

ВЛИЯНИЕ МЕЖФИРМЕННОЙ КООПЕРАЦИИ НА ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ КОМПАНИИ: ОСОБЕННОСТИ В ПЕРИОД ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА¹

В. А. Горшкова, О. С. Кабакова
Пермский филиал Высшей школы экономики

Зарождение и формирование различных форм межфирменной кооперации можно отнести к началу 1960-х годов, к периоду развития научно-технической революции. В связи с формированием межфирменных сетей изменились стандартные представления об управлении компаний, а утверждение о том, что результат деятельности компании зависит исключительно от оптимизации её действий на индивидуальном уровне, было опровергнуто. Таким образом, сегодня одним из стратегических конкурентных преимуществ компании можно считать взаимосвязи между организациями, поскольку это действенный способ не только экономии от масштаба, снижения рисков, но получения доступа к таким дополнительным возможностям, как новые знания и технологии.

Важность подобной проблематики существенно усиливается в условиях нестабильности внешней среды. В связи с этим, в данном исследовании особое внимание уделяется рассмотрению межфирменной кооперации как одного из направлений антикризисной политики. Была поставлена следующая гипотеза: *межфирменные связи способствуют улучшению финансовых результатов компании в кризисной среде*. Она возникла в связи с тем, что влияние взаимоотношений с другими предприятиями неоднозначно: с одной стороны, налаженные взаимосвязи с другими компаниями способны усилить конкурентоспособность фирмы, а с другой – ослабить компанию, так как, возможно, ей придется оказывать поддержку, в том числе финансовую, своим союзникам.

На данный момент не существует разработанной модели, которая позволяла бы идентифицировать имеет ли компания склонность к вступлению в межфирменные взаимоотношения. Авторы либо пользуются уже созданными базами данных (Thomson Corp.'s SDC Platinum, Spanish Business Strategies Survey), либо применяют метод анкетирования. Поэтому важной задачей исследования является не только определение

¹ В данной научной работе использованы результаты, полученные в ходе выполнения проекта «Особенности создания ценности компании в период экономического кризиса: роль интеллектуальных ресурсов», выполненного в рамках Программы «Научный фонд НИУ ВШЭ» в 2013 году, грант № 13-05-0021.

влияния наличия у фирмы взаимоотношений с другими компаниями на ее финансовые результаты в различных условиях экономической среды, но и идентификация критериев, определяющих наличие у предприятий стимулов к взаимодействию. Также необходимо выявить внутренние и внешние факторы, способные увеличить вероятность вхождения предприятия в отношения с другими компаниями. На данном этапе проверяется гипотеза о том, что *внутренние факторы компании оказывают большее влияние на вероятность вступления в межфирменные связи, чем внешние.*

В качестве эмпирической базы данных проекта была использована из 739 крупных европейских компаний, действующих на территории Соединенного Королевства Великобритании и Ирландии.

На первом этапе были выделены прокси-индикаторы, которые могли бы отобразить обладает ли фирма склонностью к вступлению во взаимодействие с другими компаниями (наличие у фирмы дочерних предприятий, качество веб-сайта компании).

Для проверки гипотезы были построены эконометрические модели (зависимая переменная – рыночная добавленная стоимость (EVA[©]), показатель участия фирмы во взаимодействии – одна из объясняющих). Было выделено, что в период роста (докризисный период) и в период кризиса взаимодействие фирмы с другими предприятиями положительно влияет на экономическую добавленную стоимость. На основе данных результатов можно сделать вывод о том, что при прочих равных, наличие у фирмы стабильных связей с другими предприятиями повышает ее финансовые результаты, как в период роста, так и в кризисный период.

В процессе выявления влияния внутренних и внешних характеристик компании, влияющих на вероятность вступления в межфирменные отношения, мы увидели, что внутренние характеристики (возраст компании, доля собственников в совете директоров и т.д.) оказывают значительное влияние на решение фирмы о вступлении в кооперацию с другими участниками рынка. Факторы среды влияют слабо или вовсе не оказывают влияния.

Итак, в ходе исследования мы определили, что фирмы, имеющие дочерние предприятия, а также веб-сайт высокого качества, склонны к вступлению в межфирменные взаимоотношения, и привлекательны для других компаний в роли союзника. Также было показано, что межфирменная кооперация оказывает положительное влияние на показатель экономической добавленной стоимости. Помимо этого, было выявлено, что такие показатели, как возраст компании, доля собственников в совете директоров, способны в значительной степени повлиять на создание межфирменных связей.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент А. А. Быкова.