

ИДЕНТИФИКАЦИЯ НОВЫХ ВИДОВ ОТНОШЕНИЙ МЕЖДУ УЧАСТНИКАМИ ЛЬНЯНОГО БИЗНЕСА

С. И. АРТЕМЕНКО, А. М. АРТЕМЕНКО

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
г. Горки, Республика Беларусь, 213407, e-mail: arsvi@tut.by

(Поступила в редакцию 06.04.2020)

Взаимопроникновение в социально-экономические науки концепций и теорий из естественных наук с присущей им терминологией способствовало появлению множества оригинальных концепций взаимодействия социально-экономических объектов. В статье описано применение трёх известных подходов к идентификации отношений между субъектами в льняном бизнесе. По тексту статьи раскрыто содержание каждого из отношений, рассмотрены вариации отношений конкуренции, безразличия, кооперации. В частности, установлено отсутствие отношений конкуренции на локальном рынке между производителями Франции, Бельгии, Нидерландов и белорусскими льнозаводами; наличие частичной конкуренции их за ресурсы через ограничение поставки импортных машин комплектов и семян; полная конкуренция льнокомбината с китайскими прядильными фабриками за отечественное волокно номеров 11–14, что предопределило отношения доминирования, а невозможность удовлетворения спроса из одного источника – отношений координации; отношения частичной конкуренции между не модернизированными льнозаводами.

Сделан вывод, что известные типологии взаимоотношений участников бизнеса не позволяют описать всё многообразие отношений между участниками льняного подкомплекса, что требует их модификации в соответствии с целями исследования. В типологию из восьми видов отношений между участниками одного класса систем предложено добавить отношения доминирования, возникающие в результате создания временной монополии. Это позволит описать проблемные места в отношениях между льнокомбинатом и льнозаводами.

Ключевые слова: лён, отношения, конкуренция, коэволюция, кооперация, временная монополия.

The interpenetration of concepts and theories from the natural sciences with the inherent terminology in socio-economic sciences has contributed to the emergence of many original concepts of the interaction of socio-economic objects. The article describes the application of three well-known approaches to identifying relationships between subjects in the flax business. The text of the article reveals the content of each of the relations, considers the variations and shades of the relations of competition, indifference, cooperation. In particular, we have established the absence of competition relations in the local market between manufacturers of France, Belgium, the Netherlands and Belarusian flax mills; their partial competition for resources by restricting the supply of imported machine sets and seeds; full competition of the linen factory with Chinese spinning factories for domestic fiber numbers 11–14, which predetermined the dominance relationship, and the impossibility of satisfying demand from one source – coordination relations; partial competition relations between non-modern flax plants.

It is concluded that the well-known typologies of relationships between business participants do not allow us to describe the diversity of relations between participants in the flaxseed subcomplex, which requires modification in accordance with the objectives of the study. It is proposed to add dominance relations resulting from the creation of a temporary monopoly to the typology of eight types of relations between participants in one class of systems. This will allow us to describe the problem areas in the relationship between the linen factory and flax plants.

Key words: flax, relations, competition, co-evolution, cooperation, temporary monopoly.

Введение

Во второй половине XX-го века усилилось взаимопроникновение в социально-экономические науки концепций и теорий из естественных наук с присущей им терминологией, что придало первым определённый импульс развития. Появилось множество оригинальных концепций, описывающих взаимодействия социально-экономических объектов. Вместе с тем, перенос фундаментальных понятий из одной дисциплины в другую совместно с наличием определённой вариации их содержания и лингвистическими особенностями, сопряжён со сложностью удержания в рамках общепринятых трактовок социально-экономических дисциплин.

Так, справедливо оценивая сложность для исследователей провести различия между симбиотическими отношениями и определёнными формами комменсализма, приняв за основу теорию структуры сообщества Амоса Хоули, согласно которой, сообщество развивается по двум осям и является симбиотически-комменсалистским, и признав некоторое отклонение от общепринятой трактовки типов отношений (relationships) видов при взаимодействии (interactions; ранее – co-actions – совместных действий), Aldrich Н. Е. и Rueff, М. [1, С. 209–243] выстроили одну из наиболее развёрнутых и цитируемых типологий взаимодействия между организациями и их сообществами. В основу их типологии взаимодействий заложен механизм, благодаря которому «процессы конкуренции (competition) и сотрудничества (cooperation) внутри организационного сообщества сортируют популяции в дифференцированные ниши и доминирующие популяции вытесняют других на подчиненные позиции и вспомогательные роли» [1, С. 240]. Было выделено 8 типов отношений, включая 6 форм комменсализма по линии от конкуренции к сотрудничеству через нейтральные отношения, симбиоз и доминирование. По их мнению, с помощью координационных механизмов можно управлять разнообразием конкурентных, симбиотических и взаимных зависимостей среди популяций.

