

Оценка эффективности кооперационного взаимодействия субъектов малого предпринимательства

© 2010 О.В. Попова

Сибирская государственная автомобильно-дорожная академия, г. Омск

E-mail: popovaolga75@mail.ru

Освещаются вопросы кооперационного взаимодействия малых предприятий с целью создания наиболее благоприятных условий их функционирования. Представлены критерии эффективности кооперационного взаимодействия субъектов малого предпринимательства и процедура ее оценки.

Ключевые слова: малое предпринимательство, кооперация, взаимодействие, критерии эффективности, синергетический эффект.

Существенное влияние неблагоприятных факторов экономической среды, отсутствие должной государственной поддержки ставят в весьма сложное положение малое предпринимательство в нашей стране. Это приводит к неразвитости сектора малых предприятий и затрудняет формирование конкурентного рынка. В данных условиях важное значение приобретают вопросы кооперации малых предприятий в целях создания более благоприятных условий для каждого из участников взаимодействия.

Кооперационное взаимодействие является формой объединения экономически самостоятельных предпринимательских структур, организующих совместную деятельность при решении производственных, экономических, научно-технических, социальных и других задач. Оно может строиться на основе добровольных соглашений и частных контрактов. Взаимодействие малых предприятий на основе их кооперации организуется через объединение ресурсов и их совместное использование. Виды объединяемых ресурсов многообразны, например, это могут быть:

- финансовые ресурсы (кредиты внутри кооперационного сообщества, кассы взаимопомощи, лизинг, вопросы оптимизации налогообложения);
- материально-технические ресурсы (складские и офисные помещения, запасы сырья, материалов и комплектующих изделий, оборудование, оргтехника, транспорт);
- организационно-управленческие ресурсы (ведение бухгалтерии, управление какой-либо стадией производственного процесса, маркетинг, реклама);
- интеллектуальный капитал (обмен информацией, знаниями, навыками, компетенциями, опытом).

Кооперация в малом бизнесе часто представляет собой объединение малых предприятий в целях снижения собственных издержек. Каждый член кооперативной структуры вследствие объединения получает дополнительную прибыль, что и обуславливает его экономический интерес к взаимо-

действию. Кроме того, постоянно усложняющаяся внешняя среда, которая становится все более динамичной, приводит к возрастанию рисков. Это заставляет малые предприятия искать пути более тесного взаимодействия друг с другом, разделяя риски между всеми участниками кооперативного сообщества. За счет такого взаимодействия каждое отдельно взятое предприятие может добиваться более устойчивой рыночной позиции в усложняющейся среде, обеспечивать свою выживаемость и конкурентоспособность. Создавая и используя общую ресурсную базу, малые предприятия могут быстро реагировать на изменение потребностей потенциальных клиентов, а также более эффективно выстраивать ценовую политику и управлять спросом. В рамках научно-технической кооперации обеспечивается высокая скорость обмена информацией, знаниями и компетенциями, что способствует развитию инновационного процесса.

Получение более высоких хозяйственных результатов на основе образования различных форм кооперационного взаимодействия малых предприятий можно объяснить достигаемым синергетическим эффектом. Существенное внимание анализу эффекта “синергизма” применительно к экономическим процессам уделял известный теоретик в области стратегического менеджмента И. Ансофф, который охарактеризовал его как разницу между совокупным эффектом совместного использования ресурсов и суммой частных эффектов от использования тех же ресурсов по отдельности. Исследователь связывает синергизм с нарушением пропорциональности. Данное понятие называется эффектом “ $2 + 2 = 5$ ” для того, чтобы подчеркнуть, что эффект от суммы больше, чем сумма составляющих частей. При этом возникающая дополнительная единица ($5 - 4 = 1$) обусловлена синергизмом¹.

Для выбора эффективных форм кооперации предпринимательских структур в малом бизнесе важна оценка результатов их взаимодействия. В качестве основных факторов, влияющих на эф-

фективность взаимодействия партнеров, как свидетельствуют результаты исследования зарубежных и российских авторов, следует выделить совместимость целей взаимодействующих предприятий, доверие, координацию действий, качество коммуникаций между участниками взаимодействия, способность разрешения конфликтов путем совместного решения проблем, количество участников, склонность к интеграции, степень взаимозависимости².

