

А.Н. Стерлигова

Национальный
исследовательский
университет «Высшая
школа экономики»

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ИССЛЕДОВАНИЯ МЕЖОРГАНИЗАЦИОННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ КОМПАНИЙ

В рамках Научно-исследовательской лаборатории сетевых форм организации факультета менеджмента НИУ ВШЭ в 2010 г. автором был инициирован научно-исследовательский проект по теме «Влияние межорганизационного взаимодействия на результаты деятельности компаний», реализуемый коллективом преподавателей, аспирантов и слушателей магистратуры (стажеров-исследователей) [Стерлигова, 2011; Sterligova, Vladimirova, 2011]. В результате работы над проектом были накоплены значительный эмпирический материал и методологический опыт проведения исследований межорганизационных взаимодействий предприятий, что позволило прийти к значимым методологическим выводам, которые являются предметом изложения настоящей работы.

Целью проекта является выявление влияния на результаты деятельности компании ее межорганизационных взаимодействий.

Задачи проекта:

- исследовать специфику современного менеджмента компаний, осознающих свое участие в межфирменных сетях;
- определить влияние различных типов сетей на показатели деятельности компаний;
- разработать методические основы управления деятельностью компании на различных уровнях интеграции при учете положения компании в сети.

Гипотезы исследования:

1. Каждая компания должна являться участником нескольких сетей.
2. Имеются устойчивые результаты влияния конкретного типа сети на показатели деятельности входящих в нее компаний.
3. Методика учета влияния сети на развитие деятельности входящей в нее компании должна учитывать особенности отдельных типов сетей.

Объектами исследования проекта являются компании, осознающие свое участие в межорганизационном взаимодействии и действующие на территории России.

Теоретической основой проекта является концепция уровневой интеграции деятельности, рассматривающая деятельность компании на операционном, функциональном, межфункциональном и межорганизационном уровнях, тесно взаимосвязанных друг с другом [Моисеева, Стерлигова, 2010; Стерлигова, 2008].

Межорганизационная интеграция деятельности при изменении характеристик внешней среды требует изменения межфункциональной деятельности, а также операционного уровня бизнес-процессов как внутренней, так и внешней среды. В свою очередь, межфункциональный уровень интеграции деятельности испытывает на себе воздействие изменяющейся корпоративной стратегии и требует развития операционного уровня интеграции, который обеспечивает развитие функциональной интеграции деятельности на основе формализованных требований к структурным подразделениям. Операционный уровень также определяет качество реализации межфункциональных взаимодействий. На функциональном уровне интеграции деятельность подвергается влиянию деловой стратегии компании, а также требований рынка потребителей, что предъявляет новые требования к операционной интеграции. Таким образом, операционный уровень интеграции рассматривается как во внутренней среде, так и во внешнем окружении компании.

Ранее проведенное исследование более 150 компаний [Стерлигова, 2008] доказало гипотезу о наличии устойчиво проявляемых результатов интеграции деятельности на различных уровнях. Было выявлено, что межорганизационный уровень интеграции деятельности компании имеет качественное отличие от иных уровней и является иницирующим для развития внутренней среды организации. Для его реализации требуется особая подготовительная работа, так как компания, управляемая на межфункциональном уровне, не может эволюционным путем перейти к межорганизационному уровню интеграции.

Разработка конкретного механизма учета влияния межорганизационного взаимодействия на организацию управления компаниями потребовала дополнительного исследования, реализованного в рамках рассматриваемого проекта.

В первичную выборку компаний, включенных в исследования, было введено 721 предприятие. После проведения встреч и бесед с руководителями этих компаний с целью разъяснения целей, задач, гипотез и возможных практических результатов реализации научного исследования заинтересован-

ность и согласие на раскрытие необходимой для исследования информации высказали 255 предприятий, или 35,4% первичной совокупности объектов (см. рис. 1). Это можно рассматривать как один из результатов проведенного исследования: только около трети предприятий осознают свое участие в межорганизационном взаимодействии.