Данная типология и её модификации способствовали объяснению ряда сложных структур взаимодействия между субъектами и отраслями, но при этом нуждались в сборе значительного количества данных. Поэтому наибольшее распространение получили модификации типологии с более узким набором отношений (как правило, осью сотрудничества и конкуренции). Так, с помощью критериев «потребность в определённых ресурсах цепочки стоимости и позиция участника» Bengtsson, M. и др. [2] выделили четыре типа отношений среди конкурентов:

1. Coexistence – совместное существование в то же время или в том же месте, нет экономического взаимодействия, есть социальный и информационный обмен, достаточно ресурсов и позиция сильна.

2. Competition – конкуренция, обмен социальный и информационный, нет нужды в ресурсах, сильная позиция.

3. Cooperation – сотрудничество, обмен ресурсами, социальный и информационный обмен, нужда в ресурсах, отсутствие сильной позиции.

4. Co-opetition – сотрудничество между конкурентами, комбинация сосуществования (coexistence) и сотрудничества (cooperation), нет ресурсов экономических, социальных и информационных, сильная позиция.

Континуум отношений между участниками льняного бизнеса, независимых от социально-экономической системы (рыночной, централизованного планирования) нами принят из работы Клейнера Г. Б. [3, с. 69], составившего по критериям наличия или отсутствия функциональных связей, обмена оперативной информацией и обмена перспективной информацией полный список из восьми видов взаимоотношений между системными субъектами экономики.

Вместе с тем анализ работ [2–10] свидетельствует о сложной и многоуровневой природе сотрудничества и конкуренции между системными субъектами экономики, которую практически невозможно объяснить с помощью одной методики.

Цели исследования – выявить ограничения традиционных методик при идентификации отношений между субъектами в льняном бизнесе, обосновать целесообразность использования модифицированной методики.

Основная часть

С помощью типологии Aldrich Н. Е. и Rueff, М. можно объяснить, какая ниша выступает в качестве ресурса роста или деградации субъектов (табл. 1).

Таблица 1. Типология восьми форм взаимозависимости организаций и их сообществ

Виды взаимодействия	Влияние на участников взаимодействия	Содержание понятия	Проявление в льняном подкомплексе
1. Комменсализм – взаимозависимость одной формы			
Полная конкуренция	–;–	Ниши пересекаются, увеличение в одной уменьшает рост в другой	Рост посевов рапса уменьшает площади льна-долгунца
Частичная конкуренция	–;0	Отношения ассиметричны, только одна негативно влияет на другую	Рост спроса на трёпаное длинное волокно поглощается отдельными льнозаводами, тогда как другие не могут воспользоваться этим ростом (преимущественно короткое волокно)
Хищническая конкуренция	–;+	Один участник расширяется за счёт другого	Площади растут у всех производителей льна Франции за счёт сокращения в других отраслях
Нейтральность	0;0	Участники находятся в одной нише, но относительно слабо влияют друг на друга	Нет конкуренции с другими производителями (картофеля, молочными фермами), так как они уменьшаются из-за недостатка спроса, а не увеличения посевов льна
Частичная взаимность	+;0	Отношения ассиметричны, только одна группа получает пользу от присутствия другой	Импорт трёпаного длинного волокна укрепляет национальных производителей длинного волокна
Полная взаимность	+;+	Ниши перекрываются, участники выигрывают от присутствия другого	Плотные посевы в компактной сырьевой зоне льнозавода поддерживают возникновение новых посевов на удалении. Рост посевов картофеля способствует росту посевов льна за счёт совместного вытеснения сахарной свёклы
2. Симбиоз – взаимозависимость разных форм			
Симбиоз	+;+	Участники в разных нишах, и каждая из них выигрывает от присутствия другой	Больше денег у экспорт сортировочных льнобаз, тем больше они могут инвестировать в методы оценки волокна; Предприятия первичной обработки льна получают прибыль, инвестируя в высокотехнологичные венчурные предприятия глубокой переработки льняного волокна, позволяя обеим отраслям расти
3. Доминирование		Контролирует поток ресурсов для другой популяции	РУППП «Оршанский льнокомбинат» контролирует поток отечественного трёпаного длинного волокна

+ – положительное влияние; – отрицательное влияние; 0 – нейтральное влияние

Примечание. Источник [1, С. 244] и авторская интерпретация.

