УДК 338.24(075.8)

Крымов С.М.

Формирование организационной структуры предприятия на основе учета реляционных взаимодействий

Krymov S.M.

Formation of organizational structure of the enterprise on the basis of relational interactions

Статья посвящена исследованию особенностей формирования организационных структур предприятия на основе учета реляционных взаимодействий. В качестве основных аспектов рассматривается опыт отечественных и зарубежных школ при формировании организационной структуры, определяется необходимость применения реляционных договоров как экономической категории, обосновывается выбор организационной структуры предприятия при наличии реляционных взаимодействий. В работе использовались методы сравнения, перспективного анализа и синтеза. Применение основных результатов данного исследования открывают перспективы изменения функций предприятия, а именно общих и специальных, тем самым, изменяются и элементы организационной структуры предприятия.

Ключевые слова: организационная структура, реляционные взаимодействия, предприятие, партнерские преимущества.

Организационная структура предприятия в решающей степени определяется выбранной стратегией[2]. В тоже время, большое количество экспертов, в частности, М. Портер, указывает на то, что для фирмы любой отрасли присуща конкурентная стратегия, как сформулированная, так и стихийная[8]. Фактически это означает, что организационная структура должна обеспечить получение предприятием устойчивых конкурентных преимуществ. Однако этому утверждению есть серьезное возражение. Можно сделать вывод, что актуальность данной темы исследования проявляется в несформированности единого подхода к формированию организационной структуры предприятия и требует, тем самым, исследования новой экономической категории, принимаемой к ее разработке.

Конкуренция составляет основу рыночной экономики. Но в основе конкурентной борьбы лежит, прежде всего, модель рынка совершенной (свободной) конкуренции, при которой ее участники стремятся максимизировать собственную прибыль. Оппортунистические действия прямых конкурентов, поставщиков, потребителей при такой неоклассической модели могут быть нейтрализованы угрозами разоблачения, сменой деловых партнеров. В этом случае альтернативы конкуренции не существует.

Представители гарвардской школы экономики Дж. Бэйн и Э. Мейсон рассматривали конкуренцию как неотъемлемую часть структуры рынка. Однако данная гарвардская парадигма[12] вне поля зрения оставляет транзакционную теорию, принимая как постулат, что все транзакции предприятия

на рынке являются конкурентными. В исследованиях отечественных ученых, во главе с научным руководителем Национального исследовательского университета Высшей школы экономики Е.Г. Ясиным, опровергнуты положения гарвардской гипотезы. Проведенный ими анализ взаимосвязи экономических показателей предприятия и структуры рынка показал, что не выявлено существенного ни положительного, ни отрицательного воздействия конкуренции на показатели развития предприятий[10].

С позиции поведенческой теории (ограниченной рациональности, Г. Саймон[13]), эволюционной теории фирм (С. Винтер[1]) описывается поведением удовлетворения или рутинным поведением, связанным не с ростом прибыли, а с удержанием доли рынка, уровнем продаж. Подобное поведение объясняется сложной, неопределенной рыночной ситуацией, связанной с неоднозначными объективными и субъективными факторами, влияющими на характер принимаемых решений. Например, при выявлении многозначных рыночных условий и установлении соответствующих приоритетов, а во многих случаях – в силу неспособности менеджмента предприятия действовать рационально адекватной ситуации разобраться в реальных намерениях других участников рынка не представляется возможным. Традиционные подходы, связанные со снижением издержек, дифференциацией и фокусированием не всегда обеспечивают эффективность стратегических планов.

Причины такого развития событий проявляются в следующем. В обществе развитие осуществляется на основе ряда социально-экономических законов, но наиболее важным является закон о разделении труда[3]. Данный закон порождает тенденции установления социальной солидарности, что проявляется в кооперации усилий между различными группами людей, в том числе и организаций различных организационно-правовых форм. На многих предприятиях, осуществляющих переход от индустриальной к постиндустриальной эпохе, усиливающейся интеграционными процессами. В частности, научно-технический прогресс требует постоянного совершенствования технического базиса производства, развития нематериальных активов, интеллектуального капитала предприятия, компетенций и знаний персонала, что на уровне широкого спектра производственных процессов не всегда под силу одному предприятию[9]. Особенно рельефно проявляются кооперационные процессы в информационной экономике с конца 20 – начала 21 века, причем практически во всех отраслях промышленности, не только в высоко технологичных сферах, телекоммуникационных и информационных технологий и др. Происходит активное преобразование репликационной экономики в инновационную, основанную на знаниях. В этих условиях господствующий ранее способ взаимодействий между предприятиями, основанный на соперничестве (конкуренции) преобразуется в сочетании соперничества и сотрудничества (кооперации и конкуренции).

