

УДК 336.5
ББК 65.050.1

В.А. СААКЯН

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ АДАПТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Экономические субъекты осуществляют свою деятельность в условиях постоянного взаимодействия с внешней средой. Внешние факторы напрямую влияют на организацию средств изменения степени и частоты взаимопринятия, а также взаимоотдачи потоков. Потоками при этом выступают как информационные, так и материальные взаимные обмены, и как отдельный поток можно выделить кадры, учреждающие бизнес и работающие в нем, как основу генезиса организационного существования.

В условиях рыночной экономики любое предприятие для выживания и сохранения конкурентоспособности должно постоянно корректировать свою деятельность с учетом требований внешней среды. Это вызвано тем, что изменения факторов внешней среды могут привести к возникновению определенного дисбаланса между предприятием и средой и повлечь необходимость адаптации к ним предприятия. В этой связи, предприятие должно обладать способностью своевременно осуществлять адекватные изменения [3].

Высокий уровень воздействия факторов внешней среды на деятельность предприятий обуславливает повышенный интерес к исследованию внешнего окружения. Своевременно полученные сведения позволяют адекватно реагировать на происходящие и предполагаемые изменения, принимать необходимые решения, направленные на поддержание баланса с внешней средой [6].

В условиях постоянного изменения внешней среды перманентное ведение оптимизационных действий в отношении организации для сохранения ее жизнеспособности и устойчивости, выходит на первый план. Иными словами, любой экономический субъект неизбежно должен адаптироваться к условиям внешней среды. В экономической литературе встречаются определения понятия «адаптация», множество из которых близки по смысловому содержанию. «Адаптация – способность системы обнаруживать целенаправленное приспособляющееся поведение в сложных средах, а также сам процесс такого приспособления» [7]. «Адаптация – это процесс приспособления социально-экономической системы к новым условиям функционирования [2]. «Адаптация – процесс изменения факторов внутренней среды предприятия с целью достижения его финансовой устойчивости, обеспечения эффективного производства и реализации продукции, формирования и поддержания стабильной системы социальных отношений, обеспечивающей высокий уровень потребления и самореализации работников в условиях

количественного и/или качественного изменения факторов внешней среды функционирования предприятия» [5].

Парадигма исследований теории адаптации предприятий к условиям внешней среды определяет данный процесс как некое бессубъектное системное явление, при этом исходным остается тот факт, что действия представителей фирмы инертны, либо мало инертны по отношению к внешним факторам.

В связи с вышеизложенным, актуально предложение собственного определения, учитывающего институциональный фактор принятия адаптационных мер. «Адаптация организации» – реактивные действия структурных подразделений субъекта экономической деятельности, выполненные по их инициативе, представляющие собой внутренние модификации, произведенные с целью сохранения функциональности и развития.

Данный процесс, на наш взгляд, обеспечивается следующими факторами:

- эффективностью проведения аналитических операций для выявления изменений параметров внешней среды и степени их влияния на предприятие в перспективе;

- институциональным фактором, или мировоззренческими особенностями кадрового состава функциональной системной единицы организационной структуры управления, которая непосредственно принимает тот или иной поток и ответственна за принятие решения по реализации действий в новых условиях; сюда включено как мироощущение, так и мироосознание структурных элементов, непосредственно взаимодействующих с внешними субъектами;

- эффективностью и своевременностью инициативных действий функциональной системной единицы организационной структуры управления, а также реализацией инициативного проектного потенциала тактических действий и внесением корректировки в стратегический процесс функционирования субъекта экономической деятельности.

Исходя из приведенного нами выше понятия «адаптации предприятия», субъектом инициативы как реактивного действия на нестабильность извне выступает кадровая единица, либо коллектив, непосредственно связанный с приемом или передачей потока посредством взаимодействия с внешней средой предприятия, данный процесс изображен ниже (рис. 1).

Любой из потоков, связывающих предприятие с рыночной средой, может быть полностью или частично перекрыт по решению участников обмена, в том числе и вследствие добросовестной или недобросовестной конкуренции. При этом в качестве конкурентов следует рассматривать не только предприятия, производящие такую же продукцию, но и предприятия, использующие (возможно, по другому назначению) те же трудовые, материальные, финансовые и иные ресурсы, в том числе и предприятия других отраслей, в особенности те, которые могут переключиться на выпуск продукции данной отрасли. (Заметим, что по мере развития рынка и роста конкуренции переход предприятия из одной отрасли в другую, более рентабельную, будет все более частым явлением) [8].

