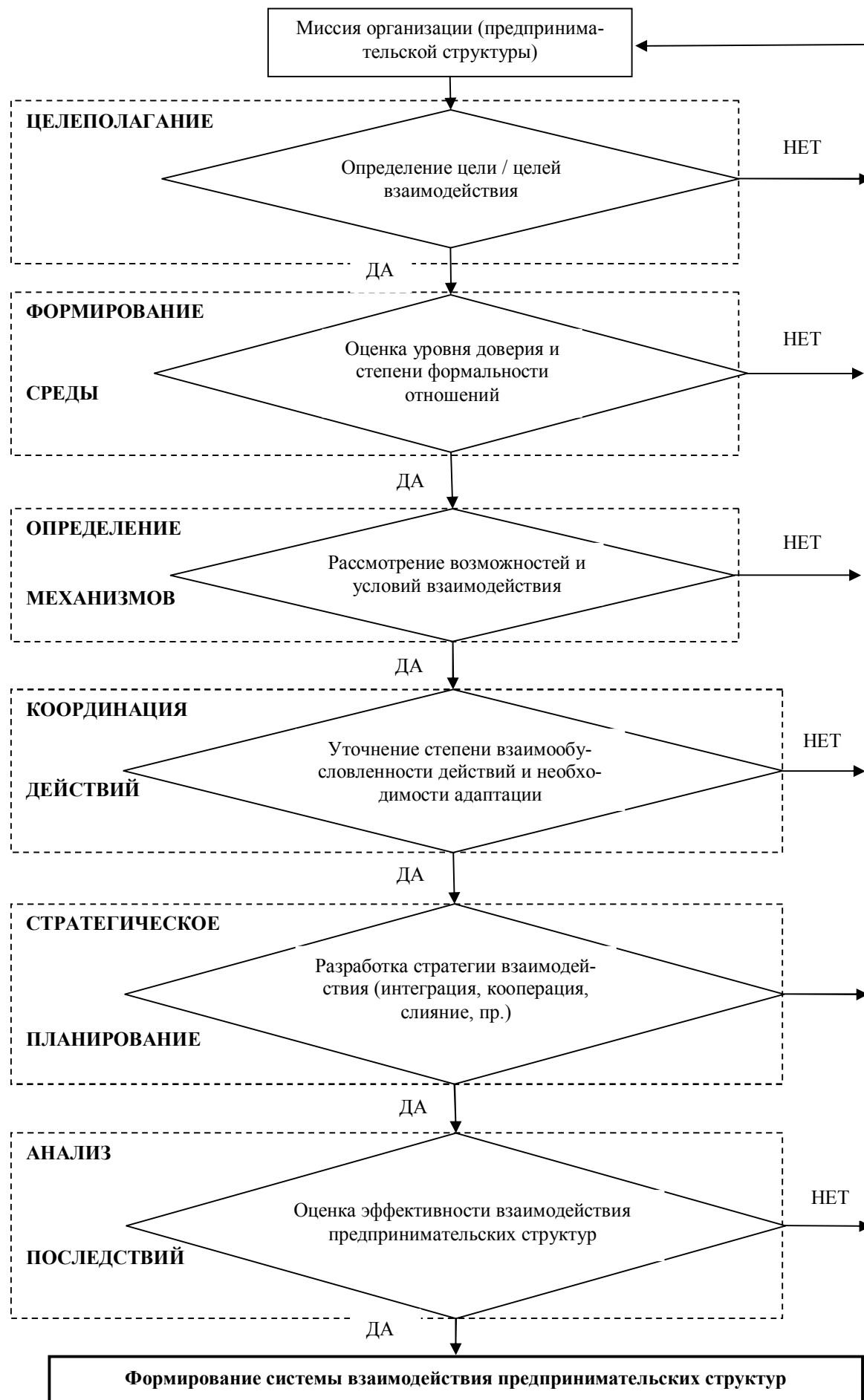


Рис. 2. Алгоритм формирования системы взаимодействия предпринимательских структур

Методы и алгоритмы взаимодействия в зависимости от состава его участников будут иметь особенности, которые условно можно разделить на 3 группы:

- организационные;
- отраслевые;
- управленческие.