В этих условиях одной из форм преодоления неопределенности развития фирм является ставка на дополнительные активы[4], которые предприятие самостоятельно привлечь не может или это не выгодно по различным причинам. Реализовать это возможно в рамках реляционных взаимодействий, направленных на установление по ряду позиций долгосрочных отношений между совершенно независимыми партнерами. В данной ситуации осуществляется изменение границ фирм, что можно трактовать как кооперацию с участниками рынка – деловыми партнерами, включая поставщиков и потребителей, конкурентов, торговых посредников, финансово-кредитных организаций, государственных органов и прочее.

Реляционный (отношенческий) контракт рассматривается как договор, ориентированный на ряд обязательных функций и отношений между деловыми партнерами на тот или иной срок. При этом несбалансированный договор приводит к потерям с обеих сторон, прежде всего, в долгосрочной перспективе.

С позиции экономических категорий реляционные договоры хорошо вписываются в содержание таких современных теорий, как «соконкуренция» (А.М. Бранденбургер и Б.Дж. Найлебафф) и «предпринимательские экосистемы» (Дж.Ф. Мур)[11], разработанных в конце 1990-х годов. Основная методоло-

гическая идея данных представлений заключается в том, что ставка предприятий на получение односторонних преимуществ далеко не всегда оправдана: стимулирование совместной деятельности должно приносить выгоды деловым партнерам, в том числе и конкурентам, вступающим в отношения реляции. В противном случае имеет место риск потерь и излишних затрат Г.Б. Клейнер, который на основе ресурсной теории организации экономики предложил использовать в методологии стратегического планирования предприятия в качестве ключевой установки, партнёрские преимущества как результат реляционных отношений и альтернатива конкурентным преимуществам[7].

Методологическая база новых реляционных взаимодействий существенно изменяет традиционные горизонты проектирования организационных структур, ориентированных на достижение конкурентных преимуществ, как отличительных признаков предприятия во внешней среде, обеспечивающих коммерческий успех, решение поставленных задач. Ранее неопределенность – флуктуации, связанные с окружением, рассматривались лишь как источник энтропии, приводящей предприятие в состояние хаоса. Однако теперь внешняя среда может стать и причиной порядка – негативной энтропии, т.е. обеспечить отток энтропии из организационных систем предприятия. Фактически это означает, что с точки зрения реляционных отношений, предприятие обеспечивает изменения, как самого себя, так и экономических партнеров во внешнем окружении, на основе самоорганизации. Реляция выступает инструментом кооперативного обмена энтропией между предприятиями, вступающими во взаимодействия.

Выбор направления формирования, реализации реляционных взаимодействий, получение взамен конкурентных преимуществ партнерских[5] становится новой задачей конструирования организационных структур. Структура, как система взаимосвязей элементов, звеньев и ступеней управления организаций, отражающая логику, соподчиненность, взаимосвязь и распределение работ по подразделениям и органам управления, должна претерпеть изменения (Рисунок 1).

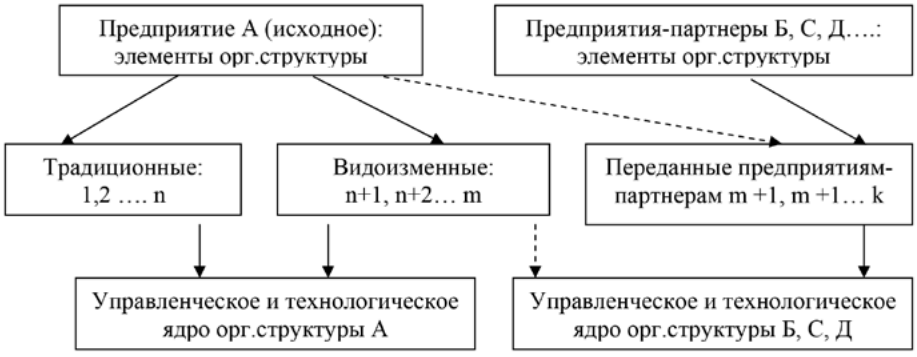


Рисунок 1 – Схема организационной структуры предприятия при реляционных взаимодействиях

В результате появляется перспектива изменения функций предприятия, общих или специальных, за счет расширения возможностей деятельности на основе того, что предприятия-партнеры обеспечивают:

– доступ к новым необходимым (недостающим) ресурсам, технологиям, методам организации производства;

– получение взаимодополняющих активов,

– рост возможностей за счет эффекта масштаба деятельности, интеграции усилий при выполнении общих проектов;

– перспективы изменения действующей структуры рынка;

– синергизм деятельности, в т.ч. инновационных и производственных возможностей компаний – партнеров;

– распределяют риски производственных и иных решений;

– эффект монополизации входящих в альянс компаний, в т.ч. увеличения активов и расширения масштабов операций, потенциала получения крупных государственных и иных заказов;

– появление альтернативных каналов сбыта, обеспечивающих доступ к целевым рынкам;

– эффективность взаимодействий с поставщиками, в т.ч. снижения закупочных цен, роста объема закупок;

– получение ограниченных ресурсов с меньшими издержками, чем при использовании лишь собственных возможностей, в т.ч. лицензий на патенты, торговые марки, авторские права;

– устранение дублирующих функций на основе объединения операций предприятий-партнеров на отдельном продуктовом или территориальном рынке, в т.ч. сокращения численности основного и вспомогательного персонала путем централизации маркетинговой и сбытовой деятельности;

– расширение возможностей получения дополнительной организационно-технологической информации, сведений о рынках, продуктах, снижения зависимости от услуг консалтинговых предприятий;

– улучшение условий кредитования, в т.ч. роста доверия к компаниям, в распоряжении которых находятся крупные совокупные ресурсы;

– расширение географических границ предприятий, в т.ч. на международных рынках и др.

Научно-практический интерес представляет процедура выбора новой организационной структуры на основе реляционных взаимодействий, вариант которой представлен ниже (Рисунок 2).

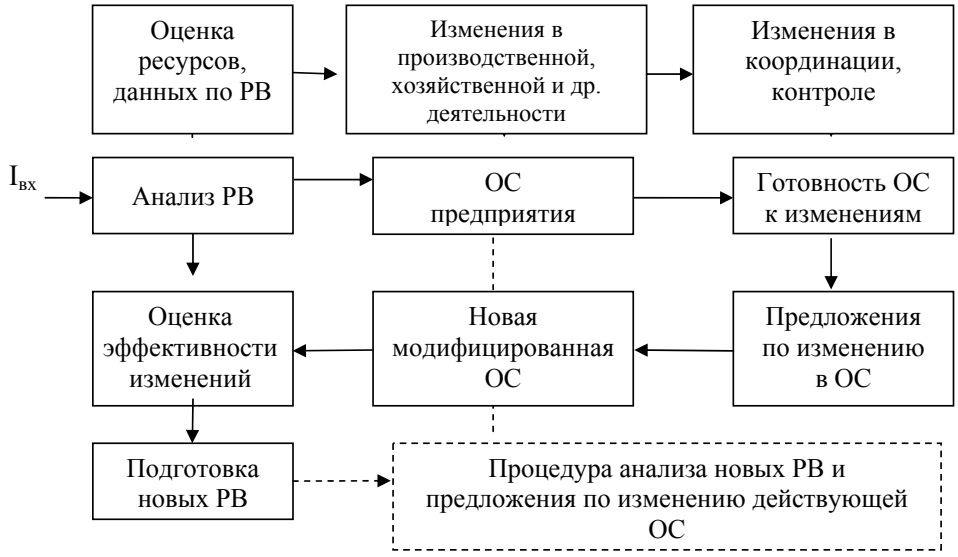


Рисунок 2 – Выбор организационной структуры (ОС) предприятия при наличии реляционных взаимодействий (РВ) с предприятиями-партнерами

В качестве методики анализа эффективности реляционных взаимодействий может быть использована процедура[6]. Данная схема позволяет оценить перспективы проектирования организационных структур при использовании реляционных взаимодействий.

References

1. Jekonomika [Economics]: uchebnik. / Pod red. A.A. Arhipova, A.N. Nesterenko, A.K. Bol'shakova, M.: Prospekt, 1998,792p. (In Russ.).

2. Vihanskij O.S. Strategicheskoe upravlenie [Strategic Management], M.: Jekonomist, 2006, 293p. (In Russ.).

3. Garret B., Djussozh P. Strategicheskie al'jansy [Strategic Alliances], M.: INFRA-M, 2002,332p. (In Russ.).

4. Grebeshkova E.N. Istochniki ustojchivyh preimushhestv predprijatija postindustrial'noj jepohi: vzgljad skvoz' prizmu resursnoj teorii [Sources of advantages of the enterprise in the post-industrial era: a view through the prism of resource theory], Jekonomika i upravlenie, 2013, № 2 (34), p.p. 94–97. (In Russ.).

