

УДК 338.436.33:339.137

ББК 65.9(2)32-5

Ц-14

Цалов Георгий Валерьевич, кандидат экономических наук, ведущий научный сотрудник отдела экономики и земельных отношений ФГБНУ «Адыгейский научно-исследовательский институт сельского хозяйства», тел.: 8(928)6666624, e-mail: Itsalov1@mail.ru;

Галинская Наталья Николаева, кандидат экономических наук, старший научный сотрудник отдела экономики и земельных отношений ФГБНУ «Адыгейский научно-исследовательский институт сельского хозяйства», тел.: 8(903)4656491, e-mail: natgal76@rambler.ru.

**МОДИФИКАЦИЯ СТРУКТУРЫ КОММУНИКАТИВНОЙ СИСТЕМЫ
ПРЕДПРИЯТИЙ АПК КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**
(рецензирована)

Данная статья раскрывает, как процесс интеграции хозяйствующих субъектов в некоммерческие партнерства, обеспечивает устойчивое экономическое развитие и повышает конкурентоспособность предприятий входящих в него, за счет оптимизации коммуникативных связей на микро и мезоуровне.

Ключевые слова: агропромышленный комплекс, некоммерческое партнерство, коммуникации, коммуникативная система, модификация структуры, конкурентоспособность.

Tsalov George Valerievich, Candidate of Economics, senior researcher of the Department of Economics and Land Relations of FSBSI "Adyghe Research Institute of Agriculture", tel.: 8 (928) 6666624, e-mail: Itsalov1@mail.ru;

Galinskaya Natalia Nikolaeva, Candidate of Economics, a senior researcher of the Department of Economics and Land Relations of FSBSI "Adyghe Research Institute of Agriculture", tel.: 8 (903) 4656491, e-mail: natgal76@rambler.ru.

**MODIFICATION OF THE STRUCTURE OF THE COMMUNICATIVE SYSTEM
OF AGRO-INDUSTRIAL ENTERPRISES AS A FACTOR OF COMPETITIVENESS INCREASE**
(reviewed)

The article reveals the role of the process of integration of economic entities in the non-profit partnerships, provides sustainable economic development and increases the competitiveness of the enterprises included due to the optimization of communication links at the micro and meso levels.

Keywords: agricultural and industrial complex, non-profit partnership, communications, communication system, modification of the structure, competitiveness.

Решение такой задачи, как обеспечение устойчивого экономического роста неэффективно без вовлечения, совершенствования и использования на уровне хозяйствующих субъектов прогрессивных технологий управления, которые были бы направлены на оптимизацию функционирования коммуникативных подсистем, обеспечивающих качество информационного ресурса, необходимого для процедур принятия решений на уровне предприятия, и оказывающих влияние на процессы формирования и трансформации оптимальных качеств рыночного саморегулирования на мезо- и макроуровнях социально-экономических систем, что в значительной степени будет влиять на конкурентоспособность хозяйствующих субъектов.

Мировой опыт показывает, что в целях реализации коммуникативных целей, создаются некоммерческие партнерства. [1] Вышеуказанные цели можно разделить на два

типа: исходящие из внешней по отношению к участникам партнерства, и внутренней среды.

Хозяйствующие субъекты интегрируются для консолидированного противостояния угрозам внешней среды, например, опасность поглощения конкурентами, изменениям рыночной конъюнктуры, юридическим санкциям со стороны контрагентов и органов государственной власти, обеспечения «умной» и гармоничной коммерческой, финансовой и налоговой политики.

В свое время в Республике Адыгея были распространены некоторые формы объединенные блоки хозяйствующих субъектов сферы АПК, такие как – «Ассоциация товаропроизводителей Республики Адыгея», «Ассоциация фермеров Республики Адыгея». Если в случае ассоциаций имеется в виду свободная открытая кооперация участников, которые признают устав ассоциации и соответствующих ей по формальным признакам, то отличительной чертой, некоммерческого партнерства является фактическая закрытость. Из вышесказанного, интересно формирование некоммерческого партнерства в Республике Адыгея «Группа компаний» на базе n-го количества сельскохозяйственных предприятий, которые в результате собственного волеизлияния объединяются для оптимального решения поставленных задач и уставных целей. [1]

Целесообразно выделить следующие цели Партнерства:

- расширение сферы деятельности его участников,
- координация деятельности предприятий-учредителей,
- координации их прав, представление общих интересов в государственных, судебных и иных органах, международных организациях и компаниях,
- формирование совместной единой финансовой, маркетинговой, представительской, экспортно-импортной, хозяйственной, социальной политики. [2]

Следовательно, предложенное новое функциональное образование – некоммерческое партнерство «Группа компаний» решает задачу по оптимизации структуры и росту показателей эффективности деятельности входящих в него предприятий посредством управления коммуникативной подсистемой.