Так, рост импорта трёпаного длинного волокна РУПТП «Оршанский льнокомбинат» (далее – льнокомбинат) со 103 т в 2014 г. до 1289 т в 2019 г. призван заместить недостающее количество длинного волокна для удовлетворения имеющегося спроса на высоко номерную пряжу и обеспечить более полную загрузку возросших в ходе модернизации мощностей (с 6,4 до 8,2 тыс. т в год). Это свидетельствует об отсутствии отношений конкуренции на локальном рынке между производителями Франции, Бельгии, Нидерландов и белорусскими льнозаводами, поскольку в условиях монополистической конкуренции (дифференцированный продукт, разный уровень цен, возможность переключения с одного на другой), белорусские и иностранные производители удовлетворяют пересекающийся (по сорт номерам 12–13) с меняющейся пропорцией в поставках сторон объём спроса (доля длинного волокна номер 12,00 и выше в общем объёме поставки белорусскими льнозаводами снизилась с 50,1 % в 2008 г. до 18,3 % в 2014 г. и 9,2 % в 2019 г.). Прекращение импорта высоко номерного волокна льнокомбинатом привело бы к потерям товарной продукции 17,3 % за 2018 г. и 19,1 % за 2019 г., рентабельность от реализации продукции (работ, услуг) в 2019 г. составила бы только 3,8 % вместо 12,2 %, не дополучили бы 3,6 млн рублей налогов из прибыли, что свидетельствует об отношениях частичной взаимности.

Вместе с тем, рост посевов льна в трёх основных странах Западной Европы в 2019 г. достиг 140 тыс. га, что на 13,8 % выше уровня 2018 г. и на 32 % выше уровня 2016 г. [11], что сдерживает расширение посевов в Беларуси (уборочная площадь льна-долгунца составила 48,9 тыс. га в 2019 г. против 44,4 тыс. га в 2016 г. или рост на 10,1 %) через ограниченную поставку импортных машин комплектов и семян, что свидетельствует о частичной конкуренции.

Избирательное приобретение трёпаного длинного волокна льнокомбинатом у льнозаводов указывает на существование отношений полной конкуренции льнокомбината с китайскими прядильными фабриками за отечественное волокно номеров 11–14, что требует установления отношений доминирования, а невозможность удовлетворения спроса льнокомбината из одного источника – на отношения координации, не охватываемое выше приведенной типологией. Импорт сырья даёт льнозаводам время для приобретения навыков получения длинного волокна (отношения частичной взаимности), поддерживает объём спроса на волокно отечественного производителя и способствует появлению эффективных национальных производителей трёпаного длинного волокна (табл. 2).

Таблица 2. Результаты обработки льна-долгунца ОАО «Горкилён»

Годы	Выработано волокна, т	В т. ч. трёпаного длинного волокна, т	Удельный вес трёпаного длинного волокна, %
2014	1576	451	28,61
2015	1801	588	32,64
2016	1998	682	34,13
2017	1988	734	36,92
2018	2319	864	37,26
2019	2545	932	36,62

Примечание. Годовые отчёты ОАО «Горкилён» и авторский расчёт.

Белорусские льнозаводы часть длинного волокна, не соответствующего требованиям льнокомбината, продают ряду китайских прядильных компаний с принципиально другой технологией отбеливания. При этом часть ресурсов для возделывания льна они получают от льнокомбината, нахождение которого с ними в отношениях доминирования не может гарантировать последнему снятие проблем с поставкой длинного льняного волокна. Немодернизированные льнозаводы, такие как ОАО «Мстиславльлён», ОАО «Хотимский льнозавод», ОАО «Льозненский льнозавод», вынужденные специализироваться на коротком волокне, находятся в отношениях частичной конкуренции между собой. Не имея возможности самостоятельно произвести модернизацию, не получив поддержки государства ранее и не имея перспектив на получение её в дальнейшем, поскольку спрос внутреннего рынка на трёпаное длинное волокно потенциально исчерпан модернизированными льнозаводами, отношения с которыми у них характеризуются как полная конкуренция.