Понятие эффективности взаимодействия многопланово. Относительно системы взаимодействующих предпринимательских структур поиск критериев эффективности может быть затруднен уровнем сложности самой системы. Так, более просто выбрать критерии эффективности и оценить их можно при взаимодействии двух предприятий. Система взаимодействия предпринимательских структур, образуемая при кооперации малых предприятий, является синергетической, поэтому при оценке эффективности ее функционирования нужно учитывать существующую взаимную связь с внешней средой. Так, сама по себе эффективно функционирующая система может оказывать некоторые негативные воздействия и наносить экономический ущерб смежным системам или системам более высокого иерархического уровня, частью которых она является.

Сложность в формулировании критериев эффективности кооперационного взаимодействия малых предприятий появляется и потому, что каждый субъект прежде всего нацелен на достижение собственной индивидуальной эффективности. В свою очередь, величина индивидуальной эффективности, которую каждый партнер получает в результате взаимодействия, зависит от эффективности функционирования всей системы.

В общем случае, эффективность взаимодействия предпринимательских структур характеризуется соотношением полученных результатов и затрат на функционирование системы. Когда ассоциация малых предприятий разрастается и в ней усложняются процессы взаимодействия, то ее участникам приходится нести дополнительные затраты на содержание лица (зарботная плата), организующего работу ассоциации, или на дополнительное программное обеспечение в форме денежных взносов. Стимулы для объединения предпринимательских структур в кооперационном взаимодействии появляются тогда, когда эффекты от кооперации больше затрат на формирование кооперации. У каждого из участников взаимодействия должна существовать некая причина, которая покрывает преимущества автономного функционирования этого предприятия. Для того чтобы разовое кооперационное вза-

имодействие малых предприятий переросло в устойчивые связи между ними (в симбиоз), превышение кооперационных эффектов над кооперационными затратами должно покрывать возможные убытки от воздействия внешней среды³.

Следует отметить, что не всегда причиной, побуждающей предприятие к установлению и сохранению взаимодействий, является увеличение текущей экономической выгоды. В условиях большой неопределенности и динамичности рынка многие предприятия во главу угла ставят достижение стабильности и способны пожертвовать текущей экономической выгодностью с целью движения по наиболее стабильному пути развития. Например, стабильность может увязываться с сокращением рисков, сопровождающих развитие предпринимательской структуры, или с возможностью в рамках взаимодействия реализовать ее стратегические планы. В связи с этим интересным представляется подход, предложенный Д. Уилсоном и С. Джантрана, который предполагает рассмотрение эффективности взаимодействия с точки зрения ценности взаимоотношений для каждого из субъектов системы⁴. При этом выделяются три составляющие ценности взаимоотношений: экономическая (повышение конкурентоспособности, сокращение производственных затрат, повышение качества производимых продуктов и услуг, доступ к ресурсам, технологиям, информации), стратегическая (оптимальное распределение ресурсов, развитие ключевой компетенции, стратегические цели компании) и психологическая (доверие, приверженность взаимоотношениям, формирование общей системы ценностей).

Однако важно принимать во внимание, что, несмотря на такое разделение, все три выделенные Д. Уилсоном и С. Джантрана составляющие ценности кооперационных взаимоотношений имеют экономическое содержание. Хотя иногда трудно сразу оценить количественно величину экономического эффекта, полученного за счет приобретения ценности под влиянием стратегических или психологических факторов, со временем этот эффект приобретает стоимостное выражение, оказывая влияние и на финансовые результаты деятельности предпринимательских структур. Стратегическое управление, в рамках которого предполагается снизить ориентацию предприятий на относительно кратковременные и имеющие только лишь финансовое содержание действия, включает в себя такие понятия, как миссия, видение, задает направление и имеет приоритет над тактикой. Возможно, предпринимательская структура не получает сиюминутной прибыли от кооперации с другими предприятиями, но взаимодействие способствует успешному

продвижению в стратегическом направлении. Примерами могут служить установление более стабильного положения на динамичном рынке, достижение предприятием плановых показателей и т.п. Экономический эффект может быть обусловлен также сокращением транзакционных издержек и ростом удовлетворенности всех заинтересованных лиц: потребителей продукции предприятий - участников ассоциации, самих членов ассоциации, сотрудников компаний, акционеров. Росту удовлетворенности способствуют улучшение психологического климата взаимодействий, снижение теневой составляющей, увеличение прозрачности управления процессом производства или реализации продукции, уход от рисков.