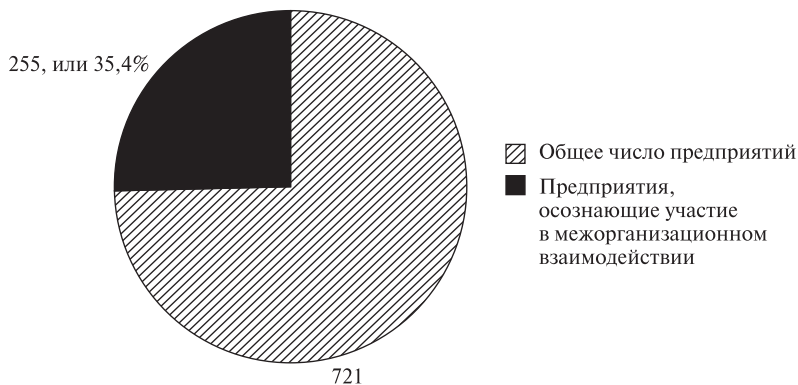


Рис. 1. Доля предприятий, осознающих свое участие в межорганизационном взаимодействии

На следующем шаге работы над проектом было проведено пилотное обследование с целью выявления групп предприятий, принадлежащих к различным типам межорганизационного взаимодействия. Обследование проводилось на основе анкетирования и последующего выборочного структурированного интервьюирования руководителей организации в случае, если ответы на вопросы анкеты требовали дальнейшего уточнения [Стерлигова, 2011]. В результате только 43 анкеты были включены в базу обследования как релевантные, что составляет 17% числа предприятий, принявших участие в пилотном обследовании, или 6% общего числа предприятий, первоначально включенных в проект (см. рис. 2). Другими словами, только 17% предприятий, заявляющих о внимании к сфере межорганизационных взаимодействий, действительно рассматривают их как объект в системе управления. Таких предприятий в общей выборке соответственно только 6%.

Анализ результатов пилотного обследования показал высокую степень рассеяния компаний, управляющих межорганизационными взаимодействиями, по отраслям (рис. 3), по размерам бизнеса (рис. 4) и по типу операционной системы (рис. 5).

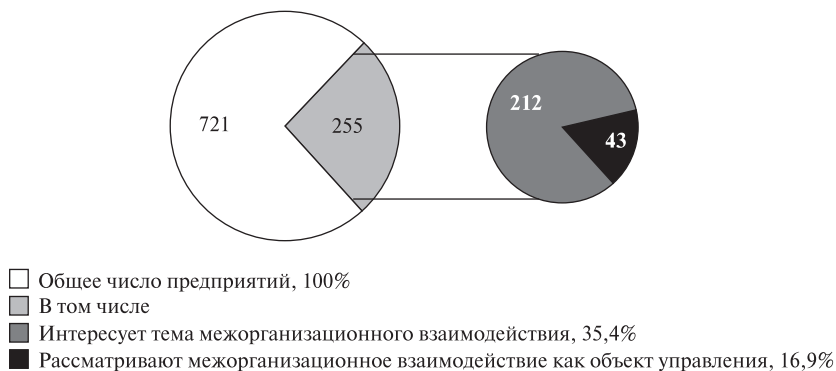


Рис. 2. Доля предприятий, рассматривающих межорганизационное взаимодействие как объект управления

Как видно из рис. 3, наибольшую представительность имеют отрасли промышленного производства (12 предприятий), розничной и оптовой торговли (14 предприятий), информационных технологий и телекоммуникаций (7 предприятий). Выделенные отрасли можно рассматривать как значимые для изучения проблем межорганизационного взаимодействия.

Так как предметом исследования проекта является деятельность на различных уровнях интеграции, возможности которой определяются типами используемых компаниями операционных систем, группирование предприятий может проводиться с обязательным совместным рассмотрением предприятий не столько по отраслевому разрезу, сколько по операционным системам в привязке к размеру предприятия (рис. 6).

