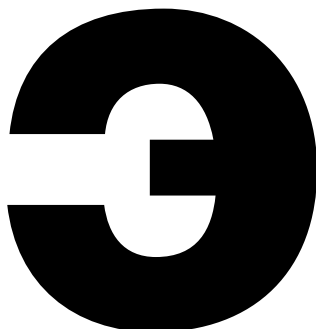


Метафирма как современная форма ведения предпринимательской деятельности

Проанализированы понятия «внутренняя» и «внешняя» среда фирмы с учетом специфики современных подходов к ведению бизнеса, уточнены состав внутренней среды организации и современный механизм предпринимательской деятельности, рассматривается взаимодействие фирмы с внешней средой. Предложено для применения обобщающее понятие «метафирма»



И.Д. Котляров
доцент кафедры финансовых
рынков и финансового
менеджмента Национального
исследовательского университета
«Высшая школа экономики»,
Санкт-Петербург,
ivan.kotliarov@mail.ru,
канд. экон. наук

волюция методов ведения предпринимательской деятельности и быстрое развитие технологий сделали возможным появление новых форм предприятий, в частности виртуальных [1]. Возникли новые подходы к ведению бизнеса, например франчайзинг и аутсорсинг [13], стала бурно развиваться сетевая экономика [1, 9]. Кроме того, фирмы создают стратегические альянсы [12] и сотрудничают с конкурентами [14]. Очевидно, что некоторые классические понятия менеджмента (в частности, внутренняя и внешняя среда) по этой причине нуждаются в корректировке для адаптации к изменившимся экономическим реалиям.

Несмотря на важность понятий «франчайзинг» и «аутсорсинг» для современного менеджмента, такое переосмысление до сих пор не выполнено. Эти термины и их определения считаются устоявшимися, исследователи свободно оперируют ими, не считая необходимым дополнительно уточнять смысл данных терминов [8].

Постараемся отчасти заполнить этот пробел и проанализируем понятия внутренней и внешней среды фирмы.

Состав внутренней среды фирмы

Следует отметить, что подходы к анализу внутренней и внешней среды отличаются некоторой асимметрией. Внешняя среда традиционно делится на два уровня:

- внешнюю микросреду, состоящую из элементов, с которыми фирма непосредственно взаимодействует;
- внешнюю макросреду, представляющую собой совокупность факторов, формирующих условия ведения бизнеса [8].

Для внутренней среды такое деление отсутствует. Эта среда трактуется

как единое целое, несмотря на то, что она включает в себя как осязаемые (например, подразделения), так и неоссязаемые (технология и структура) компоненты. При этом в источниках активно используется понятие внутренней институциональной среды [6], под которой понимается совокупность внутрифирменных факторов, обуславливающих специфику принятого в данной компании механизма организационного взаимодействия.

Таким образом, внутреннюю среду фирмы целесообразно рассматривать также на двух уровнях:

- внутренняя институциональная среда — совокупность факторов и правил внутрифирменного взаимодействия. Составление точного перечня этих факторов не является целью данной статьи, однако ключевыми, по нашему мнению, являются миссия, иерархия, структура, корпоративная культура и система управления качеством. Внутренняя институциональная среда обуславливает не только внутрифирменное взаимодействие, но и режим взаимодействия компании с ее внешней средой. Привлекательность внутренней среды позволяет фирме мобилизовать для своих целей ресурсы внешней среды (например, персонал), то есть перевести их во внутреннюю среду и удержать на требуемый срок;
- внутренняя функциональная среда — совокупность взаимодействующих элементов, образующих фирму как имущественный комплекс, ведущий хозяйственную деятельность (подразделения, персонал, ресурсное обеспечение и т. д.).

ключевые слова

внутренняя среда, внешняя среда, фирма, сетевая экономика, виртуализация, предпринимательская деятельность, метафирма