гарант устойчивости – межфирменные сети

сетевые формы организации бизнеса на промышленных рынках

Отличительной чертой современной экономики является развитие межфирменных сетей. Сложившийся в нынешней ситуации промышленный (B2B)[1] рынок можно представить как сеть взаимоотношений между его участниками. Широкое распространение сетевых форм организации бизнеса привело к трансформации основных положений теории стратегического управления, промышленного маркетинга и развитию сетевого подхода. Межфирменные сети стали гарантом устойчивости и инновационности развития – альтернативой крупным корпорационным системам.

Попова Ю.Ф.
канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой маркетинга и статистики Сыктывкарского государственного университета

Существуют финансовые, технологические и управленческие мотивы создания и поддержания межфирменных отношений. Способность развивать и контролировать стратегическое партнерство с потребителями, поставщиками, финансовыми организациями, дистрибьюторами является важнейшей стержневой компетенцией, позволяющей фирме успешно конкурировать с другими участниками глобального рынка.

Сети увеличивают технологические и управленческие возможности компаний, объединяют их усилия для реализации совместных инновационных проектов. Они повышают степень взаимозависимости и взаимовлияния, облегчают доступ к ресурсам, в том числе финансовым, контролируемым другими субъектами экономики. Консолидация на рынке

[1] B2B (Business to Business) – это условное название компаний, конечными потребителями которых являются коммерческие структуры – *прим. ред.*

дефицитных оборотных и инвестиционных ресурсов для их совместного использования необходима предприятиям в качестве дополнения или альтернативы бесконечному воспроизводству собственных ресурсов.

Преимущества межфирменных сетей

Формируя систему долгосрочных горизонтальных и вертикальных межфирменных отношений, компании стремятся укрепить свое положение на рынках и упростить систему закупок и сбыта. Участие предприятий в сетях позволяет:

– повысить доверие и лояльность между ними,
– улучшить координацию действий на рынке,
– разрешать конфликтные ситуации,
– получать от партнеров дополнительные услуги.

Компании готовы адаптировать характеристики своей продукции к потребностям покупателей, менять упаковку, график поставки продукции и т.д. Но основные льготы, которые российские производители предоставляют своим сетевым контрагентам и которые они ожидают от них получить в случае необходимости, – это финансовые уступки, выгодное взаимное кредитование, а также особые условия и удобные формы расчетов. Совместная реализация инновационных проектов, связанных с разработкой новой продукции, внедрением современных технологий производства и управления, пока встречается гораздо реже.

Скольжение между персонифицированными отношениями и нет

Поскольку для российского рынка характерен низкий уровень институционального доверия, широкое распространение неформальных отношений между его субъектами является устойчивой характеристикой современной экономики. Неформальные отношения позволяют компаниям повысить эффективность трансакций и являются одним из основных условий их успешного сотрудничества.

сети увеличивают технологические и управленческие возможности компаний, объединяют их усилия для реализации совместных инновационных проектов

Чем более несовершенны рынки, система управления и правового регулирования, тем шире компании используют персональные отношения. По мере уменьшения нестабильности и неурегулированности, увеличения контроля и баланса на рынке, улучшения отношений бизнеса и власти происходит переход от персонифицированных отношений к деперсонифицированным.

Выбор сетевых партнеров

На формирование и развитие сетевых отношений в России влияют две основные группы противоположных сил. С одной стороны, высокий уровень неопределенности и вероятности проявления оппортунистического поведения участников рынка. Кроме того, слабая инфраструктура и низкий уровень спроса ограничивают сети по количеству партнеров и географически. Это вынуждает компании поддерживать старые связи. С другой стороны, рыночные и инвестиционные возможности, диверсификация деятельности предприятий, развитие международного сотрудничества создают возможности для идентификации новых партнеров и включения их в межфирменные сети.

