

МІЖНАРОДНІ МЕРЕЖІ ЯК ФОРМА ВЗАЄМОДІЇ ТА РОЗВИТКУ ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН

Для сучасного періоду міжнародного економічного розвитку характерне широке залучення країн у міжнародні взаємозв'язки, оскільки зростаюча складність продуктів та послуг, їх проектування, виробництво і доставка до споживача змушують підприємців виходити за межі своїх галузей у пошуках можливостей для співробітництва та ефективних партнерських взаємозв'язків.

Поява міжнародних мереж, як форми взаємодії та розвитку партнерських відносин, характеризується інтеграційними процесами між господарюючими суб'єктами та зростаючою взаємозалежністю між різнорідними агентами і областями знань. Більшість фірм, що не може самостійно розробляти усі необхідні технології, шукають доступ до зовнішніх джерел знання. У цих умовах міжнародні мережі отримують суттєве значення як засіб координації процесів промислових досліджень і розробок.

Мережева організація виробництва значно покращує конкурентоспроможність як провідної компанії, так і фірм-постачальників, оскільки вона дозволяє:

- знизити трансакційні витрати і витрати виробництва,
- своєчасно реагувати на зміну попиту з боку споживачів,
- отримати доступ до нових ресурсів або технологій.

Так, Coca-Cola створила регіональну мережу потужних компаній, що займаються розливом напоїв для того, щоб використати можливості більш прибуткової роботи на вільних від цінової конкуренції з Persi міжнародних ринках. Наприкінці 1980 на початку 90-их така мережа була розгорнута швидкими темпами в Західній і Східній Європі, Австралії, Мексиці, Латинській Америці і Південно-Східній Азії.

Досягнення Coca-Cola були забезпечені завдяки наполегливому переходу від становища виробника сиропу і рекламодавця до позиції менеджера ланцюжка цінностей, керованої, добре інтегрованої, ефективно структурованої та діючої в міжнародних масштабах компанії.

В останні десятиріччя мережеві форми міжфірмової ринкової кооперації заявили про себе в практиці господарювання розвинутих країн як про явище, що розвивається дуже динамічно та інтенсивно. Розширення цієї мережі - головний чинник посилення міжнародної економічної взаємозалежності країн.

Тенденція неухильного зростання стійких міжфірмових альянсів у вигляді мереж (мережевої співпраці та кооперації) фіксується дослідженнями сучасних галузевих, національних та міжнародних ринків. У рамках економічної діяльності між економічними агентами формуються стійкі, стабільні, передбачувані та відтворювані в часі й просторі зв'язки взаємодії.

Компанії з різних сфер діяльності і з різними, але взаємодоповнюючими один одного навиками, об'єднують свої можливості, щоб створювати цінність

для кінцевих споживачів. Зобов'язання у таких взаємовідносинах як правило високі; партнери намагаються розвивати спільну діяльність у багатьох функціональних напрямках, їхні операції часто можуть перекривати один одного, і тим самим ці співвідношення значно змінюють організацію кожного з партнерів.

Найміцнішу і тісну співпрацю демонструють партнерські союзи, які належать до загального ланцюжка створення вартості, і які створюють, наприклад, відносини «постачальник-замовник».

Компанії можуть встановлювати одночасно взаємовідносини декількох видів, і в рамках цих взаємовідносин партнери грають різні ролі. Наприклад, у консорціумі Inmarsat, який надає телекомунікаційні послуги через мережу супутників, 65 партнерів одночасно є і власниками, які інвестують свій капітал, і клієнтами, які встановлюють зв'язок через супутники, і постачальниками технологій для спільного підприємства, і регулюючими організаціями, які встановлюють правила функціонування, і конкурентами, які пропонують послуги, суміжні з послугами Inmarsat. Netas, спільне підприємство з Nothern Telecom, разом із місцевими інвесторами в Турції, одночасно виступають як інвестиційний актив для Nothern, і замовник обладнання у Nothern, і постачальник нового програмного забезпечення та нових систем.

Підприємства нового типу об'єднують пов'язані в мережу розпорошені групи, які виконують функції вибору і сервісу на засадах довготривалих зв'язків, заснованих на довірі, господарська діяльність яких спирається на потужну мережу взаємних зв'язків між різнорідними рівнями і функціональними структурами. Підставою їх функціонування є необмежений доступ до постачальників, стратегічних партнерів, конкурентів і споживачів, готовність і легкість зміни взаємних стосунків між групами, а також широка можливість аутсорсингу операцій чи завдань до виконання через коопераційні підприємства.

Таким чином, ми бачимо, що стратегії, які забезпечують успіх, у все більшій мірі фокусуються не на самій компанії, а на мережах компаній, які здійснюють спільний бізнес. Тобто через співпрацю та налагоджені партнерські відносини можна отримати певні конкурентні переваги, які будуть збалансовані з конкурентними перевагами мережевих партнерів.

Список джерел:

1. Задої А.О. Міжнародні стратегії економічного розвитку / А.О. Задої // Навч. посіб. – К.: Знання, 2007. – 332с.
2. Стратегические альянсы: Пер.с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 244с.
3. Шипілов А. Конкуренція в системах альянсів / А. Шипілов // Києво-Могилянська Бізнес Студія – 2006. – № 9. – с. 26-32.
4. Simon H.A. Organizations and Markets / H.A. Simon // Journal of Economic Perspectives – Spring 1991. – P. 25–44 .