
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ УПРАВЛЕНИЯ

УДК 334

А.К. Беркаева

ТИХАЯ РЕВОЛЮЦИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ ОТРАСЛЕЙ

Аннотация. Экономический и геополитический кризисы изменили приоритеты в поведении конкурентных фирм и обладание большой долей сегодняшнего рынка. Это уже не является залогом успеха в будущем. Изменения во внешней среде потребовали изменений и во внутренней среде организаций и отраслей. Данная статья рекомендована на раскрытие их интеллектуального капитала и реализацию ключевых компетенций и управление знаниями.

Ключевые слова: отрасль, среда хозяйствования, ресурс, отраслевые структурные изменения, глобализация конкуренции.

Albina Berkaeva

QUIET REVOLUTION IN THE ORGANIZATION OF BRANCHES

Annotation. Economic and geopolitical crises have changed priorities in behavior of competitive firms and possession of a big share of today's market. It isn't the key to success in the future any more. Changes in external environment have demanded changes and in the internal environment of the organizations and branches directed to disclosure of their intellectual capital and realization of key competences and management of knowledge.

Keywords: branch, managing environment, resource, branch structural changes, globalization of competition.

Последнее десятилетие является временем активного изменения стратегий политики организаций, ввиду вступления мировой экономики в эпоху глубинных системных сдвигов и организационных изменений, способных обеспечить адаптацию компаний в быстроменяющейся внешней среде хозяйствования. Неизбежная при этом трансформация организационно-экономических основ фирм, с одной стороны, сделала стратегии управления фирмами как никогда актуальным, а с другой, поставила его теоретиков и практиков перед необходимостью радикального переосмысления принципов и направлений разработки концепций стратегий, адекватных новым реалиям.

Множественные и неизвестные ранее факторы внешней среды существенно скорректировали представления об экономически эффективном размере и организационной структуре фирмы, границах ее действия и других проблемах, считавшихся хорошо изученными. В свою очередь преобладающая сегодня антикризисная тенденция к переходу от стратегического выбора к стратегическим изменениям как сути эффективных стратегий реорганизации, требует смещения акцентов исследований на динамические аспекты экономической природы и механизмов конкурентных преимуществ. Все это в совокупности актуализирует проблемы, связанные с организационной адаптацией фирм с целью формирования и развития динамической концепции антикризисных стратегий фирм.

С точки зрения традиционного ресурсного подхода организационная адаптация фирмы рассматривается как ресурс-запас компании, позволяющая ей структурировать свою деятельность в изменяющейся внешней среде хозяйствования. В свою очередь быстрое распространение в современной экономике сетевых форм межфирменной организации привело к резкому возвышению сетевой концепции развития фирм и необходимости в переосмыслении экономической природы, особенностей и последствий бурно протекающей организационно-экономической трансформации фирм, которая рассматривается как ресурс-поток главных источников конкурентных преимуществ хозяйствую-

щих субъектов. Однако в рамках сетевой концепции природы фирмы отсутствует единство мнений относительно характера организационных изменений.

Главный вывод ученых состоит в том, что кумулятивное воздействие данных факторов было сродни «тихой революции в организации отраслей», означавшей кардинальный сдвиг в организационной структуре фирм, повлекших изменения и в основах конкуренции фирм. Кроме того, быстро набирали силу процессы «бизнеса без посредников» (распространение информационных технологий вкупе с усилением требований потребителей к ценности покупок привели к реконфигурации цепочек создания ценности и снижению отраслевых входных барьеров), дезинтеграции отраслей (распад многих вертикально интегрированных структур и замена их аутсорсингом на основе долгосрочных контрактов), а также конвергенции отраслей. Последние десятилетия были отмечены интенсификацией отраслевых структурных изменений, которые особенно подогревались стремительным развитием новых технологических основ бизнеса – интернета, беспроводных средств коммуникаций и цифровых технологий, а также взаимопроникновением технологий (например, слиянием различных информационных платформ) [2].

Новые технологии и зарождающиеся рынки создают новые возможности. Добавляет их и рыночная конвергенция. И конечно, некоторые рынки постепенно умирают. В свете таких непрекращающихся перемен антикризисного характера гораздо важнее построить стратегические процессы, обеспечивающие оперативное репозиционирование на уровне корпорации, чем одну определенную линию обороны.