Кроме всего, в будущем ожидается работа по внедрению в коммуникативную среду принципиально новых правил. Ожидается формирование структуры, которая обеспечит единообразный подход к ценообразованию, к грамотной организации производственного процесса в целях снижения расхода человеко-часов на единицу вырабатываемой продукции, создания предпосылок к ценностному совпадению восприятия происходящих на предприятии процессов. [3]

Следует отметить, что это лишь одна сторона рассматриваемого процесса, другая – поиск диалога с внешней средой, которая, как правило, достаточно агрессивна. Требуют решения такие задачи как: маркетинговые исследования, логистика, «одомашнивание» потребителей продукции, выстраивание диалога с исполнительными органами государственной власти.

Конкретным предложением, которое позволит оптимизировать коммуникативную систему ряда предприятий – Группы компаний, следует предложить модификацию структуры коммуникативной подсистемы, фрагмент которой приведен на рисунке 1.

Так, вместо существовавших ранее коммуникативных связей с внешней средой четырех указанных на рисунке типов каждого (либо большинства) из предприятий предлагается сформировать часть иерархической структуры.

Предлагаемая модификация будет выглядеть, как приведено на рисунке 2.

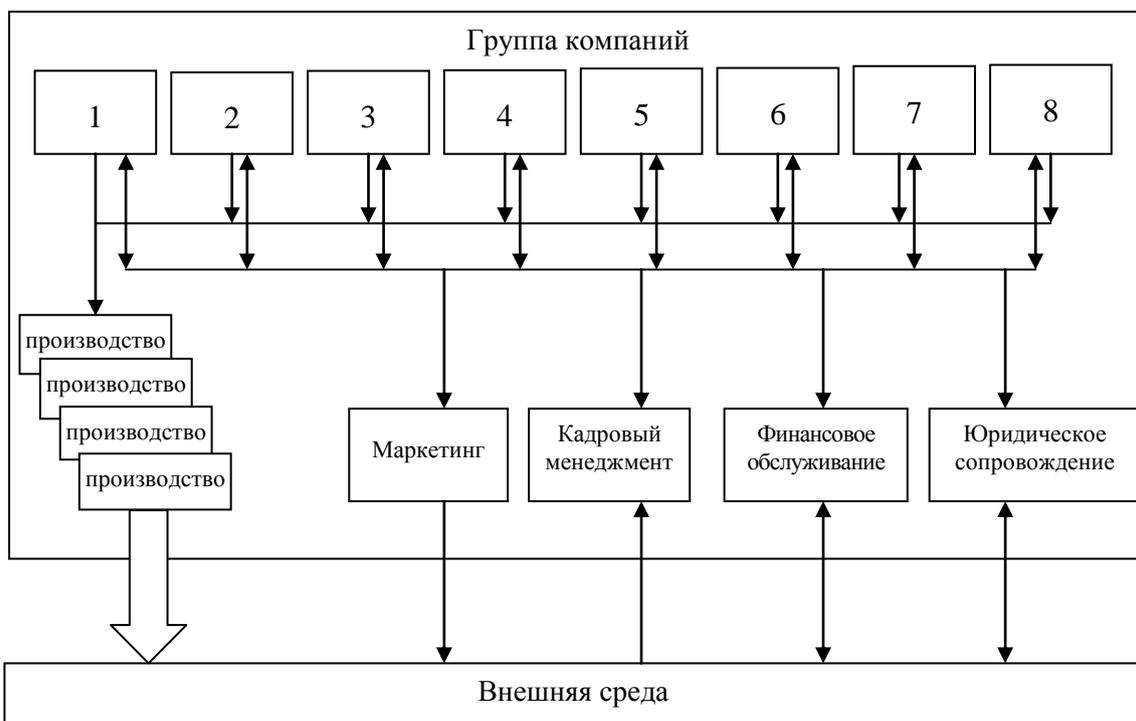


Рис. 1. Фрагмент модифицированной коммуникативной системы в группе компаний агропромышленного сектора Республики Адыгея