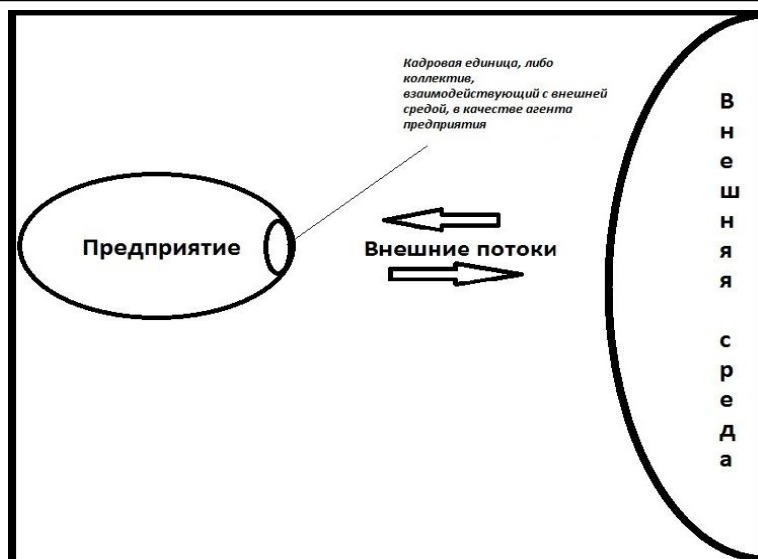


Рис. 1 Процесс взаимодействия предприятия с внешней средой

Институциональная среда представляет собой область взаимодействия предприятия с теми, на кого она может в силу своих возможностей оказывать влияние. Во всех принципиальных решениях корпорации должен быть достигнут баланс интересов участников корпоративных отношений, что повышает их важность и значимость [4].

Рассматривая процесс адаптации с упором на институциональные характеристики структурной единицы или, другими словами – проводника, принимающего и передающего потоки во внешней среде, важно заметить, что данная структурная часть предприятия выступает ключевой в осуществлении внешней стратегической политики. Такой вывод можно сделать, опираясь на следующее:

- эффективность проведения исследований влияния и изменения факторов внешней среды напрямую зависит от эффективности аналитического потенциала проводника, либо от степени коммуникационной оптимальности потока при прохождении через него в случае, если решение принимается иным, внутренним субъектом в организации;

- от реакции проводника напрямую зависит своевременность реактивной инициативы;

- в случае, когда структура-проводник является исполнителем реактивного решения и действует в качестве субъекта инициатив потоков во внешнюю среду, ее значимость как агента предприятия приобретает политический характер, так как она формирует особенности представления о фирме у ее окружения, распространяя её миссию и традиционные особенности.

Ключевым фактором обеспечения конкурентных преимуществ хозяйствующих субъектов любого уровня являются человеческие ресурсы, их образовательный, профессионально-квалификационный, культурный и социальный потенциал [8]. Так, в связи с тем, что значимость структурных подразделений, связанных с

непосредственным взаимодействием с внешней средой, приобретает общеполитический характер в конкурентном окружении для предприятия, центры внутренней ответственности также естественным образом распределяются по степени стратегического вмешательства в определение будущей целевой модели предприятия. При этом, независимо от характера производственной системы, агенты, иницирующие потоки с центрами финансирования, имеют приоритетное значение для принятия внутриорганизационных решений. Так, инвесторы зачастую являются главными субъектами в процессе принятия стратегических решений. Именно они зачастую определяют генезис предприятия и формулируют собственные цели, непосредственно связанные с долгосрочным существованием организации. Руководитель организации, определяемый советом акционеров, является ее агентом, непосредственно взаимодействующим с акционерами, определяя порядок взаимного обмена потоками. В качестве оперативного источника существования, и, опираясь на маркетинговую концепцию, в качестве главного экономического субъекта выступают клиенты компании. Соответственно, следующим по значимости в процессе взаимодействия с внешней средой можно выделить отделы маркетинга, и в частности отдел продаж. Именно благодаря отделу продаж осуществляется внешнее взаимодействие потоков, иницирующее внутренние процессы организации. В основе стратегий, реализуемых компаниями, лежит желание получить прибыль за счет управления потребительским поведением. Таким образом, речь идет о применении индивидуального подхода к своему клиенту и формировании потребительской лояльности, в основе которых лежит удовлетворение потребностей клиентов, установление с ними долгосрочных отношений. Резервом в реализации поставленной компанией цели, а именно, получении прибыли, может быть формирование лояльности бизнес-партнеров [1]. Это еще один из аспектов институционального проявления агентского взаимодействия предприятия с внешней средой.