С решительным призывом отказаться от прежде успешных принципов ведения бизнеса выступили ученые М. Хаммер и Дж. Чампи, авторы концепции «реинжиниринга корпорации». Данная концепция, названная ими «манифестом революции в бизнесе», опиралась на анализ трех факторов, определивших новое качество внешней среды бизнеса на исходе XX в: «власть берут клиенты», «конкуренция интенсифицируется» и «изменения становятся постоянными» [6]. Данная тенденция связана с нарастающим стремлением потребителей рассматривать товары более дифференцированно и приобретать товары, созданные специально для них, соответствующие их внутреннему миру. Отсюда все более активная смысловая замена в управленческой литературе термина «потребители» (consumers) на «клиенты» (customers). Подробному раскрытию этого тренда посвящена концепция «бизнеса в стиле фанк» [4], позже ее анализ обогатился специальной терминологией в концепциях «экономики внимания» (economics of attention) и «экономики впечатлений» (experience economy) [5]. Ключевая идея этих авторов состояла в необходимости перехода при построении компаний от ресурсного принципа в разделении труда к потоковому принципу бизнес-процессов, что означает переход к клиентоориентированным организациям на основе гибкого перепроектирования не только бизнес-процессов, но также оргструктуры и оргкультуры, систем управления и, в конечном счете, к потоковым концепциям оценки результатов.

Однако при всей важности названных новых условий бизнеса и их последствий для эффективных стратегий фирм, наиболее фундаментальные изменения в социально-экономическом контексте конкуренции фирм на рубеже XXI в. связаны все же с быстрой трансформацией современной цивилизации в направлении к экономике знаний, что изменяет и основы конкурентных преимуществ фирм. Если в эпоху постиндустриального («информационного») общества основными силами экономической динамики выступает информация о клиенте (потребителе), то в условиях экономики знаний источником конкурентного преимущества выступает не столько сама информация, а знания фирмы о потребителе. Соответственно на первый план выходят когнитивные способности, возможность: структурировать, анализировать, интерпретировать и использовать информацию, которая превращается в новые знания. В отличие от информации, которая может достаточно мобильно передаваться через новые информационные технологии, «передача» знаний требует иных системных технологий,

связанных с когнитивными способностями как индивидов, как и самих организаций [8]. Однако в последние десятилетия переход от футуристических рассуждений о необходимости организационной адаптации к реалиям «общества знаний» происходит гораздо быстрее и интенсивнее, чем ожидалось, что приводит к немалым сложностям в осмыслении перемен и источников конкурентного преимущества фирм.

Будущее принадлежит наиболее новаторским и организационно–гибким организациям и ключевым ресурсом для успешных организаций теперь является их интеллектуальный капитал в когнитивном аспекте [3]. Причем если поначалу областью применения и развития концепции управления знаниями считались лишь отрасли высоких технологий (продолжающие быть локомотивом этих изменений), то в экономике XXI в. не останется возможностей роста для отраслей и компаний, где интеллектуальный капитал не играл бы важной роли в производстве и управлении. В весьма точной и всеобъемлющей форме влияние экономики знаний на основы управления отражено в предложенной Р. Майлзом с соавторами концепции эволюции экономических и организационных изменений фирм основ бизнеса с конца XIX в. вплоть до наших дней. Согласно этой аналитической схеме, бизнес-стратегии и организационные модели должны соответствовать конкретной экономической эре, а их формирование и реализация – строиться вокруг характерной для нее метаспособности [7]. Так, сегодня компании-лидеры успешно применяют глобальные конфигурации различных активов для кастомизации имеющихся товаров и услуг, а также соединяют свои ресурсы с постоянно расширяющимся багажом знаний для создания непрерывного потока новых товаров и услуг. Разумеется, знания, ставшие ключевыми активами для эры инноваций, всегда были основой обновления товаров и услуг, однако ныне темпы прироста знаний и их распространения по всему миру существенно возросли. Более того, поскольку создание и передача новых знаний есть результат социальных взаимодействий (новые идеи не возникают в изоляции), то в эру инноваций самые разные формы сотрудничества оказываются, по мнению Майлза с соавторами, той метаспособностью, благодаря которой на основе знаний генерируются инновации и извлекаются из них экономические выгоды.

Формирование к началу XXI в. новой совокупности факторов долгосрочного развития мировой экономики – ее роста на основе знаний и инноваций, усиливающейся глобализации рынков и хозяйственных связей, развития «информационного общества», индивидуализации запросов потребителей, увеличения доли сферы услуг, либерализации государственного регулирования и др., – означало глубокие перемены во внешней среде бизнеса. В этих условиях трансформация организационно-экономических принципов конкуренции фирм происходила по четырем основным направлениям.

