

Экономические модели и методы в управлении.-М.:ИНФРА-М.-1998.
Людвиг К. Концептуальные вопросы социального управления.//проблемы теории и практики управления. 1999, №5, с. 51-55. Пиляева В.В. Экономические категории мышления. М.:1977. Соломкина М.М. Экологическое сознание личности в условиях экстремальной среды. Автореферат дисс. Канд. Филос. Наук. Архангельск, 2000.

6. Боно де Э. Развитие мышления: три пятидневных курса. - Минск: Поппури. 1997.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНТЕГРАЦИОННЫХ СВЯЗЕЙ И РАЗВИТИЯ СЕТЕВОГО СОТРУДНИЧЕСТВА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

Вайлунова Ю.Г., Яшева Г.А.

Витебский государственный технологический университет, Витебск,
Беларусь

В статье определены сущность и виды интеграционных связей на предприятии (горизонтальные и вертикальные, формальные (деловые, официальные) и неформальные (личные неофициальные) связи, связи с конкурентами, связи сотрудничества). Основываясь на концепции цепочки создания ценности, рассмотрены уровни интеграционных связей хозяйствующих субъектов. Выявлены основные тенденции внешней среды, влияющие на интеграцию предприятий. Рассмотрен зарубежный опыт развития интеграционных связей на предприятиях. Разработаны методы развития интеграционных связей на предприятиях Республики Беларусь.

Ключевые слова: интеграция, интеграционные связи, сетевое сотрудничество, конкурентоспособность, эффективность.

THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS OF FORMING INTEGRATION COMMUNICATIONS AND DEVELOPING NETWORK COOPERATION AT ENTERPRISES

Vailunova Y.G., Yaheva G.A.

Vitebsk State Technological University, Vitebsk, Belarus

The entity and types of integration communications at the enterprise (horizontal and vertical, formal (business, official) and informal (personal informal) communications, communications with competitors, cooperation communications) are defined in article. Levels of integration communications of economic entities are considered through the concept of a chain value creation. The main tendencies of the external environment influencing integration of the enterprises are revealed. Foreign experience of developing integration communications at the enterprises is considered. Methods of developing

integration communications at the enterprises of Republic of Belarus are developed.

Keywords: integration, integration communications, network cooperation, competitiveness, efficiency.

Введение

Проблемы глобализации и усиления влияния институциональной среды на деятельность предприятий, а также связанное с этим усиление конкуренции на внутреннем и внешнем рынках, актуализируют проблему повышения конкурентоспособности предприятий.

Развивая интеграционные связи, предприятия смогут повысить свою эффективность и конкурентоспособность, что подтверждается зарубежным опытом.

Так, опыт наиболее передовых стран, успешно развивающих интеграционные связи на предприятиях, показывает, что повышение конкурентоспособности экономик происходит за счет: активизации инноваций в результате свободного обмена информацией и быстрого распространения новшеств между субъектами интеграции, благодаря устойчивым связям и сотрудничеству между ними, а также совместному финансированию исследований и разработок; улучшения качества ресурсов вследствие совместных инвестиций в техническое развитие поставщиков, образование, инфраструктуру; роста инвестиционной активности за счет привлечения иностранных инвестиций в интеграционное образование и развитие международного сотрудничества субъектов интеграции.

Вопросы теории интеграционных связей были исследованы С. Б. Авдашевой, В. А. Абросимовым, А. А. Богдановым, Р. Коузом, В. Леонтьевым, Д. С. Миллем, Д. Риккардо, М. В. Сениным, А. Г. Спенсором, О. Уильямсоном, Ю. В. Шишковым, К. Эрроу и др.

Проблема повышения конкурентоспособности в условиях интеграции нашла свое развитие в трудах современных российских ученых, таких как: Л. И. Абалкин, Г. Л. Азоев, Г. Л. Багиев, Ю. Винслав, Г. Б. Клейнер, Н. Д. Колесов, В. Л. Макаров, А. Г. Мовсесян, Р. А. Фатхутдинов, А. Ю. Юданов и др.

Целью исследования является разработка методов развития интеграционных связей на предприятиях.

Задачи исследования:

1. определить сущность и виды интеграционных связей на предприятии;
2. рассмотреть зарубежный опыт развития интеграционных связей на предприятиях;
3. разработать методы развития интеграционных связей на предприятиях Республики Беларусь.

Сущность и виды интеграционных связей на предприятии

Основными тенденциями внешней среды, влияющими на интеграцию, являются:

- ускорение, динамичность экономических процессов;
- усиление международной конкуренции;
- расширение международной специализации и кооперирования производства;

- развитие информационно-коммуникационных технологий (что способствует установлению взаимосвязей и сетевого сотрудничества).