Действуя в конкурентных условиях, предприятие определяет собственное долевое участие в распределении финансового ресурса, поступающего в качестве организационного стимулирования, и последующей реализации аспектов собственной миссии, в связи с чем для поддержания оптимального состояния предприятию требуется перманентный мониторинг таких сфер, как иное окружение, помимо вышеизложенного. При этом следующим агентом взаимодействия по мере организационной ответственности можно назвать элементы организационных структур, непосредственно формирующих средства производства. Их задача состоит в обеспечении бесперебойного процесса, иницируемого прежде всего из внутренних составляющих организации. Посредством передачи и приема потоков внешней среды, данная группа агентов формирует адаптационные механизмы субъекта экономической деятельности через партнерские организации или, зачастую, непосредственно людей в случае комплектации кадрового ресурса.

Институциональные аспекты адаптационного потенциала предприятия формируют общую среду формирования и развития устойчивого существования предприятия в стратегическом и тактическом операционных полях. Основываясь на этом, на наш взгляд, можно выделить две основных группы действий по характеру адаптивных мер:

- неинертные действия. Связаны с изменением окружающей микросреды агентами предприятия. Такой тип подразумевает совершение неких действий, целенаправленно меняющих окружение предприятия вопреки сопротивлению. Говоря иначе, в случае отсутствия активности агентов предприятия в моделируемой среде данная среда продолжила бы существование целенаправленно в другом русле, предпосылкой для этого были бы действия иных агентов;

- инертные действия. Применяются вследствие осознания недостатка агентского ресурсного потенциала для изменения обстоятельств внешней среды. Такого рода решения по большей части меняют само предприятие, либо вносят проектные коррективы для максимального продления существования и развития субъекта экономической деятельности, связанные с реструктуризацией внешних потоков, либо, в наиболее сложной среде, - самих агентов.

Помимо агентского потенциала структурных подразделений, организации необходимо также выделить и технологические аспекты внутреннего коммуникационного механизма. Влияние коммуникационных шумов на принятие управленческих решений, выступающих в качестве предпосылки реактивных действий, также имеет институциональные особенности. Подобного рода среда регулируется как формально, через административные рычаги, так и через сложную структуру неформальных влияний организационной культуры и ее элементов. В случаях, когда предприятие имеет некую относительную стабильность при взаимодействии с внешней средой, ее организационные ресурсы приводятся в состояние неполноценного использования, однако при поступлении определенного потока извне, ее потенциал нуждается в интенсивной мобилизации. В этот период руководство компании как главный инициативный субъект определяет эффективность результата посредством методологических моделей распространения обратных инициатив, используя те или иные элементы организационной структуры в качестве делегированных агентов, непосредственно принимающих участие во внешних процессах.

Таким образом, оценивая относительный потенциал адаптивности предприятия как субъекта экономической деятельности, определяется некая общность индивидов, и нельзя не брать во внимание ключевые аспекты, связанные с взаимодействием с внешней средой посредством агентского делегирования, в качестве которых выступают элементы организационной структуры предприятия. Именно данный субъект принимает на себя одну из определяющих ролей в процессе взаимодействия предприятия с внешними факторами. Такие характеристики, как мироощущение и мировосприятие внешних факторов данным субъектом, напрямую определяют реакцию и потенциал жизнеспособности всего предприятия.

Список использованной литературы:

1. Аракелова, И. В. Институциональные аспекты формирования лояльности бизнес – партнеров на рынке B2B // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского Института Бизнеса. 2013. -№ 3 (24). -198 с
2. Блауберг, И.В., Юдин, Э. Г. Становление и сущность системного подхода. – М.: Наука, 1973. – 270 с.