Полученные в результате пилотного обследования группы предприятия характеризуются малочисленностью, которая не позволяет использовать для изучения влияния межорганизационных взаимодействий на деятельность компаний традиционный дедуктивно-агрегированный подход, основывающийся на принципе «от общего к частному». Альтернативой является индуктивно-дискурсный подход «от частного к общему», широко применяемый для разработки эмпирических теорий (в отличие от дедуктивного подхода, используемого прежде всего при разработке абстрактных теорий).

Таким образом, по результатам пилотного обследования был сделан вывод о необходимости в качестве основного метода исследования использовать Case Study Research [Becker, 1992; Eisenhardt, 1989; Hancock, 2006; Gerring, 2001; Soy, 1997; Yin, 2003].

Как показал проведенный анализ литературы, посвященной использованию Case Study Research крупнейших библиографических баз (e-library.

ги (статьи тематики «Экономические науки») и ProQuest Research Library: Business) (см. рис. 7 и 8), интерес и использование этого метода научного исследования неуклонно растут, особенно в связи с предпринимающимися попытками проведения исследования особенностей развития бизнеса в послекризисный период (после 2008 г.). При этом внимание к этому методу в России менее развито, чем за рубежом.

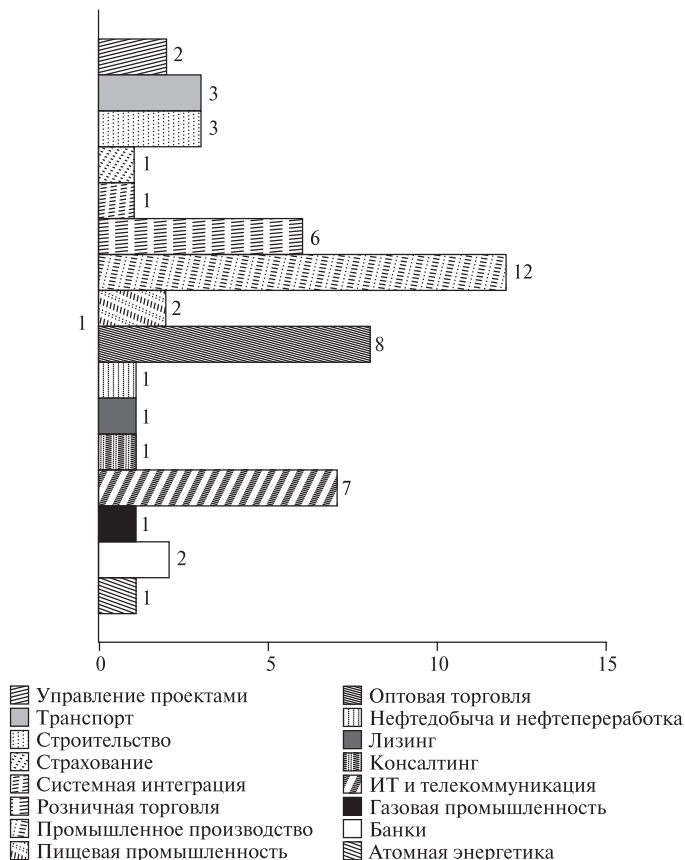


Рис. 3. Распределение компаний, управляющих межорганизационными взаимодействиями, по отраслям

Как известно, Case Study Research может быть использован с различными целями: 1) построение теории и формирование научной концепции; 2) выдвижение и проверка гипотез исследования прецедентом; 3) проведение сравни-

тельного анализа ситуаций, исследование связей; 4) систематизация информации и исследование уникального случая (прецедента). В описываемом проекте Case Study Research используется во всем комплексе своих возможностей.

