УДК 339.137.2

Орлова Ольга Леонидовна
студентка 1 курсы магистратуры
факультет менеджеров-международников
Всероссийская академия внешней торговли
Министерства экономического развития Российской Федерации
Россия, г. Москва
e-mail: orlovaolay15@gmail.com

Андреева Анна Александровна
студентка 1 курсы магистратуры
факультет менеджеров-международников
Всероссийская академия внешней торговли
Министерства экономического развития Российской Федерации
Россия, г. Москва

ПОНЯТИЕ И ПРОЯВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

Аннотация: *В данной статье рассматриваются особенности проявления конкурентного сотрудничества, приводятся конкретные примеры компаний, анализируются цели компаний при переходе к конкурентному сотрудничеству и т.д.*

Ключевые слова: конкурентное сотрудничество, компания, сделка, соглашение, договор, отрасль, партнерские отношения.

Orlova Olga Leonidovna
1st year master student
Faculty of International Managers
All-Russian Academy of Foreign Trade of the Ministry of Economic Development of the Russian Federation
Russia, Moscow

Andreeva Anna Alexandrovna
1st year master student
Faculty of International Managers
All-Russian Academy of Foreign Trade of the Ministry of Economic Development of the Russian Federation
Russia, Moscow

THE CONCEPT AND MANIFESTATION OF COMPETITIVE COOPERATION

Abstract: *This article examines the peculiarities of the manifestation of competitive cooperation, gives specific examples of the companies, examines the goals of the companies in the transition to competitive cooperation, etc.*
Keywords: competitive cooperation, company, transaction, agreement, contract, industry, partnership.

Конкурентное сотрудничество является результатом эволюции теорий конкурентных отношений.

Среди примеров конкурентного сотрудничества в современном мире можно выделить сотрудничество ТНК Micrsoft и Apple. Компании являются серьезными конкурентами на рынке IT- услуг и технологий. Однако обе фирмы достигли успешного сотрудничества в разработке продукции для платформ друг друга (например, выпуск офисного пакета Microsoft Office для ноутбука Apple Mac 2011). Сотрудничество Micrsoft и Apple привело к тому, что своим конкурентом они считают Google [1].

На сегодняшний день компании преследуют несколько целей при переходе к конкурентному сотрудничеству:

1) Желание компании расширить свою долю рынка;

2) Эффект синергии (эффект от совместного использования ресурсов выше, чем от индивидуального производства);

3) Выход на новые рынки;

4) Рост чистой прибыли.

Касательно типов конкурентного сотрудничества, в современном мире существует два вида:

1) Сотрудничество между компаниями, предполагающее заключение простых двусторонних сделок и формирование союзов между ведущими фирмами с целью расширения клиентской базы;

2) Сотрудничество отраслевых групп в виртуальной экономике.

Управление сотрудничеством первого типа не является сложным, часто служит базой для последующего слияния компаний. Фирмы, заключающие сделку, имеют одинаковые роли, лидер среди них отсутствует. Касательно

отраслевых групп, в конкурентном сотрудничестве присутствует доминирующий игрок. Примером второго типа может быть кооперация в одной сфере с компанией, которая одновременно является вашим жестким конкурентов в другой отрасли [2].

Стоит отметить, что при создании конкурентное сотрудничество возникает две модели бизнеса и управления: в первой модели образуется новая организация, часто некоммерческого характера, находящаяся в коллективном владении; во второй модели третья сторона привлекается для управления формально независимой сетью, что облегчает согласование и решение общих проблем [3].

Для связей с конкурентами, которые могут быть использованы во благо, используются такие приемы как:

1) Создание отраслевых ассоциаций, отвечающих за разработку единых стандартов качества в данной отрасли. В данном случае отраслевые компании не обязаны являться членами ассоциации, а клиенты не обязаны сотрудничать только с членами из ассоциации. Но за счет того, что интересы потребителей лучше защищены именно во взаимодействии с компаниями из ассоциации, клиенты отдают предпочтения им. Что касается компаний-членов, то ассоциации проводят совместные рекламные мероприятия;

2) Совместное проведение мероприятий с конкурентами;

3) Совместное продвижением интересов отрасли в государственных органах;

4) Реализация совместных научно-технических разработок для совершенствования отрасли в целом;

5) Договоры по совместному использованию технического оборудования. Примером может быть использование вышек компаниями мобильной связи;

6) Соглашения в области аутсорсинга, принимающие форму разового совместного выполнения заказа, либо же специализации, когда фирма

специализируется лишь на одном товаре, при этом заказывает производство другого типа товара под своим брендом у другой компании.

7) Договор о совместном обслуживание клиентов. Например, соглашение о роуминге [4].

Стоит учитывать, что конкурентное сотрудничество является рискованным процессом для компаний. Среди рисков выявляют ответные действия со стороны клиентов, негативная реакция покупателей, негативная рекламная кампания со стороны СМИ и сокрытие информации, если конкурент ведет двойную игру. Примером такой ловушки может быть ранее названное конкурентное сотрудничество компаний мобильной связи в России. Создав «Консорциум», компании не оставили недобросовестную конкуренцию. Имели случаи ценового сговора, внедрения идентичных тарифов. В связи с этим компании облагали санкциями [5].

Во избежание вышеназванных ситуаций, компаниям при конкурентном сотрудничестве стоит тщательно мониторить рынок, выстаивать доверительные отношения, формировать клиентоориентированность персонала.

Таким образом, конкурентное сотрудничество представляет собой партнерские отношения между компаниями из одной или нескольких отраслей и конечным потребителем. Участники данного сотрудничества могут создавать выигрышные ситуации для каждого из игроков, повышая прибыль и увеличивая роль на рынке. Однако стоит учитывать, что наряду с положительными чертами конкурентного сотрудничества, существуют риски, которые можно избежать при правильном управлении мониторинге рынка и стратегии компании.

Список литературы:

1. Королев В. И., Дикуль Е. В. Современная модель конкурентных отношений на внутреннем и внешнем рынках // Российский внешнеэкономический вестник. 2018. № 12. [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: http://www.rfej.ru/rvv/id/F0030F9D8/$file/115-125.pdf (дата обращения: 23.11.2020 г.).

2. Важенина И.С., Важенин С.Г. Конкурентное сотрудничество территорий в современном экономическом пространстве // Экономика региона. 2020. Т. 16. Вып. 2 [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentnoe-sotrudnichestvo-territoriy-v-sovremennom-ekonomicheskom-prostranstve/viewer (дата обращения: 23.11.2020 г.).

3. Мир климата холода. Сотрудничество конкурентов [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: https://mir-klimata.info/sotrudnichestvo-konkurentov/ (дата обращения: 23.11.2020 г.).

4. STUDFILES [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: https://studfile.net/preview/3348004/page:5/ (дата обращения: 23.11.2020 г.).

5. Инфопелия [Электронный ресурс]. // Режим доступа: URL: https://infopedia.su/20x565e.html (дата обращения: 23.11.2020 г.).