

временным мировым стандартам в рекреационной сфере.

На современном этапе спрос на специалистов гостиничного бизнеса в Украине и в Крыму значительно возрастает. Квалифицированных специалистов, имеющих соответствующий опыт работы на рынке недостаточно. В связи с сезонностью работы на предприятиях отрасли высока текучесть кадров, прием на работу специалистов с профильным образованием носит временный характер, существующие программы обучения не всегда соответствуют реальным потребностям отрасли. Работа в сфере обслуживания туристов зачастую считается не престижной, большинство работников рассматривают ее как временную. Отели пытаются выходить из сложной сложившейся ситуации, предлагая сотрудникам внутреннее обучение и заключая договоры с учебными заведениями. Многие гостиничные предприятия вводят стандарты обслуживания - комплекс обязательных для исполнения правил обслуживания потребителей гостиничных услуг, которые призваны гарантировать установленный уровень качества всех производимых операций.

ВЫВОДЫ

Исследования показывают, что современные тенденции развития туристично-гостиничного комплекса в Крымском регионе характеризуются многими проблемами в сфере оказания туристических и гостиничных услуг.

Сформировавшаяся сезонность в регионе, несоответствие нормативно-законодательной базы запросам отрасли и современным мировым стандартам в рекреационной сфере, слабая подготовка и низкий профессиональный уровень кадров выступают основными сдерживающими силами туристично-гостиничной сферы в использовании рекреационного потенциала Крымского региона.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Організація готельного господарства. [Текст] : підручник / М.Г. Бойко [та ін.]; – К.: КНТЕУ, 2007. – 448 с.
2. Цьохла С.Ю. Трансформація рекреаційної діяльності та розвиток ринку курортно-рекреаційних послуг (методологія, аналіз і шляхи вдосконалення): моногр. / С.Ю.. Цьохла. — Сімферополь: Таврія, 2008. — 352 с.
3. Головне управління Статистики в Автономній Республіці Крим. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.sf.ukrstat.gov.ua/index.htm>.
4. Правила обов'язкової сертифікації готельних послуг. [Чинний від 1999.27.01]. – К.: Держспоживстандарт України, 1999. – II, 211 с.

УДК:65.012.65 (045)

ФОРМИ ТА ОСОБЛИВОСТІ МІЖФІРМОВОЇ ВЗАЄМОДІЇ ПІДПРИЄМСТВ

Хірс О. В.

У статті проводиться дослідження сучасного рівня розвитку міжфірмової взаємодії підприємств, у тому числі виявлення форм та особливостей системи міжфірмової взаємодії. Одним з факторів поширення міжфірмової співпраці є глобалізація. В умовах глобалізації міжфірмова взаємодія є метод що впливає на можливості просування підприємств на ринку без суттєвого ризику.

Ключеві слова: міжфірмова взаємодія, форми міжфірмової взаємодії.

Зростання конкуренції та скорочення життєвого циклу виробів викликає необхідність дослід-

ження і вибору нових способів організації виробництва на підприємствах. Одним з методів, крім реструктуризації є гнучкі форми міжфірмової взаємодії. Нині співпраця є невід'ємною складовою економіки сучасних підприємств; росте кількість взаємозв'язків як між підрозділами компаній, так і між компаніями, і все більше число компаній успішно використовують переваги, отримані від взаємної співпраці. Актуальним є аналіз сучасного рівня розвитку міжфірмової взаємодії високотехнологічних підприємств, у тому числі виявлення факторів, що впливають на поширення гнучких форм кооперації, дослідження особливостей управління процесом створення високотехнологічного виробу.

Питання міжфірмової взаємодії підприємств були, досліджені у роботах: Астапович А., Кизим Н., Костицький В., Лучко М., Мільнер Б., Новицький В., Плотніков О., Рогач О., Рокоча В., Соколенко С., Удовік С., Шимаї М. та ін. Аналіз, оцінка та напрямки удосконалення діяльності авіавиробників представлені наступними авторами: Андросова О.Ф., Астапова Г.В., Афанасьєва Л., Бодрунов С., Бочаров С., Дмитрієв Н., Ковальков Ю., Кривов Г.О., Лауль А., Щербак А., Щереди́на Т. та ін.