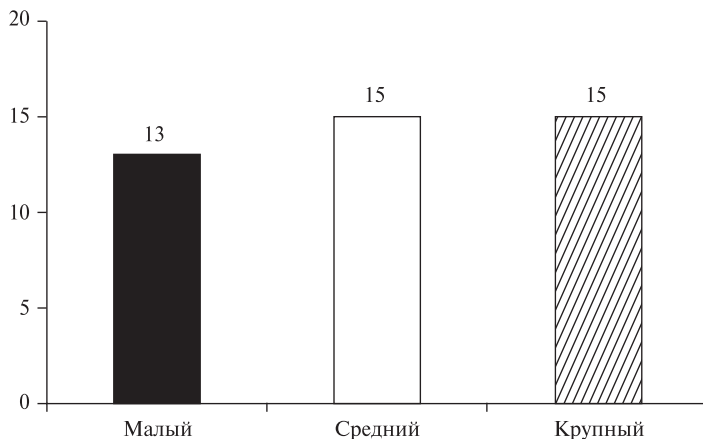


Рис. 4. Распределение компаний, управляющих межорганизационными взаимодействиями, по размеру бизнеса

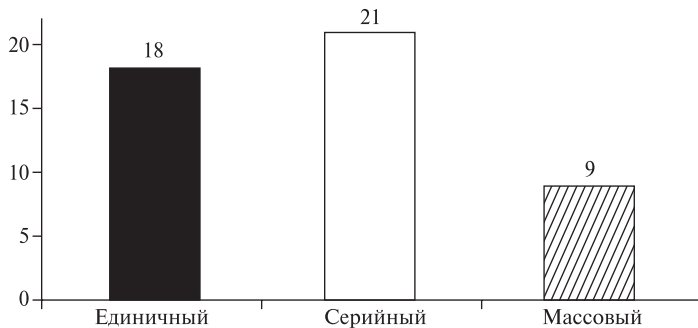


Рис. 5. Распределение компаний, управляющих межорганизационными взаимодействиями, по типам используемых операционных систем

Обращаясь к предмету исследования — влияние межорганизационных взаимодействий на результаты деятельности компании, — следует отметить, что среди всего разнообразия возможных форм взаимодействий сети (как специфический вид взаимодействий) привлекают к себе внимание наличием относительного постоянства своих характеристик [Зыков, 2006; Котлер,

2000; Третьяк, 2003; Шерешева, 2010; Grandori, 1995; Gulati, 2000; Miller, 1998; Villa, 2007 и др.]. Поэтому в формулировках задач и гипотез исследования были отмечены именно межфирменные сети.

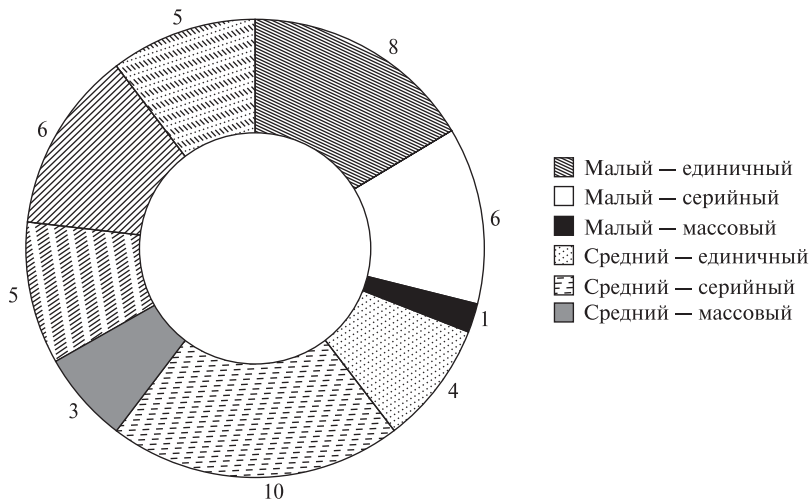


Рис. 6. Распределение компаний, управляющих межорганизационными взаимодействиями, по размеру бизнеса и типам операционной системы