Чтобы справляться с полями в секторах на более чем 100 км удалённых от места переработки, необходим иной способ организации отношений с производителями тресты, чем традиционно используемый в Беларуси. Так, между новыми, пока ещё разрозненными участками на удалении от «ядра» территории снабжения с высокой плотностью участков, сформировавшихся относительно недалеко от места переработки, складываются отношения полной взаимности. Такое возможно в связи с различными требованиями «ядра» и удалённых участков территории снабжения: «ядро» способствует созданию участков в удалённых регионах, обеспечивая обработку тресты на недорогих условиях, что компенсирует рост последним транспортных расходов, а «ядро» получает рост устойчивости бизнеса, дополнительную выручку и расширение зоны влияния (отношения доминирования или локальной монополии).

Типология Bengtsson, M. и др. позволяет объяснить дополнительно к ранее описанным отношениям сосуществования французских кооперативов Opalin и LA Liniere с шестью частными производителя-

ми DeCock S.A., Jean Decock S.A., Van Robaeys Frères, Vanhersecke Frères S.A.R.L, Vandembulcke S.A.S., Société Michel Dewynter SAS, а также последних между собой. Традиционно считается, что условием возникновения конкурентных отношений являются одни и те же рынки ресурсов, работ и услуг для всех участников отрасли. Так, Van Robaeys Frères и DeCock S.A. производят наём одних и тех же сельскохозяйственных предпринимателей для уборки (компании Roofers, Brygo André Et Philippe, Eta Vantorre Et Fils), местных жителей в качестве персонала, одни и те же специализированные компании для ремонта.

В связи со сложной и многоуровневой природой сотрудничества и конкуренции между системными субъектами экономики нами выделены вариации отношений и идентифицирован новый ряд отношений в льняном подкомплексе (табл. 3).

Таблица 3. Идентификация возможных отношений в льняном подкомплексе на основании типологии отношений между системными субъектами экономики

Континуум отношений	Содержание понятия	Вариации значений	Отношения в льняном подкомплексе
Безразличие	Отсутствие каких-либо контактов	Не соперник (равный), сосуществование; беспристрастность (отсутствие предубеждений, терпимости), нет эмоциональных реакций (страсти, участия, сопереживания)	Отнестись к предложению предоставить 0,2 га полей для опытов с безразличием или даже сарказмом, встречное предложение – возделывать 30–60 га. В рамках отношения подчинения выделить залежь, мало окультуренные участки (нет известкового хлороза, но есть дополнительные затраты)
Конкуренция	Отношения равноправного соперничества (общая сфера притязаний и устойчивое противостояние интересов). Конфликт (расширенный вариант) – противодействие во всех направлениях	Состязательность (competitiveness, реже – competition) соревновательность, конкурентность, конкурентность), соперничество (превзойти; равенство в определённом отношении (достойный соперник). Хищническая, частичная полная	Льнозаводы за семена для посева как импортные, так и отечественные; за технику по лизингу лимитированную
Контактирование	Спорадический краткосрочный обмен деловой и иной информацией	Позитивное, негативное	Звонки агронома льнозавода агроному хозяйства по вопросу уборки соломы с отведенных полей для внесения гербицидов
Копродукция	Совместное выполнение некоторой конкретной совокупности действий, обеспечивающей достижение общей заданной цели	Отсутствие чётких границ между поставщиком и получателем в ходе предоставления и получения услуг	Совместное принятие решения производителем льна и специалистом льнозавода
Кооперация	Долгосрочное сотрудничество, возобновляемый процесс, совместные действия нефиксированной длительности	Крестьянская (фермерская) или свободная кооперация между равноправными экономическими субъектами; трудовая артель; потребительское общество; частный владелец	Совместное приобретение льнозаводами семян на электронных торгах для снижения цены единицы
Координация	Долгосрочное информационное взаимодействие (возможно, при участии третьих лиц или организаций), направленное на согласование действий субъектов	Согласование Согласованные направления действий	Закупка семян льна у нескольких производителей (ОАО «Горкилён», ОАО «Мстиславльлён», ОАО «Хотимский льнозавод»)
Козволюция	Взаимное информирование относительно намерений и планов, направленное на согласование долгосрочного развития субъектов	Согласованное развитие	Фермеры покупают уборочную технику, кооператив – оказывает финансовую поддержку. Фермер повышает качество и сокращает сроки уборки, кооператив получает большую выручку, снижает риски недозагрузки и затраты на обработку единицы сырья
Консолидация (слияние)	Полное согласование действий, планов и намерений, сближение краткосрочных и долгосрочных интересов; объединение в рамках одного субъекта	От стабилизации («куча») до слияния («единое предприятие»)	Интегрированная структура из льнозаводов, льнокомбината, экспортно-сортировочных льнобаз

Примечание. Источник [3; 5] и авторская интерпретация.