Мета публікації. Метою публікації є дослідження сучасного рівня розвитку міжфірмової взаємодії підприємств, у тому числі виявлення форм та особливостей системи міжфірмової взаємодії.

На сучасному етапі гнучкі форми механізму міжфірмової взаємодії характеризуються наступними особливостями:

- співпраця розглядається як ефективна форма взаємодії при створенні високотехнологічних виробів [1, с. 372];
- спостерігається зріст співпраці з іноземними партнерами [2, с. 78];
- фірми використовують угоди про співпрацю для успішного розвитку технологій високотехнологічних підприємств, тощо.

Одним з факторів поширення міжфірмової співпраці є глобалізація. Відкритість економіки не може не вплинути на інтенсивність міжнародних контактів [3, с. 257]. Умови взаємодії спростилися настільки, що компанії можуть вести спільну діяльність незалежно від їх територіального розташування. Стратегічні партнерства у порівнянні з іншими інтеграційними формами (злиття і поглинання) забезпечують оперативність, гнучкість і економічність ведення господарської діяльності без втрати самостійності партнерів. Нарешті розвиток транснаціональних корпорацій створює додаткові стимули до міжфірмової взаємодії.

У таблиці 1 [4] показана сумарна кількість альянсів створених фірмами промислово розвинених країн: США, Японія і Німеччина беруть участь в 64,1%, 25,6% і 11,3% з усіх альянсів. Основні відмінності між країнами в утворенні стратегічних альянсів обумовлені наступними причинами:

Таблиця 1.

Стратегічні технологічні альянси (СТА) в промислово розвинених країнах і індикатори окремих характеристик країн за 1989-2009 рр.

Країна	Кількість альянсів	Доля (%) СТА	Витрати підприємств на НДДКР (млн. \$)	Частка експорту (%) високотехнологічних галузей в країнах що розглядаються
США	4848	41,3	121314	23,5
Японія	1931	74,6	50235	8,0
Німеччина	857	88,7	24687	14,3
Франція	722	85,9	16084	8,4
Британія	927	85,4	13445	8,9
Нідерланди	703	79,8	2492	4,1
Швейцарія	276	93,5	2872	3,5
Швеція	231	86,1	2830	1,9
Канада	163	91,4	4390	2,3
Італія	421	91,4	7783	4,1
Бельгія	134	74,6	1900,1	1,9
Норвегія	46	91,3	715	0,3
Данія	42	97,6	898	1,1
Іспанія	59	96,6	2330	1,4

Рівень технологічного розвитку країни грає ключову роль у встановленні міжфірмових взаємозв'язків у високотехнологічних секторах. У таблиці 1 представлені два основні параметри, які

впливають на формування стратегічних партнерств : доля високотехнологічних експортних ринків і рівень витрат підприємств на НДДКР в розвинених країнах. Потрібно також підкреслити що структура промислового сектору країни також сильно впливає на міжфірмову взаємодію.

Міжфірмова взаємодія відкриває додаткові переваги компаніям в придбанні ресурсів без втрати учасниками власної спеціалізації і незалежності. У галузях, де швидко змінюються потреби, продукти і ринки, контракти можуть виявитися неефективними, а злиття і поглинання обернутися придбанням непотрібних або збиткових ресурсів. Партнерства дозволяють цього уникнути. Особливо дієвим міжфірмова взаємодія виявляється при входженні у нові галузі. До того ж за оцінками дослідників, у високотехнологічних галузях навіть патентування не є життєздатним засобом захисту. Тому, незважаючи на специфічні труднощі при встановленні міжфірмових взаємодій (рівень невдалих партнерств - до 70 %) кількість альянсів продовжує зростати. Варто відмітити, що маркетингові альянси, як правило, спрямовані на скорочення витрат, тоді як технологічні партнерства є стратегічними за своїм характером.