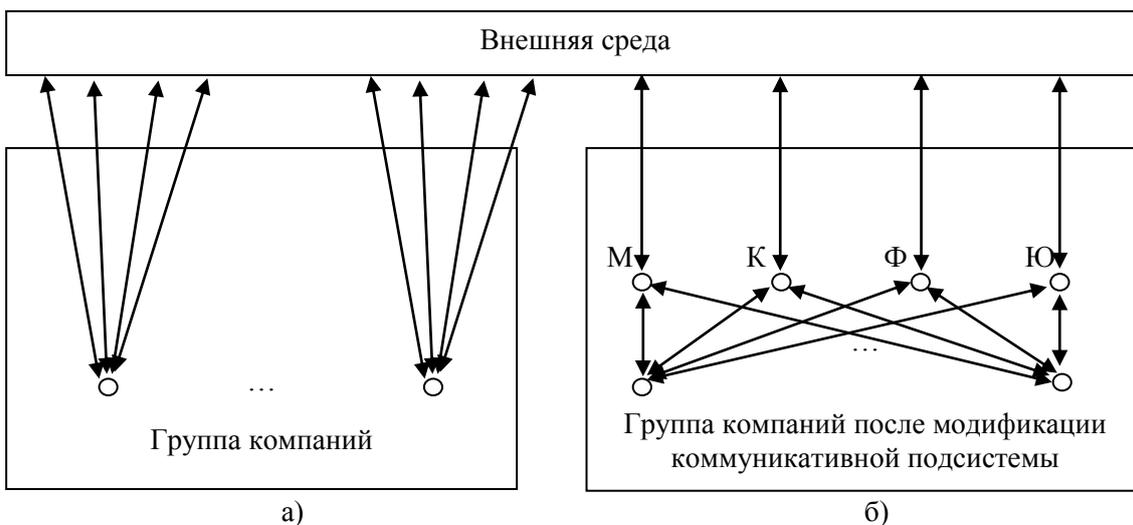


Рис. 2. Схема модификации структуры коммуникативной подсистемы группы компаний:
а) до преобразований; б) после преобразований

Оценим качественные характеристики предлагаемого преобразования с помощью положений теории информации. Пусть общее количество элементов внешней среды, с которыми могут взаимодействовать рассматриваемые в данном подразделе предприятия по вопросам маркетинга, кадрового менеджмента, финансового обслуживания и юридического сопровождения равно n (кредитно-финансовые учреждения; организации правовой системы – суды, адвокаты; кадровые агентства, консалтинговые компании и пр.). [4] Тогда для каждого из предприятий при возникновении потребностей в каждом из актов коммуникаций изменение неопределенности ситуации для приведенных на рисунке существующей и предлагаемой структур может быть определено по формуле (1):

$$I_m = -k \sum_{i=1}^n p_i \log_2 p_i - \left(-k \sum_{i=1}^4 p_i^1 \log_2 p_i^1 - \sum_{i=1}^j p_i^1 \log_2 p_i^1 - \sum_{i=1}^l p_i^l \log_2 p_i^l - \sum_{i=1}^m p_i^m \log_2 p_i^m - \sum_{i=1}^d p_i^d \log_2 p_i^d \right)$$

В приведенной формуле использованы следующие обозначения:

k - количество предприятий – элементов самого нижнего иерархического уровня (в рассматриваемой группе компаний $k = 8$);

j, l, m, d – количество элементов внешней среды, с которыми устанавливаются каналы (связи) вновь вводимыми элементами организационной структуры, реализующими функции маркетинга, кадрового менеджмента, финансового обслуживания и юридического сопровождения;

p_i - вероятность реализации коммуникации предприятия с i -ым элементом внешней среды;

$p_i^x, x \in \{1, l, m, d\}$ - вероятность реализации коммуникации предприятия с одним из вновь вводимых структурных элементов.

В предположении о равновероятностном распределении актов коммуникации между всеми рассматриваемыми элементами и равномерном распределении элементов внешней среды по сферам деятельности (то есть, когда $j = l = m = d = n/4$), получим (промежуточные преобразования опущены):

$$I_m = -k \log_2 p_i - 2k + 4 \log_2 4 p_i$$

Расчеты, проведенные по данной формуле для $p_i = 0.01$ и $k = 8$, показывают изменение меры неопределенности ситуаций с 53.15 до 18.58 бит.