Под конкуренцией в законодательстве Республики Беларусь понимается «состязательность хозяйствующих субъектов, при которой самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке» [12]. Данное определение соответствует составу понятия «конкуренция» в аналогичном законе Российской Федерации [13] за исключением использования в белорусском законодательстве вместо термина «соперничество» термина «состязательность», что привело к смене акцента. Проведенный нами анализ частоты употребления в различных ситуациях терминов «соперничество» и «состязательность» показал, что первый из них употребляется на порядок чаще (*rivalry, competition*) и носит преимущественно негативный оттенок, в частности, ведёт к разрушению стоимости, созданию препятствий взаимодействию и координации, неконструктивному соперничеству (трате ресурсов, дублированию усилий). Тогда как второй – состязательность (*competitiveness*) употребляется в положительном значении в ситуациях выбора поставщика, отбора персонала, в общем стремлении партнёров к развитию, состязательности предприятий за подряд, бюджет на закупках, означающий приобретение большего количества за ограниченные деньги.

В льяном подкомплексе Франции нами идентифицировано наличие конкурентных отношений за фермеров между предприятиями по первичной обработке льна-долгунца двух форм ведения льяного бизнеса в этой стране, а именно, кооперативами по переработке льнотресты и реализации продуктов переработки, которые объединены в *Fédération Syndicale du Teillage Agricole du Lin* с целью продвижения и продажи продукцию своих членов, и частными предприятиями, объединёнными в *l'Union Syndicale des Rouisseurs-Teilleurs de Lin de France*. Отношения конкуренции между ними многоуровневые, сложные, носят характер состязательности и имеют тенденцию к усилению в связи с реализацией стратегии диверсификации секторов поставки сырья для сглаживания последствий изменения климатических условий, что усложняет их конфигурацию, приводит к пересечению и возникновению отношений сосуществования.

Поскольку земли сельскохозяйственного назначения в Беларуси предоставлены сельскохозяйственным производителям на праве постоянного пользования (ст. 15 Кодекса Республики Беларусь о Земле №425-3 от 23.07.2008 г.), отношения конкуренции между первичным звеном (льнозаводами) за пригодные для возделывания льна-долгунца земли отсутствуют. Чтобы льнозавод мог временно использовать земли сельскохозяйственных производителей, соответствующий районный исполнительный комитет может предложить льнозаводу перевод менее ценных земель в границах района в пахотные земли, тем самым увеличив суммарную площадь последних на площадь посева льна в районе. Здесь возникает необходимость использования для описания уровня первичных отношений, в данном случае – обмена в форме отвода, а не аренды, что выходит за рамки типологии Г. Б. Клейнера. Так, выделение льнозаводам в срок до 20 июля 2019 г. под лён урожая 2020 г. регулятором земель (райисполкомы), свидетельствует об отношениях добровольного подчинения сельскохозяйственных производителей. Тем самым, в отличие от предприятий Франции и Бельгии, где производители льноволокна соперничают за фермеров с наиболее пригодными для льна и других культур (картофеля, сахарной свеклы, пшеницы, рапса), а значит, самыми дорогими землями сельскохозяйственного назначения, исключаются конкурентные отношения льнозавода с перерабатывающими предприятиями других полевых культур. Взамен возникают отношения доминирования в силу единственного перерабатывающего предприятия на территории района, которые также не охватываются рассматриваемой типологией.

Существование отношений конкуренции с перерабатывающими кооперативами за фермеров меняют место концентрации доходов. Если в Беларуси центры концентрации прибыли (отношения – доминирование) – льнозавод и объединение, то во Франции центр концентрации дохода – первичное звено – фермер, владелец постоянного ресурса. В таких условиях даже частное предприятие по обработке льна, находящееся с фермером в экономических отношениях «покупки для обработки с последующей продажей», вынуждено хорошо платить и оказывать последнему полный спектр услуг по возделыванию, уборке, транспортировке льна.