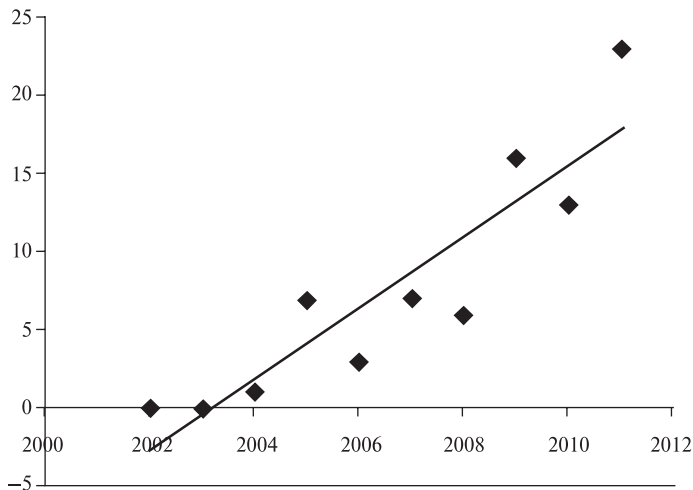


Рис. 7. Количество публикаций, посвященных использованию Case Study Research (статьи тематики «Экономические науки») в базе e-library.ru

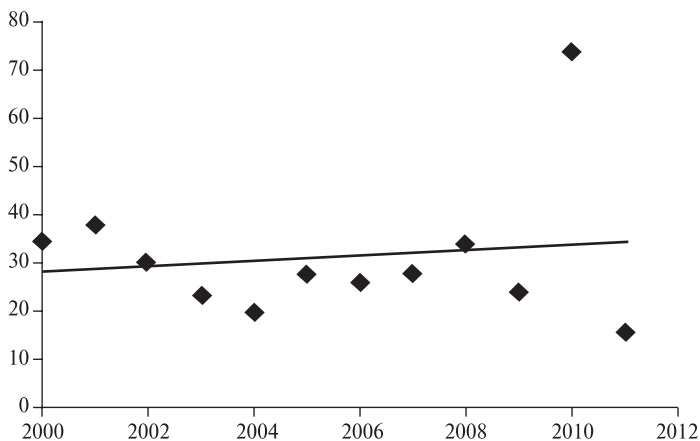


Рис. 8. Количество публикаций, посвященных использованию Case Study Research (статьи и книги на английском языке по состоянию на 3 апреля 2012 г.) в базе ProQuest Research Library: Business

В процессе работы над проектом потребовалось уточнить состав признаков сетей организации. К ним были отнесены следующие характеристики межорганизационных взаимодействий: не менее трех звеньев, высокая интенсивность взаимодействий, отсутствие формального контроля над ответственностью, наличие общего управления, долгосрочность отношений.

К проблемам развития сетей проявили внимание сразу несколько научных направлений [Стерлигова, 2011].

Одними из первых обратились к этому вопросу специалисты по организационному поведению, выделив сети социальные. Объектами сетей в социальной сети могут быть индивиды, организации, отрасли, нации, государства.

В организационной экологии основным объектом связи является организация, но здесь акцент переносится с изучения отдельных звеньев сети на изучение популяций организаций.

Институциональная экономическая теория оспаривает взгляд на организацию как на неделимую единицу. Организации рассматриваются как субъекты, имеющие сложную внутреннюю структуру и индивидуальные черты. Организации обладают ограниченной рациональностью, специфическими активами и оппортунистическим поведением, преследующим личные интересы организации и ее руководства.

Теория стратегического управления включает среди прочих сетевую концепцию стратегического управления. В первой половине 1980-х годов целый ряд авторов обсуждает закономерности развития и основные харак-

теристики сетевых межфирменных структур в контексте бизнес-стратегий. Итогом этого стало рассмотрение сетевой структуры как стратегического организационного решения.

Начало формированию сетевого подхода в маркетинге было положено в середине 1970-х годов международной группой ученых из Европы, основавших международное сообщество IMP Group (Industrial Marketing and Purchasing Group). Именно в области маркетинга взаимоотношений лежат интересы большинства российских исследователей, прицельно занимающихся вопросами сетевого взаимодействия организаций [Шерешева, 2010].