Во-первых, определяющим типом конкуренции стало соперничество на основе инноваций (технологических, продуктовых, организационных и др.). Это означало резкое усиление конкуренции, вплоть до «гиперконкуренции», и превращение способности управлять постоянными изменениями (и даже «опережать время») в ключевой фактор успешных стратегий фирм. В современном мире устойчивых успехов в бизнесе добиваются те, кто делает ставку на перманентные инновации [1].

Во-вторых, глобализация конкуренции на рынках товаров, капитала, человеческих ресурсов и информации приобрела всеобъемлющий характер. Эта тенденция усиливается ввиду быстрого расширения виртуального пространства, где территориальные границы стираются интернетом. При этом, с одной стороны, с падением торговых барьеров любой национальный рынок любой компании оказался не защищенным от иностранных конкурентов, товары которых могут иметь неоспоримые преимущества по издержкам, качеству, дизайну, обслуживанию, с другой стороны, тиражирование этих преимуществ на новых рынках предполагает учет национальной институциональной среды.

В-третьих, важнейшим экономическим ориентиром в конкуренции стал прирост рыночной ценности компании, сменивший в этой роли минимизацию издержек. Это подтверждается тем фак-

том, что информационный рост бизнеса все больше зависит от развития нематериальных активов, на долю которых в США приходится уже более 70 % рыночной стоимости открытых корпораций. Набирает вес еще один вид нематериальных активов – «организационный капитал» – конкурентная актуальность которого сильно возрастает с распространением «обучающихся организаций».

В-четвертых, новое качество приобрело соотношение конкуренции и кооперации фирм. Широко распространенной в современном мировом бизнесе стала конкуренция через кооперацию: подобные «коллективные стратегии» предполагают конкуренцию не отдельных бизнес-единиц или корпораций, а их альянсов, сетей и даже «альянсов сетей». Быстрое распространение в условиях перехода к новой экономике этого принципа, независимо от размера, отраслевой и национальной принадлежности реализующих его фирм, наглядно подчеркивает факт их глубокой организационно-экономической трансформации.

Организационно-экономические особенности современной фирмы являются следствием ее адаптации к системным изменениям мировой экономики, к ее переходу на инновационную модель развития, а также к новому соотношению внутреннего и внешнего (относительно границ фирмы) при построении эффективного бизнеса. Под «современной фирмой» понимается (при всей условности предлагаемого толкования) та фирма, товары и услуги которой конкурентоспособны на международных, региональных и/или глобальных рынках, что предполагает соответствие ее стратегии и бизнес-модели общемировым требованиям новой экономики. Современные условия кризисного характера, а так же изменения в геополитике сильно усложнили эти постулаты.

Библиографический список

1. Виханский, О. С. «Другой» менеджмент: время перемен. / О. С. Виханский, А. И. Наумов // Российский журнал менеджмента. – 2004. – № 2(3). – С. 105–126.
2. Мильнер, Б. З. Управление знаниями / Б. З. Мильнер. – М. : Инфра-М, 2003. – 178 с. – ISBN 5-16-001668-6.
3. Нонака, И. Компания – создатель знания / И. Нонака, Х. Такеучи. – М. : Олимп-Бизнес, 2011. – 384 с. – ISBN 978-5-9693-0184-9.
4. Нордстрем, К. А. Бизнес в стиле фанк: Капитал пляшет под дудку таланта / К. А. Нордстрем, Й. Риддерстрале. – СПб. : Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. – 280 с. – ISBN 5-315-00034-6.
5. Пайн П, Д. Б. Экономика впечатлений: работа – это театр, а каждый бизнес – сцена / Д. Б. Пайн П, Д. Х. Гилмор. – М. : Вильямс, 2005. – 304 с. – ISBN 5-8459-0828-0.
6. Хаммер, М. Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе / М. Хаммер, Дж. Чампи; пер. с англ. – СПб. : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 1997. – 288 с.
7. Miles, R. E. Long Range Planning / R. E. Miles, C. C. Snow, G. Miles // TheFuture.org. – 2000. – № 33 (3). – P. 300–321.
8. Sorenson, O. Informational Complexity and the Flow of Knowledge across social boundaries [Электронный ресурс] // Papers in Evolutionary Economic Geography (PEEG). – 2005. – № 511. – Режим доступа : <http://econ.geo.uu.nl/peeg/peeg0511.pdf> (дата обращения : 08.03.2016).