В экономической науке сущностные характеристики интеграции хозяйствующих субъектов рассматривают с различных позиций, вследствие чего выделяют следующие аспекты этого понятия:

- более высокая степень сотрудничества, когда достигается органическая согласованность в осуществлении воспроизводственных процессов отдельных сторон (И. Суханова [11, с. 29]);

- повышение интегрированности, сопровождаемое увеличением размеров, концентрацией, часто диверсификацией и налаживанием новых более разнообразных, менее жестких связей в крупных производственно-хозяйственных комплексах, где связи из внешних становятся внутренними, более активно регулируемые; во-вторых, установление новых связей между хозяйственными единицами (Е. Герштейн [4, с. 86–94])

- организационные, экономические и юридические (Игнатъев Н. М [5, с. 102]).

Значимыми субъектами внешней среды, которые оказывают влияние на уровень развития интеграционных связей и конкурентоспособность предприятий, являются партнеры: поставщики, посредники, покупатели, органы регионального управления и другие. Именно отношения с ними формируют систему партнерских интеграционных связей, обеспечивающих конкурентные преимущества предприятиям.

Интеграционные связи на предприятии – это объединение, создание связей, развитие взаимоотношений между субъектами хозяйствования (заинтересованными сторонами), которое проявляется в различном соединении их ресурсов для реализации целей эффективного совместного сотрудничества и предполагает добровольность данного процесса, основанного на бизнес-этике.

Основываясь на концепции цепочки создания ценности, предлагаются следующие уровни интеграционных связей хозяйствующих субъектов.

1. Уровни интеграции для продления цепочки ценности:

- на уровне предприятия (формирование внутренних корпоративных отношений, внутренняя цепочка создания ценности);

- на уровне отрасли (интеграция предприятий, связанных по технологической цепи); такая интеграция позволяет создавать объединения предприятий – кластеры, холдинги, стратегические союзы и другие [1, 9, 19]

- на межотраслевом уровне (идентификация новых потребностей и новых сфер деятельности и формирование межсекторальных связей); в результате создаются такие структуры: агропромышленные комплексы, мегакластеры, глобальные корпорации [1, 9, 19].

2. Уровни интеграции для развития цепочки ценности:

- производство – сфера образования;
- производство – наука;
- производство – консалтинг, маркетинг, логистика;
- производство – государство.

Интеграция на различных уровнях и в различных ее видах проявляется в виде интеграционных связей между ее субъектами. В результате развития связей формируются отношения сетевого сотрудничества, которые представляют собой процесс установления длительных устойчивых формальных и неформальных отношений между субъектами делового сообщества, объединенными вертикальными и горизонтальными связями, основанными на добровольности, доверии и общих для делового сообщества целях, нормах, традициях, правилах, обычаях [2, 3].

Первое направление классификации интеграционных связей – в зависимости от субъекта взаимодействия: горизонтальные и вертикальные.

Вертикальные интеграционные связи для развития цепочки ценности – это установление взаимоотношений с предприятием-поставщиком (интеграция вниз) или предприятием-потребителем (интеграция вверх) продукции или услуг данного предприятия. К вертикальной интеграции относятся также интеграция производства и сети сбытовых предприятий, т.е. речь идет об укреплении связей между смежными звеньями технологической и распределительно-сбытовой цепочек (цепочек создания ценности).

Горизонтальные интеграционные связи для продления цепочки ценности – это установление интеграционных связей с предприятиями, производящими аналогичную продукцию или смежную, например, самими производителями тканей и т.д.

Второе направление классификации интеграционных связей – в зависимости от типа взаимоотношений: формальные (деловые, официальные) и неформальные (личные неофициальные) связи.

Формальные интеграционные связи – это отношения, которые складываются между субъектами при достижении ими определенных целей, образуют какую-либо форму интеграции и функционируют на основе норм, стандартов, прав и обязанностей.

Неформальные интеграционные связи – это отношения, которые возникают при функциональных связях между субъектами интеграции, но на базе их индивидуально-личностных качеств и выражаются в оценке этих качеств, способствуют персонализации осуществляемых в организации процессов.

Формальные и неформальные отношения находятся в тесной взаимосвязи и взаимодействии, однако сегодня в условиях глобализации необходимо развивать неформальные горизонтальные и вертикальные связи. Формальные и неформальные связи создают основу сетевому сотрудничеству.

Анализируя институциональные рамки взаимодействия субъектов, большинство ученых-институционалистов, среди которых, А. Берли [13], Т.

Веблен [20], Р. Коуз [7, 16], У. Митчелл [18], Н. Ноув [8] и другие, отмечает преимущество неформальных отношений между агентами в том, что они способствуют снижению трансакционных издержек.