Подробный анализ вклада различных научных направлений в понимание сетевой организации показал, что в исследование межорганизационных сетей внесли свой вклад экономика, социология, социальная психология, биология, теория транзакционных издержек, ресурсная теория фирмы, эволюционная теория и др.

Учитывая, что деятельность каждой организации включает этапы закупок, производства и сбыта, сферы корпоративного, стратегического и операционного управления, а также функциональные разрезы финансов, маркетинга, операционной среды, логистики, информационных технологий и УЧР, в исследовании влияния межорганизационных взаимодействий на результаты деятельности компании необходимо было учитывать и все эти составляющие.

В итоге работа по сбору эмпирических данных в рамках проекта потребовала реализации нескольких этапов.

На первом этапе необходимо было на предприятиях — участниках проекта в рамках Case Study Research изучить все составляющие бизнеса как во внешней, так и во внутренней среде, опираясь на специально разработанную структуру кейса, включающую следующие разделы: 1) гипотезы, цель и особенности исследования; 2) методологическая база исследования (аргументация выбора методологической базы, источники сбора данных, обоснование анализируемого периода); 3) кейс-анализ общей информации о компании, стратегии и ключевых факторах успеха, структуры организации сегментов деятельности, межорганизационной среды и особенностей межорганизационного взаимодействия.

На втором этапе работы над рассматриваемым проектом потребовалось провести специальное исследование особенностей межорганизационного взаимодействия каждой из компаний с целью выявления типов сетей, в которые вовлечено конкретное предприятие на различных этапах своей деятельности (закупки, производственная среда, сбыт и реализация продукции и услуг), а также на различных уровнях управления деятельностью (на корпоративном, стратегическом, операционном) и в различных функциональных

срезах (в финансовом, маркетинговом, операционном, информационном, логистическом, в сфере УЧР). Для выполнения этой задачи была разработана анкета, проведены серии структурированных интервью и ряд включенных наблюдений. В результате каждая компания — участник проекта была отнесена к группам, использующим тот или иной вид сети или группы сетей.

В рамках отдельных типов сетей на третьем этапе реализации проекта была проведена работа по настраиванию мониторинга 27 показателей результатов деятельности компаний на межорганизационном, межфункциональном, функциональном и операционном уровнях деятельности. Методология этой части исследования опиралась на использование целого ряда источников первичной и вторичной информации: информационных корпоративных баз компаний, внутренних аналитических отчетов, внешних документов и аналитических баз, а также на включенное наблюдение, анкетирование, структурированное и свободное интервьюирование руководителей различных уровней управления, принадлежащих различным функциональным срезам бизнеса. В качестве методической базы использовалась карта связей показателей результатов деятельности, разработанная на основе системы показателей концепции уровней интеграции деятельности, верифицированной ранее на обширном количестве предприятий [Стерлигова, 2008]. Результаты статистического анализа данных, собранных на этом завершающем этапе проекта, в силу особенностей Case Study Research как метода научного исследования позволяют сделать выводы общенаучного характера.

В рамках научной методологии реализованный проект дал возможность сформулировать ряд специфических особенностей проведения исследования именно межорганизационного взаимодействия предприятий, которые заключаются в следующем.

На философском уровне к общим принципам восприятия межорганизационного взаимодействия следует отнести принцип учета многоплановости содержания и форм межорганизационной деятельности, включая сетевое взаимодействие.

На общенаучном уровне методологии следует обратить внимание на то, что теория межорганизационного взаимодействия включает теорию сетевых форм организации, разрабатываемую целым спектром наук различных направлений (социология, менеджмент, экономика, экология и др.).

На уровне конкретной научной методологии имеется целый ряд особенностей проведения исследований в области межорганизационных взаимодействий, включая сетевые, в частности, вероятность высокой степени рассеивания объектов исследования по группам однородности; целесообразность использования Case Study Research как метода научного исследования; необходимость использования в качестве численной базы исследования как

качественных, так и количественных, как статистических, так и экспертных данных.