Приращение уровня организованности группы компаний может быть определено на основании соотношения:

$$R_2 = 1 - \frac{H_2}{H_1} + \frac{H_2}{H_1} R_1,$$

где H_1, H_2 - меры неопределенности, аналогичные вычисленным ранее соответственно до и после реструктуризации. Данная формула определяет уравнение прямой. На градиенте изменения $R_1 \in [0,1]$ данная функция принимает значения от $1 - \frac{H_2}{H_1}$ (для рассматриваемого случая больше нуля) до 1. Это означает, что при преобразовании имеется положительное приращение уровня организованности экономической системы.

Интересно отметить, что указанное приращение будет тем больше, чем с более низких значений начинается преобразование. Это, в свою очередь, с позиций системно-информационной концепции может означать не только низкий уровень организованности в начальном состоянии, но и высокую неопределенность среды функционирования исследуемого объекта. Это положение хорошо согласуется с выводами, полученными в ходе имитационного моделирования и допускает, в частности, такую интерпретацию: «эффективность (уровень организованности) однотипных структур экономических систем выше в условиях нестабильной внешней среды, значительной конкуренции».

Таким образом, предлагаемая модификация позволит снизить расходы на такие виды обеспечения деятельности бизнеса, как маркетинг, кадровый менеджмент, финансовое обслуживание, юридическое сопровождение, что в целом приведет к повышению эффективности группы компаний. Экономическая эффективность инноваций достаточно сложно определить ввиду неопределенности величины затрат на реорганизацию и

содержание сформированной подсистемы. Аналогичные задачи ставятся сегодня перед всеми малыми и средними предприятиями независимо от их территориальной расположенности и организационно-правовой формы. В одних случаях это будет создание структуры внутри предприятия, в других – привлечение независимого консультанта, в третьих – объединение в единую управляющую структуру. Это вызывает необходимость создания специальных схем и алгоритмов управления, которые обеспечивают непосредственное влияние на информационную среду распространения управляющих воздействий и формирование соответствующих целям развития социально-экономической системы условий функционирования представителей бизнес-структур.

Литература:

1. Цалов Г.В. Управление коммуникативной подсистемой предприятия в бизнес-окружении: инструментально-методический аспект: дис. ... на соиск. уч. степ. канд. эконом. наук. Ростов-на-Дону, 2008. 163 с.
2. Губко М.В. Механизмы управления организационными системами с коалиционным взаимодействием участников. М.: ИПУ РАН, 2014.
3. Федоров Д.С. Неформальные маркетинговые коммуникации: новые перспективы на российском рынке // Маркетинг в России и за рубежом. 2003. №3. С. 12-18.
4. Цалов Г.В., Тарасов Ю.И. Сельскохозяйственные потребительские кооперативы как инструмент поддержки мелкотоварного сектора экономики региона // Новые технологии. 2015. Вып. 3. С. 74-80.
5. Rasheed Kazbekovich Tuguz, Georgy Valeryevich Tsalov & Emma Aslanovna Hachemizova, Application of Methods of Optimal Planning in the Meat and Dairy Subsector of the Agribusiness // Asian Social Science. 2015. Vol. 1, №8.

References:

1. Tsalov G.V. Management of the enterprise communication subsystem in the business environment: instrumental and methodical aspect: diss. for the degree of Candidate of Economic Sciences, Rostov-on-Don 2008. 163 p.
2. Gubko M.V. Mechanisms of control of organizational systems with the coalition interaction of the participants. M.: IPS RAS, 2014.
3. Fedorov D.S. Informal marketing communications: new perspectives on the Russian market // Marketing in Russia and abroad. 2003. №3. P. 12-18.
4. Tsalov G.V., Tarasov Y.I. Agricultural consumer cooperatives as a tool to support the small-scale sector in the regional economy // New Technologies. 2015, № 4.
5. Rasheed Kazbekovich Tuguz, Georgy Valeryevich Tsalov & Emma Aslanovna Hachemizova, Application of Methods of Optimal Planning in the Meat and Dairy Subsector of the Agribusiness // Asian Social Science. 2015. Vol. 1, № 8.