Третье направление классификации интеграционных связей – в зависимости от направления взаимодействия: связи с конкурентами (концепция competition), связи сотрудничества (концепция cooperation), объединяющие в понятие со-конкуренции (coopetition).

Концепция со-конкуренции (coopetition) была разработана Бранденбургером и Нейлбаффом в середине 1990-х годов [14; 15, с. 57–71]. Если раньше конкуренция и сотрудничество рассматривались как две противоположных стороны, то сейчас успех фирмы часто определяется её способностью одновременно реализовывать как конкурентные стратегии, так и стратегии, направленные на сотрудничество [17, с. 110–141].

Зарубежный опыт развития интеграционных связей на предприятиях

Важнейшей характеристикой современного мирового хозяйства является развитие интеграционных связей. В зарубежных странах широко развиты интеграционные структуры. На сегодняшний день в мире существует около 40 тыс. крупных производственно-хозяйственных объединений в 150 странах; на них приходится 50% промышленного производства мира, более 50% мировой торговли, 75% прав на обладание интеллектуальной собственностью. Особый интерес представляют предпринимательские объединения США и ФРГ, «сюданы» и «кэйрэцу» Японии, «чеболи» Южной Кореи [10, с. 23].

Крупные производственно-хозяйственные объединения играют весьма значительную роль в экономиках развитых стран, в том числе в США, Японии, Германии и Швейцарии. Они контролируют более 1/3 промышленного производства своих стран, более 1/2 внешней торговли, более 3/4 патентов и лицензий на высокие технологии и «ноу-хау» [12, с. 7].

В зарубежных странах активно развивается сетевое сотрудничество, как направление интеграционных связей между бизнес-субъектами.

Наибольшее распространение в мире получили кластеры и холдинги. Сравнительный анализ различных интеграционных структур приведен в работе авторов [6].

Проанализировав процесс формирования устойчивых интегрированных структур в промышленности зарубежных стран, можно выделить следующие закономерности их развития:

1. разнообразие видов интеграционных структур в зарубежных странах, причем в экономически развитых странах создаются преимущественно «мягкие» формы структур, а в менее развитых странах – «жесткие» структуры;

2. в зарубежных странах создаются технологические платформы, которые базируются на связях науки и производства;

3. в экономически развитых странах действуют различные инструменты, которые стимулируют развитие кластерных структур;

4. по опыту зарубежных стран, инновационная деятельность наиболее активна в рамках кластеров, чем вне кластеров.

Методы развития интеграционных связей на предприятиях Республики Беларусь

Результаты оценки уровня интеграционных связей на предприятиях Республики Беларусь, по разработанной автором методике, показали слабый уровень развития интеграционных связей по горизонтали (2,3 баллов из 5), средний уровень взаимодействия по вертикали (3,15 баллов из 5 возможных).

В целях повышения конкурентоспособности предприятий предложены методы развития интеграционных связей.

В сфере науки и образования предлагается создание совместных структур:

1) Создание представительств предприятий или объединений в региональных университетах через: создание совместных кафедр и совместных научно-исследовательских лабораторий.

2) Создание корпоративных учебных центров в управляющей компании холдинга или кластера совместно с региональными университетами.

Корпоративный учебный центр – это форма обучения персонала, при которой оно ведется «в стенах» самой организации и, в основном, ее собственными силами. Отличия от академической формы обучения в университете:

- практическая, целевая направленность;
- основная форма обучения – электронная (в т.ч. дистанционная);
- использование в качестве преподавателей (бизнес-тренеров) своего персонала.

3) Создание научно-технических спинофф предприятий. Инновационные компании, открытые на базе университетов, позволяют превратить результаты исследований и открытий в качественные образцы изделий с более высокими потребительскими, технологическими, техническими, экономическими и иными свойствами, чем существующие, а также обеспечивают вчерашних студентов дополнительными рабочими местами.

Для обеспечения сетевого сотрудничества и развития интеграционных связей в научно-технической сфере предлагается создавать технологические платформы. Технологическая платформа должна объединить усилия представителей предприятий, субъектов сетевого взаимодействия, науки и государства.

Сотрудничество в маркетинге предлагается осуществлять по следующим направлениям:

- использование со-брендинга, т.е. совместное использование коммуникационных каналов несколькими партнерами для развития рыночной ниши, при котором суммарный эффект превышает результаты использования тех же каналов каждым из партнеров по отдельности;
- проведение совместных маркетинговых исследований зарубежных рынков;

- разработка стратегии корпоративной социальной ответственности;
- совместные программы сегментирования рынка и позиционирования товара;
- совместные программы продвижения товаров на внешнем рынке, включая рекламу, стимулирование сбыта, проведение торгово-промышленных выставок-ярмарок;
- создание единых информационных сетей между участниками сетевого взаимодействия на основе CRM-технологий.

