

**Н.Б. Филинов, Н.Н. Бек, Н.М. Владимирова**  
**Стратегические процессы компаний в международных бизнес-сетях**

Процессы глобализации и развитие информационно - коммуникационных технологий стирают границы между разными национальными рынками. Однако при расширении границ своего бизнеса компании сталкиваются с различными проблемами стратегического выбора и стратегического контроля, которые зависят от характера взаимодействия с партнерами в сети, отраслевых особенностей, различий в параметрах бизнес-культуры и организации стратегического управления на национальном и зарубежном рынке. Развитие глобальных рынков не только открывает новые поля деятельности для компаний, но и изменяют все организационные механизмы. Становление многих инновационных отраслей и активное использование инноваций привело к быстрому изменению потребностей покупателей, росту конкуренции, скачку издержек по поддержанию конкурентных преимуществ. В таких условиях многие компании осознали, что создать и удержать превосходство над конкурентами можно через построение долгосрочных стратегических альянсов с другими компаниями (Doz and Hamel, 1998). За последние 15 лет появилось значительное число публикаций, которые рассматривают различные аспекты сетевых отношений: классификации сетей (Меллер и Райала 2008), механизмы их формирования и управления (Меллер и Райала 2008), роль неформальных коммуникаций внутри сети (Hakansson and Ford 202). Однако, несмотря на большое число публикаций, посвященных проблемам кооперации, механизм включения сетевых отношений в стратегии компании практически не рассмотрен. В докладе будет предпринята попытка включить сетевые аспекты управления в стратегические процессы компании. В случае глобальной экспансии компания преодолевает границы роста внутри страны, реализуя свои конкурентные преимущества за её пределами, расширяя международную кооперацию и увеличивая объемы внешнеэкономических операций. Решения о расширении бизнеса за пределы национального рынка влияют на все уровни управления компанией – сетевой, корпоративный, бизнес – и функциональный (де Вит, Майер). К наиболее важным с позиции стратегического управления относятся решения двух видов: выбор степени стандартизации бизнес-операций на зарубежных рынках и организационно-правовой формы международных ее подразделений (дочерних компаний). Оба решения определяют необходимый уровень централизации функций головной компании и на зарубежных рынках, степень самостоятельности ее дочерних компаний, в том числе в решении вопросов формирования (участия) в сети. В докладе отражены результаты исследования Финских компаний, работающих в российском строительном секторе. Были выделены особенности стратегических процессов (решений и действий) компаний при расширении бизнеса за пределы национальных границ, исходя из определения бизнес-сети как модели взаимоотношений фирм и институтов. Факторы, влияющие на стратегический выбор стратегий глобализации и организационно-правовых форм их осуществления, установления и развития партнерских отношений при освоении зарубежных рынков, а также решений в части стратегического контроля международных подразделений (дочерних компаний), выделяются с учетом роли стратегического контекста. В качестве контекстных факторов рассматриваются национальные, региональные, отраслевые, внутриорганизационные условия ведения бизнеса. Исследование базируется на комплексе качественных и количественных методов анализа данных. Инструменты качественного анализа

включали в себя структурированные интервью с менеджерами высшего и среднего звена финских компаний строительного комплекса и их дочерних российских фирм, содержащие 40 вопросов по различным аспектам деятельности компаний, которые влияют на стратегический процесс. В дополнение к интервью были использованы внутренние документы компаний, а также вторичная информация: сайты компаний, материалы Всемирного Экономического форума и Всемирного банка.