Критерии эффективности кооперационного взаимодействия субъектов малого предпринимательства можно условно разделить на следующие группы: организационно-экономические (улучшение результатов работы предприятий за счет приобретения технологических, финансовых, управленческих и других преимуществ); социально-экономические (достижение социально-экономических целей, преследуемых заинтересованными лицами и обществом в целом, улучшение институционального климата); экономико-стратегические (развитие стратегий взаимодействующих предпринимательских структур с учетом анализа потребностей не только внутренней, но и внешней среды). Организационно-экономические и социально-экономические составляющие могут носить краткосрочный (эффект, получаемый в реальном времени) и долгосрочный (продолженный или ожидаемый в будущем эффект) характер, тогда как динамику экономико-стратегических показателей можно оценить только по истечении времени.

В результате кооперации малых предприятий образуется новая система, обладающая свойствами, которые не сводятся к простому суммированию свойств каждого участника взаимодействия. Возникает синергетический эффект, обеспечивающий доминирование эффекта совместного функционирования объектов над суммой эффектов их автономной деятельности:

$$\sum_{i=1}^n \mathcal{E}_i \leq \mathcal{E}^s,$$

где i - индекс малого предприятия;

n - число малых предприятий, участвующих в кооперационном взаимодействии;

\mathcal{E}_i - эффекты автономного функционирования предприятий;

\mathcal{E}^s - эффект от совместной деятельности предприятий.

При анализе эффективности кооперации предприятий целесообразно использовать два

основных индикатора: доход и затраты. Все прочие показатели (например, снижение потребности в инвестициях, фондоотдача, уменьшение времени для достижения целей) можно интерпретировать как получение дополнительного дохода или как снижение затрат. Отсюда эффект (\mathcal{E}_i), как правило, измеряется показателем прибыли.

Синергетический эффект (S) определяется величиной разности:

$$S = \mathcal{E}^s - \sum_{i=1}^n \mathcal{E}_i.$$

Если синергетический эффект $S \geq 0$, то взаимодействие эффективно и предприятия будут стремиться сохранить отношения. И чем величина синергетического эффекта больше, тем устойчивее будет союз рассматриваемых предприятий. При $S < 0$ кооперация неэффективна, и предприятия, скорее всего, будут стремиться расторгнуть свой союз.

Общий эффект от объединения должен распределяться между участниками взаимодействия, т.е. складываться из эффектов, полученных каждым малым предприятием (S_i). Если хотя бы для одного из участников будет выполняться условие $S_i < 0$, то эта предпринимательская структура будет стремиться к сохранению автономного функционирования. Для каждой величины S_i целесообразно провести структурный анализ. В общем случае, вступление малого предприятия во взаимодействие влечет за собой дополнительные затраты Z_i , связанные с кооперацией. Однако то же предприятие получает дополнительную выгоду D_i . Таким образом, синергетический эффект от объединения предприятий можно выразить формулой

$$S = \sum_{i=1}^n (D_i - Z_i).$$

Чаще всего социально-экономические и экономико-стратегические составляющие эффекта трудно оценить количественно. В данном случае они оцениваются качественно, а затем ситуация анализируется в целом с применением экспертного подхода, который позволяет использовать рейтинговую систему оценки эффективности, исходя из целей взаимодействия с учетом конкретно сложившихся условий. При этом осуществляется ранжирование критериев эффективности по степени важности для каждого из его участников.

Возможны ситуации, когда качественные составляющие эффективности кооперационного взаимодействия субъектов малого предпринимательства могут получить альтернативную стоимостную оценку. Например, в результате взаимодействия не происходит увеличения показателя прибыли, но при этом снижаются усилия по управлению

