

**СЕТЕВОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В ПОВЫШЕНИИ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ:
СУЩНОСТЬ, ЗНАЧЕНИЕ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ
РАЗВИТИЯ**

Яшева Г. А., д-р экон. наук, профессор,
зав. кафедрой «Экономическая теория и маркетинг»;
Вайлунова Ю. Г. ст. преподаватель

Витебский государственный технологический университет
г. Витебск, Беларусь

В условиях глобализации социально-экономического пространства сетевое сотрудничество организаций является важным фактором повышения конкурентоспособности и эффективности экономики. Вследствие усиления международной конкуренции эффективность и конкурентоспособность предприятий Республики Беларусь снижается, поэтому для изменения их положения на рынке необходимо развивать сетевое сотрудничество с иными субъектами хозяйствования.

Вопросам формирования и развития сетевых структур, сетевого сотрудничества посвящены работы как зарубежных, так и российских ученых: Е. В. Дементьева, В. С. Катькало, Г. Б. Клейнера, Р. Коза, Б. З. Мильнера, В. В. Радаева, П. Зибера, Р. Майлза, Р. Патюреля, М. Райсса, Й. Рюэгг-Штюрма, Ч. Сноу, Д. Стоунхауса, О. Уильямсона, К. Эрроу и др. Отдельные аспекты рассматриваемой проблемы нашли отражение в исследованиях белорусских ученых: В. Байнева, Н. Богдан, В. Борисевича, Т. Вертинской, П. Никитенко, Л. Н. Нехорошевой, А. Томашевича, Г. А. Яшевой, В. Фатеева и др.

Обобщив существующие подходы к определению сетевого сотрудничества сформулируем следующее. Сетевое сотрудничество – это процесс установления длительных устойчивых формальных и неформальных отношений между субъектами делового сообщества, объединенными вертикальными и горизонтальными связями, основанными на добровольности, доверии и общих для делового сообщества целях, нормах, традициях, правилах, обычаях.

Принципами сетевого сотрудничества являются: добровольность вступления в деловое сообщество; взаимный интерес; равноправие

членов (в том числе на получение благ от делового сообщества); консолидация общих и индивидуальных целей; доверие между партнерами.

Сетевое сотрудничество отличается от отношений производственной кооперации тем, что оно включает не только вертикальные связи (поставщик – покупатель), но и горизонтальные, в том числе сотрудничество с конкурентами в области общих интересов (технического развития поставщиков, инвестиционной деятельности, образования, маркетинговых исследований и сбыта, защиты от внешних конкурентов и другое) и сотрудничество с учреждениями бизнес-услуг (образование, маркетинг, научные исследования).

Для обеспечения сетевого сотрудничества по факторам конкурентоспособности предлагаются следующие методы: по фактору «персонал» – создание новых образовательных структур (корпоративный учебный центр, образовательный кластер в регионе); по фактору «инновации» – создание технологической платформы «Инновационный текстиль»; для формирования конкурентных преимуществ по фактору «маркетинг» – реализация программ коопетиции (совместные маркетинговые исследования, продвижение продукции на внешние рынки, создание единых информационных сетей) [1, 2].

Таким образом, сетевое сотрудничество позволит достигать синергетического эффекта за счет взаимодействия, обеспечения согласованности и координации деятельности всех ее участников.

Список литературы

1. Вайлунова, Ю. Г. Институциональные методы стимулирования сетевого взаимодействия субъектов холдинга / Ю.Г. Вайлунова // Вестник Витебского государственного технологического университета. – 2016. – № 1(30). – С. 117–129.

2. Вайлунова, Ю. Г., Яшева, Г. А. Механизмы повышения конкурентоспособности текстильного и швейного производства Республики Беларусь на основе создания интеграционных структур / Ю. Г. Вайлунова, Г. А. Яшева // Инновации в текстильной промышленности / [авт. кол.: А. С. Дягилев, Н. Н. Самутина, О. М. Катович и др.]. – Витебск : УО «ВГТУ», 2016. – 222 с. – С. 177–197.