Сотрудничество в логистике будет состоять в объединении ресурсов и транспортных средств предприятий-конкурентов по доставке сырья и материалов, а также готовой продукции до посредников.

Таким образом, для обеспечения инновационного развития предприятиям Республики Беларусь необходимо разрабатывать стратегию формирования интеграционных связей и механизмы ее реализации.

Выводы

Развитие интеграционных связей и сотрудничества позволит установить такие взаимоотношения между предприятиями (партнерами), которые обеспечат долгосрочное сближение генеральных целей интегрирующего и интегрируемого предприятий.

Разработанные и представленные в настоящей статье теоретико-методологические основы использования нового ресурса инновационного развития экономики – интеграционных связей между субъектами-бизнеса, а также между последними и сферой образования позволит получить синергетический эффект от сотрудничества.

Список использованных источников:

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб.: Питер, 1999. – 416 с.
2. Вайлунова Ю. Г., Яшева Г. А. «Гибридный» текстильный холдинг как вид кластерной структуры: идентификация и направления создания в Беларуси / Ю. Г. Вайлунова, Г. А. Яшева // Белорусский экономический журнал. – 2017. – № 2. – С. 144–158.
3. Вайлунова Ю. Г. Сетевые структуры и их роль в повышении конкурентоспособности предприятий / Ю. Г. Вайлунова // Экономика и банки / УО «Полесский государственный университет», 2014. – № 2 – С. 53–60.
4. Герштейн Е. Ф. Дифференциация и интеграция в промышленности: теория и практика развития: автореф. дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05 / Е. Ф. Герштейн. – Минск, 1993. – 34 с.
5. Игнатьев Н. М. О понятии экономической интеграции хозяйствующих субъектов / Н. М. Игнатьев // Экономический журнал. – 2012. – № 27. – С. 99–104.

6. Инновации в текстильной промышленности : коллективная монография / [авт. кол.: А. С. Дягилев, Н. Н. Самутина, О. М. Катович и др.]. – Витебск: УО «ВГТУ», 2016. – 221 с.
7. Коуз Р. Фирма, рынок и право / Р. Коуз. – М.: Новое издательство, 2007. – 224 с.
8. Ноув А. Экономическая стратегия коммунизма. Рост и возможности Советского Союза / А. Ноув. – Изд.: Иностранной литературы, 1960. – 115 с.
9. Портер, М. Конкуренция: пер. с англ. / М. Портер. – Москва: Вильямс, 2002. – 496 с.
10. Сулакшин С. С., Буянова, Е. Э., Кулаков, В. В., Михайлов, Н. И., Сазонова, Е. С. Правовая модель холдинга для России. – Москва: Научный эксперт, 2012. – 280 с.
11. Суханова, И. Ф. Закономерности развития интеграционных отношений России в условиях становления рыночной экономики: дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.01 / И.Ф. Суханова. - Москва, 2000. – 419 с.
12. Шепелев С.Б. Формирование и развитие корпоративных структур холдингового типа в условиях структурной перестройки промышленности: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05: Москва, 2004. – 26 с.
13. Berle A. A. The 20th Century Capitalist Revolution / A. A. Berle. – New York, Harcourt, Brace, 1954. – 192 p.
14. Brandenburger A. M. Co-opetition: a Revolutionary Mindset that Combines Competition and Cooperation / A. M. Brandenburger, J. B. Nalebuff. – Currency Doudleday. – 1998. – 288 p.
15. Brandenburger A. M. The Right Game: Use Game Theory to Shape Strategy / A. M. Brandenburger, J. B. Nalebuff // Harvard Business Review. – 1995. – P. 57–71.
16. Coase R. H. The nature of the firm / R. H. Coase // *Economica*. New Series. – 1937. – Vol. 4. – № 16. – P. 386–405.
17. Lado A. G. Competition, Cooperation and the Search for Economic Rents: A Syncretic Model / A. G. Lado, N. G. Boyd, S. C. Hanlon // *The Academy of Management Review*. – 1997. – № 22 (1). – P. 110–141.
18. Michael J. Enright and Ifor Ffowcs-Williams / Michael J. // *Enhancing the competitiveness of SMEs in the global economy: strategies and policies : conference for Ministers responsible for SMEs and Industry Ministers, Bologna, Italy, 14–15 June 2000* // Organisation for Economic Cooperation and Development [Electronic resource]. – 2000. – Mode of access: <http://www.oecd.org/daf/corporate>. – Date of access: 04.02.2018.
19. Porter M. E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance / M. E. Porter. – New York : Free Press, 1985. – 557 p.
20. Veblen T. The The theory of the leisure class / T. Veblen. – Stilwell: Digireads, 2005. – 161 с.