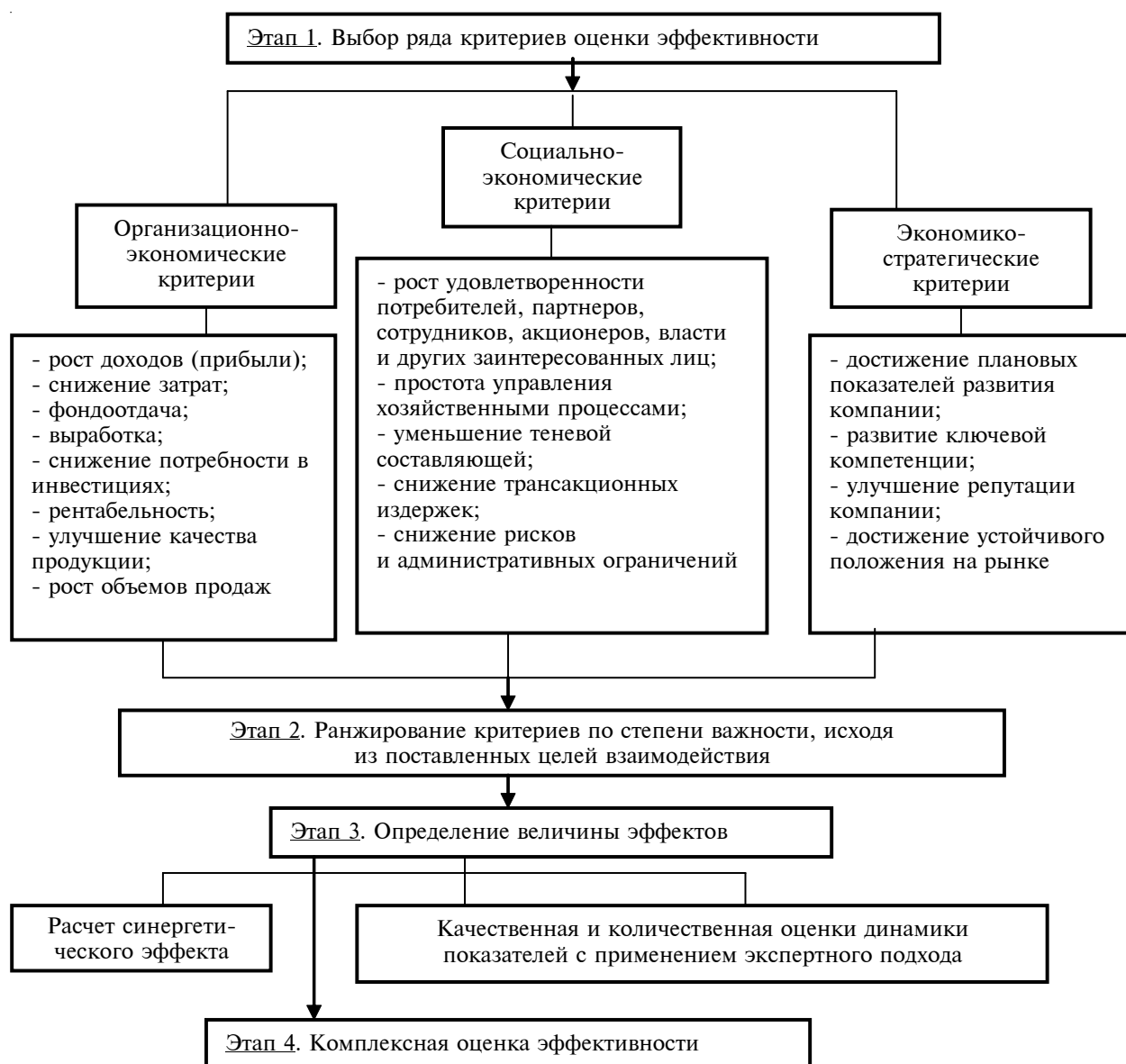


Рис. Процедура оценки эффективности кооперационного взаимодействия субъектов малого предпринимательства

процессом производства или по реализации товара за счет получения дополнительной информации от других членов кооперационного сообщества. При автономном функционировании получение этой информации стоило бы предприятию некоторых средств, величину которых можно спрогнозировать, а следовательно, и выразить величину эффекта количественно.

Процедуру оценки эффективности кооперационного взаимодействия субъектов малого предпринимательства можно представить в виде схемы (см. рисунок). Данная процедура может быть применима как при анализе эффективности уже сложившихся кооперационных взаимодействий, так и на этапе планирования новых взаимоотношений такого рода с целью предварительной оценки целесообразности их построения.

¹ Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. СПб., 1999.

² См.: Куц С.П., Афанасьев А.А. Маркетинговые аспекты развития межфирменных сетей: российский опыт // Рос. журн. менеджмента. 2004. □ 1. Т. 2. С. 33-52; Mohr J., Spekman R. Characteristics of partnership success: partnership attributes, communication behavior, and conflict resolution techniques // Strategic Management J. 1994. □ 15 (2). P. 135-152.

³ Казачок С.А. Кооперация как основа формирования устойчивых хозяйственных структур в рыночной экономике: вопросы теории // Вестн. экон. интеграции. 2007. □ 4. С. 71-77.

⁴ Wilson D., Jantrania S. Understanding the value of a relationship // Asia-Australian Marketing J. 1996. □ 2. P. 55-66.