Автомобиль көлігімен тауарларды жеткізуге қатысушылардың шарттық қатынастары.

Ірі кәсіпорын тұрғысынан фирмааралық кооперация қатынастарын құруда екі модель ерекшеленеді, олар жартылай чили әдебиетінде американдық және жапондық деп аталады. Американдық модель көптеген тұтынушылар мен орындаушылардың өзара әрекеттесуіне негізделген. Тапсырыс берушілерді таңдаудың негізгі критерийі-ұсынылған баға. Мұндай жүйе дамыған шағын кәсіпкерлікпен, Орындаушы фирмалардың инновациялық белсенділігімен, субконтракторлар үшін лизингтік қатынастардың қолжетімділігімен және т. б. тығыз байланысты. Американдық модель үшін Тапсырыс беруші мен орындаушы арасындағы қатынастар бір нақты тапсырыс шеңберінде құрылады және ұзақ мерзімді перспективада есептелмейді. Орындаушылардың кең ұсынысы Тапсырыс берушіге өз тапсырысын орындау үшін ең жақсы нұсқаны таңдауға мүмкіндік береді.

Әдетте ірі автомобиль жасау кәсіпорнында 2-2, 5 мың субконтрактор бар. Chrysler, Ford және General Motors сияқты американдық автомобиль алпауыттары бөлшектердің 1/3 бөлігінен сәл астамын өздері жасайды. Қалған құрамдас бөліктер мердігерлік шарттар шеңберінде жеткізіледі. Шағын және орта бизнес саласындағы өнеркәсіптік кооперацияның американдық моделінің дамуына либералды экономикалық саясат қана емес, сонымен қатар қорғаныс секторы үшін Мемлекеттік тапсырыстар жүйесі де ықпал етті.

Жапондық модель қолда бар өндірістік қуаттар мен технология деңгейіне байланысты субконтрактор кәсіпорындарының рейтингімен сипатталады. Жапонияда жеткізілім тізбегін басқарудың көп деңгейлі жүйесі қалыптасты: контрактор тапсырысты бірнеше субконтракторларға береді, олар өз кезегінде төменгі деңгейдегі субконтракторлармен ынтымақтасады. Жапондық ірі автомобиль жасау кәсіпорнында орта есеппен 300-400 субконтрактор бар.

Бірінші деңгейдегі субконтракторлармен тікелей ұзақ мерзімді қатынастар орнатылады. Nissan және Toyota сияқты жапондық автомобиль алпауыттары пайдаланылған компоненттердің 1/4 бөлігінен сәл астамын өз бетінше өндіреді, қалғандарын субконтрактілік тапсырыстар бойынша алады. Субконтракторларды іріктеу критерийлері, ең алдымен, баға

емес, сапа, өнімнің техникалық үйлесімділігі, серіктестердің сенімділігі болып табылады.

Әдетте келісімшарт өнімнің белгілі бір моделін шығару кезеңіне жасалады және егер серіктес Тапсырыс берушіні қанағаттандырса, болашақта ұзартылады. Бағаға келетін болсақ, жапондық дизайнерлер субконтракторлар арасындағы бәсекелестікті ұйымдастыру арқылы оны құлату идеясынан бас тартты.

Өнеркәсіптік кооперацияның жапондық моделінің ерекшелігі-ірі тапсырыс берушілер мен кішігірім орындаушылардың тығыз өндірістік-техникалық интеграциясы. Жапондық кооперация моделі салалық және салааралық кластерлерді қалыптастыруға мүмкіндік береді, бұл оның американдық модельге қарағанда сөзсіз артықшылығы.

Жапондық автомобиль концерндері көптеген жеткізушілермен ұзақ мерзімді тығыз қарым-қатынасты қалайды және аз ғана жеткізушілер "әр жағдайда"жүгінеді. АҚШ-та жағдай керісінше.

Ұсынылған өнеркәсіптік кооперацияның екі моделін талдай отырып, сарапшылар Жапонияның автомобиль өнеркәсібі АҚШ-тың автомобиль өнеркәсібімен салыстырғанда 300-600 доллар тұрады деген қорытындыға келді."өндірілген автомобильге үлкен пайда (бұл сандар Шетелдегі жапондық компаниялардың филиалдары үшін де расталды).