3. Денисова, Е. И. Механизм реструктуризации как способ адаптации предприятия к изменениям внешней среды. // Вестник ОГУ. -№8(90), 2008. –С.81-86.
4. Зайнуллин, С. Б. Проблемы взаимодействия интересов предприятия и субъектов, составляющих внешнюю и внутреннюю корпоративную среду. // Вестник СамГУ. 2007. № 3 (53). -118 с.
5. Зяблицкая, Н.В. Оценка адаптационных возможностей промышленных предприятий: монография. – НВ: Изд-во «Приобье», 2005. – 103 с.
6. Кокарев, Д. В. Внешняя среда и конкурентоспособность предприятия // Вестник ОГУ. -№ 81(90), 2008.-С. 58-63.
7. Математика и кибернетика в экономике. Словарь – справочник. 2-е изд. – М.: Экономика, 1975. – 700 с.
8. Стратегии бизнеса: аналитический справочник / Айвазян С.А., Балкинд О.Я., Баснина Т.Д. и др. Под ред. Г.Б. Клейнера. – М.: КОНСЭКО, 1998. -249 с.
9. Яхварова, Е.В. Конкурентоспособность человеческих ресурсов в системе отношений «Человек – производство» // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского Института Бизнеса. 2014. -№ 2 (27). -145 с.

Reference Literature:

1. Arakelova I. C. Institutional aspects of establishing loyalty business partners in B2B market // Business. Education. Right. Bulletin of Volgograd Institute for Business. 2013, № 3 (24). – 198 pp.
2. Blauberger, I.V., Yudin, A.G. Formation and essence of a systematic approach. – М.: Nauka, 1973. – 270 pp.
3. Denisova I. E. The Mechanism of restructuring as a way adapted to the changes in the external environment. // Vestnik OSU, # 8(90), 2008. ----
4. Zainullin, S. B. Problems of interaction of the interests of the company and the entities constituting external and internal corporate environment. // Bulletin of Samara State University. 2007. № 3 (53). -118 pp.
5. Zyablitskaya, N.V. Monograph. Assessment of adaptive capacity of industrial enterprises. – НВ: Izd-vo “Priobye”, 2005. -103 pp.
6. Kokarev D. C. External environment and competitiveness of enterprises // Vestnik OSU, # 81, 2008, ----
7. Mathematics and cybernetics in economy. Reference dictionary, 2nd ed. – М.: Economics, 1975. – 700 pp.
8. Business strategy: an analytical guide. Aivaziyan S.A., Balkind O.A., Basnina T. D., etc. Ed. By G.B. Kleiner. – М.: Conseco, P. 1998. – 249pp.
9. Ajvarova, E.V. Competitiveness of human resources in the system “Man – production” // Business. Education. Right. Bulletin of Volgograd Institute for Business. -2014, № 2 (27). – 145 pp.

Институциональные факторы стратегической адаптивности предприятия

Ключевые слова: адаптация, стратегия предприятия, взаимодействие с внешней средой, институциональные факторы, внешний поток, реактивные действия, агент предприятия

Статья содержит детальное рассмотрение процесса адаптации в контексте институциональных факторов, определяющих процесс стратегической выживаемости. Многофакторность окружения предприятия обусловлена наличием в ней источников различного рода ресурсов, находящихся во внешней среде, необходимых для функциональности и развития предприятия.

Процесс адаптации субъекта экономической деятельности рассматривается с позиции, при которой основное внимание уделяется структурным подразделениям, непосредственно взаимодействующим с внешней средой как к одной из ключевых структур в осуществлении внешней политики. Приводится характеристика инертных и неинертных адаптивных мер. Рассматривается внутрискрутурное распределение центров ответственности в принятии решений, формирующихся естественным образом.

Institutional Factors of a Strategic Adaptation of the Enterprise

Key words: adaptation strategy of the company, interaction with external environment, institutional factors, external inflow, institutional aspects of adaptive capacity, reactive actions, agent of the company

The article contains a detailed consideration of the process of adaptation in the context of institutional factors determining the process of strategic survival. The multifactorial nature of the environment of the enterprise is due to the presence of sources of different kinds of resources being the external environment necessary for the functionality and development of the enterprise. The adaptation process of the economic entity is considered from the position at which the focus is on structural subdivisions, directly interacting with the external environment, as one of the key structures in the implementation of foreign policy. The characteristics of inert and non-inert adaptive measures are adduced. Interstructural distribution of responsibility centres in charge of taking decisions emerging in a natural way are considered.

Сведения об авторе:

Саакян Владимир Арамович, соискатель кафедры государственного и муниципального управления Волгоградского государственного университета (Российская Федерация, Волгоград), e-mail: mozgfront@mail.ru

Information about the author:

Saakyan Vladimir Aramovich, postgraduate student of the department of state and municipal management of Volgograd State University (Russia, Volgograd) e-mail: mozgfront@mail.ru