5. Klejner G.B. Resursnaja teorija sistemnoj organizacii jekonomiki [Resource theory of systemic organization of the economy], Rossijskij zhurnal menedzhmenta, 2011, № 3, T. 9, p.p. 3–28 . (In Russ.).

6. Krymov S.M., Rogacheva Zh.S. Formirovanie sistemy pokazatelej jeffektivnosti reljacionnyh strategij [Formation of system of relational strategies performance], Predprinimatel'stvo, 2014, №2, p.p. 42–51 . (In Russ.).

7. Rohchin V.E., Vetrova E.N., Poljanskij A.V.Upravlenie strategicheskoj konkurentosposobnost'ju promyshlennogo predprijatija na osnove razvitija ego potenciala [Managing strategic competitiveness of the industrial enterprise on the basis of its potential], Pod red. d-ra jekon. nauk, professora A.E. Karlika, SPb.: Izd – vo SPbGUJeF, 2012, 262 p. (In Russ.).

8. Porter M. Konkurentnaja strategija: metodika analiza otraslej i konkurentov [Competitive strategy: methodology for analyzing industries and competitors], M.: Al'pina Biznes Buks, 2005, 454p. (In Russ.).

9. Uil'jamson O. Jekonomicheskie instituty kapitalizma: Firmy, rynki, «otnoshencheskaja» kontraktacija [Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, "relational" contracting], SPb.: Lenizdat, SEU Press, 1996. (In Russ.).

10. Jasin E.G. Rossijskaja jekonomika. Istoki i panorama rynochnyh reform: kurs lekcij [The Russian economy. The origins and the panorama of market reforms: a course of lectures], M.: GU-VShJe, 2002, 437 p. (In Russ.).

11.Begieva A.Sh. Razvitie territorial'no-proizvodstvennyh kompleksov na osnove formirovanija strategicheskih al'jansov [The development of clusters based on the formation of strategic alliances], Avtoreferatdis. ... kand. jekon. nauk : 08.00.05. Vladikavkaz, 2009, 23p. (In Russ.).

12. Mason E.S. The Current State of the Monopoly Problem in the United States/Harvard Law Review 62 (June 1949): 1265–1285 .

13. Simon H. Rational Decision-Making in Business Organizations. Pittsburgh, 1972.P. 285.

[1] Экономика: учебник / Под ред. А.А. Архипова, А.Н. Нестеренко, А.К. Большакова. М.: Проспект, 1998. – 792 с.

[2] Виханский О.С. Стратегическое управление. М.: Экономистъ, 2006. – 293 с.

[3] Гаррет Б., Дюссож П. Стратегические альянсы. М.: ИНФРА-М, 2002. – 332 с.

[4] Гребешкова Е.Н. Источники устойчивых преимуществ предприятия постиндустриальной эпохи: взгляд сквозь призму ресурсной теории // Экономика и управление. 2013. № 2 (34). – С. 94–97.

[5] Клейнер Г.Б. Ресурсная теория системной организации экономики // Российский журнал менеджмента. 2011. № 3. Т. 9. – С. 3–28 .

[6] Крымов С.М., Рогачева Ж.С. Формирование системы показателей эффективности реляционных стратегий// Предпринимательство. 2014. №2. С. 42–51 .

[7] Рохчин В.Е., Ветрова Е.Н., Полянский А.В. Управление стратегической конкурентоспособностью промышленного предприятия на основе развития его потенциала /Под ред. д-ра экон. наук, профессора А.Е. Карлика. – СПб.: Изд – во СПбГУЭФ, 2012. – 262 с.

[8] Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.

[9] Уильямсон О. Экономические институты капитализма: Фирмы, рынки, «отношенческая» контрактация. СПб.: Лениздат, СЕУ Пресс, 1996.

[10] Ясин Е.Г. Российская экономика. Истоки и панорама рыночных реформ: курс лекций. М.: ГУ-ВШЭ, 2002. – 437 с.

[11] Бегиева А.Ш. Развитие территориально-производственных комплексов на основе формирования стратегических альянсов // автореферат дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05. Владикавказ, 2009. – 23 с.

[12] Mason E.S. The Current State of the Monopoly Problem in the United States/Harvard Law Review 62 (June 1949): 1265–1285 .

[13] Simon H. Rational Decision-Making in Business Organizations. Pittsburgh, 1972. P. 285.