На уровне методических исследований межорганизационных взаимодействий, включая сетевые, требуется проведение системных исследований междисциплинарного характера, включающих методики, связанные с различными функциональными сферами бизнеса: маркетингом, операционным менеджментом, стратегическим менеджментом, управлением проектами, логистикой, УЧР и др.

Учет выявленных особенностей методологии исследования межорганизационных взаимодействий обеспечит полноту данных, необходимых для развития теории и практики прежде всего сетевых взаимодействий в деятельности компаний.

Литература

Зыков О.А. Предпосылки формирования и проблематика функционирования сетевых форм организации в России // Проблемы и перспективы управления экономикой и маркетингом в организации. 2006. № 6.

Котлер Ф., Ахрел Р. Маркетинг в условиях сетевой экономики // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. 2000. № 2.

Моисеева Н.К., Стерлигова А.Н. Влияние сетевой конкуренции на эффективность деятельности компаний различных профилей интеграции // Современный менеджмент: проблемы, гипотезы, исследования: Сб. научных трудов. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2010. С. 141–160.

Стерлигова А.Н. Анализ результатов обследования сетевых форм организации // Современный менеджмент: проблемы, гипотезы, исследования: Сб. науч. тр. Вып. 3: в 2 ч. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2011. Ч. 1. С. 213–226.

Стерлигова А.Н. Исследование результатов интеграционной деятельности как объекта управления в организации // Проблемы управления: методы и решения: Сб. науч. трудов / под ред. Н.И. Заичкина, Л.С. Зеленцовой. М.: Перо, 2011. С. 190–206.

Стерлигова А.Н. Междисциплинарное значение науки и практики логистики и управления цепями поставок в исследованиях сетевых форм организации // Прикладная логистика. 2011. № 9. С. 3–10.

Стерлигова А.Н. Теоретико-методологические основы уровневой интеграции деятельности компании в условиях сетевой конкуренции. М.: Изд-во МГОУ, 2008.

Стерлигова А.Н., Фель А.В. Операционный (производственный) менеджмент: Учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2009.

Третьяк О.А., Румянцева М.Н. Сетевые формы межфирменной кооперации: подходы к объяснению феномена // Российский журнал менеджмента. 2003. Т. 1. № 2. С. 25–50.

Шерешева М.Ю. Формы сетевого взаимодействия компаний. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2010.

Becker H., Ragin Ch. What is a Cases: Exploring The Foundations of Social Inquiry. Cambridge: Cambridge University Press, 1992.

Eisenhardt K.M. Building Theories from Case Study Research // Academy of Management Review. 1989. Vol. 14(4). P. 352–420.

Hancock D.R., Algozzine B. Doing Case Study Research: A Practical Guide for Beginning Researchers. New York: Teachers College Press, 2006.

Gerring J. Case Study Research: Principles and Practices. 2001.

Grandori A., Soda G. Inter-firm networks: Antecedents, Mechanisms and Forms, 1995.

Gulati R., Nohria N., Zaheer A. Srtrategic Networks // Srategic Management Journal. 2000. Vol. 21(3). P. 203–218.

Miller A. Strategic Management. 3rd ed. McGraw Hill, 1998.

Soy S. The Case Study as a Research Method, 1997: Uses and Users of Information. LIS 391D.1.

Sterligova A.N., Vladimirova N.M. Interorganizational Co-Operation in Company Management // Reading Book Thirteenth Annual International Conference: Fulfilling the Worldwide Sustainability Challenge: Strategies, Innovations, and Perspectives for Forward Momentum in Turbulent Times, 2011. P. 939–944.

Villa A., Cassarino I., Antonelli D. Extending Group Technology to The Identification and The Analysis of Enterprises Networks, 2007.

Yin R.K. Case Study Research: Design and methods. Thousand Oaks, CA: Sage, 2003.