Согласно операциональному определению В. М. Полтеровича [6], под сотрудничеством (*cooperation*) понимается такое добровольное взаимодействие нескольких участников, при котором отказ от взаимодействия любого из них не выгоден каждому из остальных. Так, в переговорах директора льнозавода с представителем РУП «Институт льна» по вопросу предоставления 0,2 га полей для сравнительных испытаний сортов льна, инициированных Главой государства (табл. 3), отказ от сотрудничества невыгоден никому из участников. В силу отношений добровольного подчинения, также находящегося за рамками типологии, при вынужденном исполнении нормы, просьба удовлетворяется

с отношением безразличия (не партнер, если не соглашаешься с предложением провести опыт на 30–60 га, а лишь на 0,3 га), и выстраивается в сотрудничество. Отсутствие добровольности участия во взаимодействии одного из партнёров означает применение к нему властных отношений, под которыми понимается ситуация, когда «один участник или их группа обладают монополией на насилие над другими участниками, ограничивающей их выбор» [6].

В льняном подкомплексе Франции нами идентифицирована переходная форма от отношений кооперации к консолидации без использования при этом отношений коэволюции. Этой цели служит самостоятельная юридическая форма с гибридным статусом (не компания и не ассоциация) – группа экономических интересов (фр. *groupement d'intérêt économique*, GIE), позволяющая сохранить индивидуальность и автономность её членов-кооперативов фермеров по обработке льняной тресты. Этот промежуточный институт, как организационная форма, призван способствовать экономическому развитию предприятий по выбранным направлениям. Так, GIE *Terre de Lin*, сформированная в 1997 г. и прекратившая деятельность в 2016 г. как выполнившая своё предназначение, позволила консолидировать в крупнейшем льняном кооперативе мира 5 кооперативов, осуществляя совместные продажи с кооперативами *Agylin* и *du Neubourg*, входящими в GIE *Linéa*. Другой случай использования GIE – кооператив *Lin 2000* и ассоциация *Linen Partners* (оценка и продажа волокна, магазин готовых изделий, организация экскурсий), тогда как семеноводческий бизнес – с GIE *Linéa*, в которую входят и кооперативы, совместно осуществляющие продажи волокна с *Terre de Lin*. Другие организационные формы не позволяют установить такие сложные комбинации взаимоотношений.

Отношения копродукции возникают в случае, когда пользователь (производитель льна – фермер) и профессионал (специалист предприятия первичной обработки льна) объединяют усилия, чтобы произвести продукт, устраивающий всех участников. При этом фермер не является пассивным получателем услуг, что приводит к более равномерному распределению власти между ними и техническими специалистами. Многие из фермеров Франции – профессионалы экстра-класса и приверженцы льна. Тогда как сельскохозяйственный производитель льна в Беларуси, скорее, пассивный получатель работ и услуг со стороны льнозавода, и это – причина, почему не происходит положительных изменений в отношениях. Сельскохозяйственные производители льна являются важными партнёрами для льнозавода в создании конечного продукта, так как допущенные ими ошибки трудно или невозможно исправить на последующих этапах работы со льном.

Упущенная возможность коэволюции и ко-производства льнокомбината с ОАО «Центр Моды» в рамках линии одежды «Галерея льна» позволила последнему приобрести уникальную компетенцию: «проведение дополнительной обработки ткани для ее умягчения, приобретения совершенно иных свойств, за ним становится гораздо легче ухаживать, очень хорошо удаётся осуществлять экспортные поставки именно из этих тканей» [14].