Виды сотрудничества между взаимодействующими предпринимательскими структурами можно классифицировать по ряду признаков. При этом одно и то же взаимодействие может быть охарактеризовано с точки зрения разных признаков, приведенных в таблице (составлена по [2]).

Кроме того, отношения предпринимательских структур с органами государственной власти формируют особую институциональную среду взаимодействия. Особые формы отношений власти и бизнеса в российских условиях можно определить как: конфликт, контракт, сращивание, лоббирование и др. [3], [4]).

5. Результат взаимодействия.

На выходе системы взаимодействия предпринимательских структур должны быть получены такие результаты, которые будут исходным пунктом другой системы. Например, завоевание определенной конкурентной позиции отдельной бизнес-структуры за счет эффективного взаимодействия обязательно порождает необходимость ее удержания или достижения более высокой позиции, что неизбежно влечет за собой необходимость в новом партнерстве, построении новой системы взаимодействия.

Указанные структурные элементы системы взаимодействия предпринимательских структур можно наглядно представить в виде алгоритма взаимодействия, разработанного автором и представленного на рис. 2.

В основе алгоритма лежит миссия, которая формируется самими предпринимательскими структурами на стадии организации их деятельности, определяя цель, сферу деятельности, методы достижения цели, а также методы взаимодействия с окружающей средой (бизнес-сообществом, государством и обществом в целом).

Последовательность шагов, а также их наполняемость может быть различной для разных предпринимательских структур, однако:

- 1) начало планирования и организации системы взаимодействия будет определяться индивидуальными краткосрочными и долгосрочными целями, которые преследует каждая бизнес-единица;
- 2) результатом всегда будет определенная сис-

тема взаимодействия, отвечающая потребностям предпринимательских структур;

3) каждый этап, определяющий конкретные параметры взаимодействия, носит, с одной стороны, сугубо индивидуальный характер, с другой, обусловлен не только внутренними потребностями бизнеса, но и внешними условиями, устанавливаемыми государством, обществом, а также мировыми тенденциями развития цивилизации.

Таким образом, взаимоотношения предпринимательских структур складываются и могут быть охарактеризованы с использованием системного подхода, а построение эффективной системы взаимодействия — важнейшая задача любого экономического агента в современных условиях развития информационного и экономического пространства. Для предпринимательских структур система взаимодействия имеет особое значение, хотя ее формирование в бизнес-среде зависит от совместного желания и активности всех участников взаимодействия.

1. Morgan R., Hunt S. The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing // Journal of Marketing. 1994. Vol. 58. P. 22.
2. Яковлева-Чернышева А.Ю. Особенности взаимодействия предпринимательских структур в рекреационном кластере [Электр. ресурс]. URL: http://uecs.mcnp.ru/modules.php?name=News&new_topic=45 (дата обращения: 25.02.2011).
3. Максимов Д.А., Толпегин П.В. Проблемы взаимодействия власти и бизнеса в современной России. М.: ЛЕНАНД, 2009. С. 21-46.
4. Грекова Г.И., Киварина М.В. Классификация уровней корпоративной социальной ответственности // Экономика и предпринимательство. 2014. № 1. Ч. 2. С. 523-526.

References

1. Morgan R., Hunt S. The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. Journal of Marketing, 1994, vol. 58, p. 22.
2. Iakovleva-Chernysheva A.Iu. Osobennosti vzaimodeistviia predprinimatel'skikh struktur v rekreatsionnom klasterе [Specifics of interaction between enterprises in the recreation cluster]. Available at: http://uecs.mcnp.ru/modules.php?name=News&new_topic=45 (accessed 25.02.2011).
3. Maksimov D.A., Tolpegin P.V. Problemy vzaimodeistviia vlasti i biznesa v sovremennoi Rossii [The problems of interaction between authority and business in Modern Russia]. Moscow, LENAND Publ., 2009, pp. 21-46.
4. Grekova G.I., Kivarina M.V. Klassifikatsiia urovnei korporativnoi sotsial'noi otvetstvennosti [Classification of levels of corporate social responsibility]. Ekonomika i predprinimatel'stvo — Economy and entrepreneurship, 2014, vol. 8, no. 1-2, pp. 523-526.