Аналіз змістовного аспекту міжфірмової взаємодії припускає звернення до різних економічних теорій, розглядаючи питання стратегічного партнерства. Міжфірмова взаємодія висуває на перший план низку теоретичних запитань, пов'язаних з визначенням меж фірми і співвідношенням конкуренції і співпраці.

При міжфірмовій взаємодії розподіл тих або інших ресурсів здійснюється у ході ділових операцій з передачі прав на використання ресурсів. Так, Р. Коуз у своїй роботі «Інституціональна структура виробництва» встановив, що в сучасній економіці велика частка ресурсів задіяна всередині фірм, і способи їх використання залежать від адміністративних рішень, а не від ринкових операцій, а ефективність економічної системи значною мірою визначається тим, як ці організації ведуть свої справи [5, с. 167]. Р. Коуз довів, що важливість фірми полягає в її ефективності в порівнянні з контрактною формою і тільки ринковими стосунками. Головною причиною виникнення фірм є використання цінового механізму. Фірма з'являється тоді, коли короткострокові контракти стають невідповідними, а підприємець (найманий менеджер) виконує свої функції з меншими витратами, ніж ринок. В якості організаційного принципу у фірмах діє принцип ієрархії, відповідно до якого розподіл ресурсів здійснюється директивними методами.

Гнучкість міжфірмової взаємодії дає найбільші переваги в сучасних умовах, коли продукція фірми (товари, послуги) стають все складніші і здійснення прямого контролю над усіма необхідними ресурсами (в першу чергу знаннями і умінням персоналу, «ноу-хау») - все скрутніше, а зовнішнє середовище відрізняється високим ступенем невизначеності.

Підприємства об'єднують зусилля, щоб знизити ризик і об'єднати ресурси при здійсненні НДДКР. Вступ до альянсу дозволяє фірмі спеціалізуватися на тих видах робіт, які є для неї ключовими, і які вона може виконувати найефективніше. Підприємства-члени альянсу підвищують свою гнучкість: немає необхідності виконувати малоефективні види робіт.

У сучасних умовах гнучкість дає найбільші переваги, коли продукція фірми стає все складніше, а здійснення прямого контролю над усіма необхідними ресурсами - все скрутніше. Гнучкі форми міжфірмової взаємодії допомагають швидше завоювати вигідні позиції, ніж внутрішньо фірмові розробки, обходяться дешевше і забезпечують більшу ефективність, ніж злиття. Однією з переваг взаємодії є розділення ризику між усіма учасниками угоди. У проведеному дослідженні великої вибірки субпідрядних угод між японськими фірмами виявлено, що, по-перше, в усіх розглянутих випадках головні фірми брали на себе значну частину ризику ($K_p > 0$), де K_p - коефіцієнт ризику; по-друге, K_p збільшується у міру росту схильності субпідрядника-ризика, а також величини коливань витрат; по-третє, значення K_p в середньому дорівнювало 0,69, хоча спостерігалось немало випадків, коли K_p складало 0,75. Таким чином, угода про розділення ризику є однією з основних умов успіху альянсів.

У країнах з сильною державною підтримкою бізнесу і гнучкою структурою економіки - США, Японії, Канаді, Франції, Італії - ризик настільки великий, що за 3-5 років відбувається практичне оновлення половини підприємств із-за жорсткої конкуренції. На зміну приходять нові, динамічніші компанії, що несуть в собі сильніший заряд ризику і відповідальності, інтелекту і високих технологій, здатні найточніше оцінити ситуацію на ринку і прийняти правильне рішення. Таким чином

відтворюється безперервність циклів оновлення, самовдосконалення і прагнення до все більш високого ступеня розвитку на основі вибору найбільш раціонального образу дій в умовах невизначеності і ризику. Ринкова економіка не виключає систему господарського планування, але переміщує її на мікрорівень, вимагає ретельнішого дослідження умов, нових підходів, методів і прийомів аналізу. Для керівництва фірми важливіше запобігти можливому в перспективі невдалому результату, чим виправляти або компенсувати помилки.