Заключение

В результате исследования установлено, что известные типологии отношений между субъектами бизнеса по отдельности не позволяют описать всё многообразие сложившихся отношений между участниками льняного подкомплекса, что предполагает использование некоторой их комбинации. Впервые выделены оттенки отношений и идентифицирован новый ряд отношений в льняном подкомплексе. Привнесение в возможный континуум отношений между системными субъектами оттенков, в частности, отношений безразличия, конкуренции, увеличило его объясняющую способность, но, вместе с тем, на наш взгляд, не позволило охватить отношения доминирования, как цель отношений сотрудничества и конкуренции. Поскольку единственным способом прибыльного существования предприятия в долгосрочном периоде является создание временной монополии, под которой понимается «контроль над определенным потенциально прибыльным рыночным пространством в течение определенного времени» [15], считаем необходимым ввести отношение доминирования (временной монополии, господства) в континуум отношений между системными субъектами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Aldrich, H. E., Rueff, M. *Organizations Evolving* / H. E. Aldrich, M. Rueff. – Second ed. – London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications, 2006. – 330 p.
2. Bengtsson, M. *Relationships of Cooperation and Competition between Competitors Work-in-Progress* [Electronic resource] / M. Bengtsson, S. Hintu, S. Kock // 19th Annual IMP Conference September 4–6, 2003, Lugano, Switzerland. – Mode of access: <https://pdfs.semanticscholar.org/28bb/d14b5c0e72c30544d68e5d83d716d4d9b5c4.pdf>. – Date of access: 03.01.2020.
3. Клейнер, Г. Б. Экономика. Моделирование. Математика. Избранные труды / Г. Б. Клейнер; Российская академия наук, Центральный экономико-математич. ин-т. – М.: ЦЭМИ РАН, 2016. – 856 с.
4. Boyle, D., Harris, M. *The challenge of co-production: How equal partnerships between professionals and the public are crucial to improving public services* [Electronic resource] // NESTA, New Economics Foundation, The Lab, London, December 2009. – Mode of access: <http://www.nesta.org.uk/library/documents/Co-production-report.pdf>. – Date of access: 03.01.2020.

5. Клейнер Г. Б. Рыночные отношения в современной экономике и факторы их институционального регулирования / Г. Б. Клейнер // *Горизонты экономики*. – 2011. – № 1. – С. 27–32.
6. Полтерович, В. М. Позитивное сотрудничество: факторы и механизмы эволюции / В. М. Полтерович // *Вопросы экономики*. – 2016. – № 11. – С. 1–19.
7. Le Roy F., Czakon W. Managing Coopetition: the missing link between strategy and performance / F. Le Roy, W. Czakon // *Industrial Marketing Management*. – 2016. – Vol. 53. – p. 3–6.
8. Nalebuff, B. J., Brandenburger, A. N. Co-opetition 1. Revolutionary Mindset that Redefines Competition and Cooperation 2. The Game Theory Strategy that's Changing the Game of Business / B. J. Nalebuff, A. N. Brandenburger. – New York: Doubleday, 1996. – 304 p.
9. Dagnino, G. B. Coopetition strategy in theory and practice / G. B. Dagnino // *Dubrovnik International Economic Meeting*. – 2015. – Vol. 2. – № 1. – p. 2–8.
10. Nemeš, A. Coopetition Strategy and Technological Innovation: The Case of European Wireless Telecommunications Industry. *Economics and finances* / A. Nemeš // *These Pour l'obtention du titre de Docteur ès Sciences de Gestion Université Montpellier I*, 2014. – 328 p.
11. Артёменко, А. М. Как правильно распределять доходы между участниками льняного бизнеса / А. М. Артёменко, С. И. Артёменко // *Устойчивое социально-экономическое развитие регионов: Материалы международной научно-практической конференции, посвященной 95-летию создания кафедры экономики и МЭО в АПК. Горки, 28–29 ноября 2019 г.* / Белорусская государственная сельскохозяйственная академия; редкол.: А. В. Колмыков (гл. ред.) [и др.]. – Горки, 2019. – С. 8–15.
12. О внесении изменений и дополнений в Закон Республики Беларусь «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» № 94-З от 12 декабря 2013 г.: Закон Респ. Беларусь, 8 янв. 2018 г., № 98-З // *Национальный реестр правовых актов Респ. Беларусь*. – 2018. – № 2/2536.
13. О защите конкуренции (с изменениями на 18 июля 2019 года): Федеральный Закон [Электронный документ]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/901989534>. – Дата доступа: 07.01.2020.
14. Деменчук, О. Уникальность всегда была визитной карточкой Белорусского центра моды [Электронный ресурс] / О. Деменчук // *БелТА*. – Режим доступа: <https://www.belta.by/interview/view/unikalnost-vsegda-byla-vizitnoj-kartochkoj-belorusskogo-tsentra-mody-7118>. – Дата доступа: 05.12.2019.
15. Леле, М. М. Абсолютное оружие. Как убить конкуренцию. Захват и удержание рынка / М. М. Леле / пер. с англ. А. И. Кириченко, М. З. Штернгарц. – СПб.: Коммерсантъ, Питер, 2009. – 224 с.