Для поиска новых партнеров предприятия часто используют существующую сеть. Это является одной из основных причин трудностей проникновения в сети новых компаний. Выстраивание межфирменных отношений происходит вокруг предприятий, сильных в финансовом отношении или обеспеченных высоким спросом на свою продукцию. Однако поиск новых партнеров частично осложняется слабой коммуникационной инфраструктурой, а налаживание связей с географически отдаленными организациями сдерживается высокими транспортными затратами.

Вероятно, в будущем, сети, созданные под давлением финансовых ограничений, постепенно уступят место инновационным партнерствам. Факторы успеха в российском бизнесе постепенно смещаются с наличия «связей» с государственными органами, чиновниками

формируя систему долгосрочных горизонтальных и вертикальных межфирменных отношений, компании стремятся укрепить свое положение на рынках

в сторону роста компетентности – технической и управленческой.

В выборе новых сетевых партнеров все большую роль играет инновационность компаний, наличие у них эффективной маркетинговой стратегии, системы организации финансового планирования и контроля. Сокращение оппортунизма в поведении участников рынка снизит роль персональных связей, которые постепенно уступят место сетям корпоративным.

факторы успеха в российском бизнесе постепенно смещаются с наличия «связей» с чиновниками в сторону роста компетентности – технической и управленческой

Специфическая взаимозависимость

Можно предположить, что сети чаще образуются тогда, когда предприятия сталкиваются с быстрыми технологическими изменениями, укороченным жизненным циклом продукции и фрагментированными, специализированными рынками. Если в отрасли происходят значительные технологические изменения или если необходимо быстро вывести на рынок новую продукцию, используя современные технологии, сетевая структура управления вследствие своей гибкости и инновационности имеет преимущества перед другими формами организации экономической деятельности.

Сети являются эффективной и жизнеспособной структурой, если существует много изменяющихся, взаимозависимых и специфических видов деятельности. Кроме того, партнерские отношения играют важную роль, когда организациям предоставляется возможность использовать специфическую взаимозависимость между действующими субъектами рынка для улучшения их отраслевой позиции. Например, если ресурсы являются общими для нескольких участников, сетевая форма организации экономической деятельности будет более эффективной, чем простые трансакции между ними.

Сценарии развития межфирменных сетей

Доверительные отношения между участниками сети позволяют им обмениваться информацией, касающейся их ключевых компетен-

ций. Для успешного развития партнерских связей необходимо, чтобы предприятия имели близкие организационные культуры, цели и философию бизнеса. Несовместимость стратегий может быть одной из причин выхода компании из межфирменной сети. Кроме того, менеджеры организаций должны отказаться от крайних форм конкуренции и найти схемы взаимовыгодного сотрудничества.

Устойчивость партнерств и перспективы их будущего развития зависят от издержек стратегической кооперации на рынке. Существует несколько сценариев развития межфирменных сетей:

– разрыв сетевых отношений;

– прерывание партнерства после окончания конкретного проекта, для реализации которого оно создавалось;

– слияние и поглощение;

– продолжение кооперации для решения новых задач.

В заключение следует отметить, что развитие сетей является важным фактором будущего развития отечественного бизнеса. Межфирменные сети можно рассматривать как альтернативный крупным корпорационным системам механизм обеспечения устойчивости и инновационности развития и один из основных способов интернационализации российских компаний в условиях глобализации экономики.

По мнению автора, которое изложено в данной статье, в современный период постиндустриального развития сети играют важную роль в повышении конкурентоспособности экономики.

pn

Литература

1. Кущ С.П. Новая доминирующая логика в маркетинге // Российский журнал менеджмента. – 2006. – Т. 4.– № 2. – С. 71-72.

2. Попова Ю.Ф. Сетевая концепция организации рыночной деятельности: новая модель эффективного управления– // Новости маркетинга. – 2005.– № 5.– С. 9-24.

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

4. Юлдашева О. Сетевые исследования процесса выхода промышленной компании на новые рынки//Промышленный маркетинг: – 1999.– № 6. – С. 58–71.