Розглянемо форми координації, представлені на рисунку 1. Завдання компанії полягає в тому, щоб визначити організаційну структуру, що дозволяє забезпечити ефективний спосіб досягнення успіху за допомогою використання ринку, ієрархії або міжфірмової координації.



Рис.1 Форми координації.

Безперечним є той факт, що міжфірмова взаємодія є необхідністю в конкурентному середовищі. Різноманітність форм і видів міжфірмової взаємодії ставить завдання класифікації виробничих взаємозв'язків, які досліджено у роботах Н. Вьяса, М.Бобіною, И.Н. Омельченко, А.А. Колобова. З врахуванням форм координації економічних інтересів підприємств запропонуємо наступні форми міжфірмової взаємодії підприємств (рис. 2).

Міжфірмова взаємодія використовується для того, щоб об'єднати ресурси і отримати синергетичний ефект. Більшість компаній, які беруть участь в стратегічних партнерствах, підтверджують стратегічні переваги науково-дослідної співпраці, і бачать в спільній виробничій діяльності можливість зберегти і навіть поліпшити свою конкурентоспроможність [6, с. 23]. Дослідження міжкорпоративної взаємодії показує, що взаємодія компаній супроводжується підвищенням їх інноваційної діяльності. Доля нових продуктів в загальному обсязі продажів вище в тих компаніях, які залучені в міжкорпоративну співпрацю в області досліджень. Аналіз програм, спрямованих на сприяння науково-технічній співпраці у ЄС виявив істотні результати, які позитивно впливають на здібності компаній до створення високотехнологічних виробів.

Проведений аналіз сучасного рівня розвитку міжфірмової взаємодії показав, що стратегічні партнерства відіграють важливу роль при проведенні науково-дослідної діяльності і комерціалізації їх результатів, і тим самим є ефективним інструментом підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Необхідність взаємопроникнення функцій корпорацій-агентів, які вступають в міжкорпоративні взаємодії, породжує потребу в розробці специфічних механізмів структуризації (формування структури) взаємодій; організація взаємодії елементів корпорацій обумовлює актуальність формування фінансових, матеріальних і інформаційних потоків всередині нової структури і, відповідно, особли-

вих механізмів її реалізації; нарешті, проблема взаємноперетину інтересів корпорації вимагає розробки механізмів перерозподілу економічного ефекту всередині системи. Останній комплекс механізмів не випадково є центральним моментом в організації діяльності багатокорпоративних систем, оскільки ефективний економічний розвиток організаційної системи можливий тільки на основі узгодження (обліку, координації) економічних інтересів агентів, що входять у неї. У тих компаніях, де одним з суб'єктів корпоративних стосунків є держава, якнайповніше представлена уся гамма суперечливих економічних інтересів суб'єктів корпоративних стосунків.

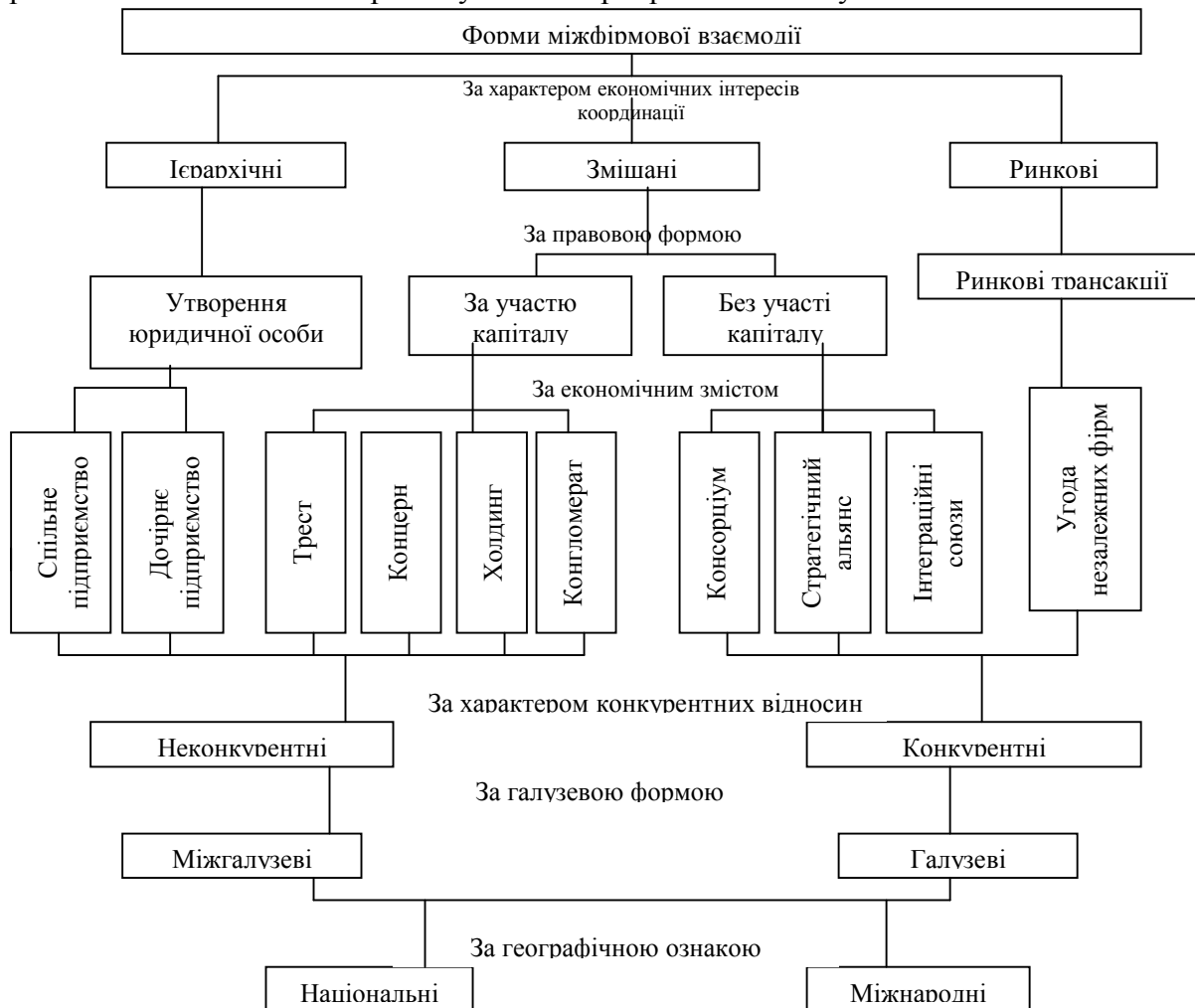


Рис.2 Класифікація форм міжфірмової взаємодії.

Основою формування стратегії міжкорпоративних взаємодій є диверсифікація в різних аспектах функціонування. Диверсифікація - це поширення господарської діяльності на нові сфери (розширення асортименту вироблюваних виробів, видів послуг, що надаються, географічній сфері діяльності, тощо). Під диверсифікацією розуміється також проникнення економічних агентів в галузі, що не мають прямого виробничого зв'язку або функціональної залежності від основної їх діяльності. В результаті диверсифікації організації перетворюються на складні багатогалузеві комплекси або конгломерати.

Загальні принципи корпоративного управління зводяться до наступного: режим корпоративного управління повинен забезпечувати рівноправ'я усіх учасників системи; корпоративне управління повинне забезпечувати дотримання інтересів економічних агентів і заохочувати співпрацю усіх суб'єктів корпоративного управління у розвитку корпорацій; структура корпоративного управління повинна забезпечувати ефективне виконання своїх функцій, а також підзвітність органів управління центру [7, с. 346].

Виділяють наступні основні стратегії організації міжкорпоративних взаємодій: передача майна, передача інформації, реструктуризація. Стратегія передачі майна передбачає напрям матеріальних і фінансових потоків від однієї корпорації до іншої з метою здійснення ефективнішого управління, і отримання замість певної долі економічного ефекту. Аналогічний механізм діє у разі реалізації стра-

тегії передачі інформації, проте трансфертом виступає інформаційний потік (наприклад, інтелектуальна власність). У рамках стратегії реструктуризації відбувається часткова передача (перерозподіл) функцій, які вступають у взаємодію корпорацій, внаслідок чого виникають додаткові постійно діючі матеріальні, фінансові і інформаційні потоки.

Використовується наступний механізм реалізації стратегії функціонування міжкорпоративних взаємодій. Ідентифікація взаємозв'язків між вже існуючими економічними агентами. При цьому визначаються можливості, які є для розділення видів діяльності або передачі інформації. Вибір основних видів діяльності, які склали б фундамент корпоративної стратегії. Диверсифікація розпочинається з визначення головних напрямів діяльності, які служитимуть підставою для корпоративної стратегії.

Перерозподіл економічного ефекту між учасниками взаємодій. Виплата дивідендів набагато краща, ніж зведення до нуля біржової вартості акцій шляхом диверсифікації. Враховуючи податкові аспекти господарської діяльності, цей етап зумовлює відповідну дивідендну політику [8, с. 198].

Формування горизонтальних організаційних механізмів, які сприяють організації взаємозв'язків між основними напрямками діяльності і служать підставою для подальшої диверсифікації. Центр сприяє розвитку взаємозв'язків шляхом зміцнення співпраці підрозділів, формування структурних груп підрозділів, проведення відповідних змін у стимулюванні.

ВИСНОВКИ

Отже, міжфірмова взаємодія – це процес координаційного об'єднання ресурсів різних підприємств для забезпечення результативності їх операційної діяльності. Таким чином, утворення та активізація міжфірмової взаємодії підприємств відбуваються внаслідок наявності об'єктивної економічної зацікавленості власників або їх представників у покращенні результативності операційної діяльності – у зростанні економічної віддачі, від використання матеріальних, трудових та фінансових ресурсів. Суб'єктивною причиною виникнення міжфірмової взаємодії підприємств є інноваційний фактор, що зумовлює перерозподіл існуючих ресурсів та пошук джерел утворення додаткових ресурсів.

Закономірності міжфірмової взаємодії підприємств полягають у: по-перше, наявності відносин власності на капітал та засоби операційної діяльності; по-друге, здійсненні інституціональних та організаційних змін, що покликані вдосконалити виробничо-споживчі умови; по-третє, специфіку операційної діяльності, що обумовлюють внутрішні або міжгалузеві зв'язки, в процесі виробництва та споживання кінцевої продукції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Hagedoorn J. Understanding the rationale of the strategic technology partnering: interorganizational modes of cooperation and sectoral differences // *Strategic Management Journal*. 2007. — Vol 14. — P.371-385.
2. Buckley P. The Economic Theory of the Multinational Enterprise / Buckley P., M. Casson. — London: Macmillan, 1985. — 96 p.
3. Spekman, R. and L. Isabella, Alliance Competence. — London: John Wiley & Sons, 2000. — 567 p.
4. Aircraft & Airline Economics [Електронний ресурс]. — 10 p. — Режим доступу: http://www.adac.aero/Documents/.../18.7_Aircraft_and_Airline_Economics.pdf.
5. Астапова Г.В. Організаційно-економічний механізм корпоративного управління авіапідприємством на основі права трудової власності: моногр. [Текст] / Г. В. Астапова. — К.: НАУ, 2006. — 243 с.
6. Ареф'єва О.В. Методологічні проблеми управління та організації функціонування інтегрованих виробничих систем [Текст] / О.В. Ареф'єва: автореф. дис. д.е.н.: спец. 08.06.02. — Харків, 1998. — 40 с.
7. Денисов А. Ю. Экономическое управление предприятием и корпорацией [Текст] / А. Ю. Денисов, С. А. Жданов. — М.: «Дело и сервис», 2002. — 416 с.
8. Занг В.Б. Синергетическая экономика. Время и перемены в нелинейной экономической теории [Текст] / В.Б. Занг. — М.: Мир, 1999. — 355 с.