

Олійник Анастасія Василівна, магістрантка 1 курсу,
Гродський Сергій Вікторович, к.е.н.,
старший викладач кафедри міжнародної економіки,
маркетингу і менеджменту

СТРАТЕГІЧНІ АЛЬЯНСИ І МОДЕЛІ СПІВПРАЦІ У ГЛОБАЛЬНОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ

Міжнародним економічним співтовариством однозначно підтверджено позитивні результати для компаній, які активно беруть участь у стратегічних альянсах, які виражаються у зростанні рентабельності капіталу, показнику віддачі на інвестиції та більшій успішності бізнесу, порівняно з інтеграцією через злиття та поглинання.

Частіше за все міжорганізаційні утворення виникають, коли організації шукають нових способів підвищення ефективності та конкурентних переваг, водночас уникаючи ринкової невизначеності та ієрархічної жорсткості.

У табл. 1 представлено основні форми міжорганізаційних відносин, що найбільш повно охарактеризовані в теоретичній та дослідницькій літературі.

Таблиця 1

Форми міжорганізаційних взаємин (за матеріалами фахової літератури)

Форми співпраці	Характеристика
А	В
Ринкові угоди	Співпраця між організаціями, що реалізується лише через механізм ціноутворення
Лобізм	Короткострокові міжфірмові коаліції, члени яких координують свої зусилля, щоб впливати на формування державної або регіональної політики
Групи галузевої стандартизації	Ради представників певної галузі, робота яких спрямована на досягнення згоди організацій-учасниць про прийняття технічних стандартів для виробництва та торгівлі
Субпідряд	Взаємозв'язок компаній, де субпідрядники ведуть переговори щодо довгострокових цін, виробничих інтервалів та графіків поставок
Ліцензування	Одна компанія надає іншій право використовувати запатентовані технології або схеми виробничих процесів в обмін на роялті і платежі
Франчайзинг	Франчайзер надає франчайзі можливість використовувати елементи фірмової ідентичності у певному регіоні, але зберігає контроль над ціноутворенням, маркетингом та стандартами сервісу

Продовження таблиці 1

А	В
Картель	Змова великих корпорацій стримувати конкуренцію, спільно контролюючи виробництво та / або ціни в конкретній галузі
Стратегічні угоди про співпрацю	Договірні бізнес-мережі, засновані на спільному багатосторонньому стратегічному управлінні, де партнери співпрацюють над ключовими стратегічними рішеннями та розподіляють відповідальність за результати роботи
R&D консорціум	Міжфірмова угода щодо співробітництва в галузі досліджень та розробок, яка, як правило, формується в динамічних високотехнологічних сферах
Кооператив	Союз малих підприємств, який об'єднує, координує та управляє колективними ресурсами
Участь у капіталі	Покупка однією фірмою мажоритарного або міноритарного пакету акцій іншої фірми
Спільне підприємство	Дві або більше фірм створюють юридичну особу на правах спільної власності, яка служить конкретним цілям свої засновників, наприклад, НДПКР або активізації маркетингу
Ієрархічні взаємини	Через поглинання чи злиття одна фірма повністю контролює активи іншої та координує її дії на правах власника

Головним критерієм, за яким побудована ця класифікація, є зростання рівнів інтеграції та формалізації управління співпрацею між компаніями. Говорячи про управління, ми маємо на увазі комплекс механізмів правового та соціального контролю для координації та захисту інтересів партнерів альянсу, розподілу їх обов'язків та винагород за результатами спільної діяльності. Таким чином, у верхній частині табл. 1 представлені спільні операції на ринку, які не вимагають постійного співробітництва, координації чи співпраці між сторонами. У нижній частині, натомість, відображено ієрархічні відносини, в яких одна фірма здійснює повний контроль, об'єднуючи активи та персонал інших суб'єктів бізнесу в єдине підприємство. Між ними містяться форми стратегічних альянсів – «гібриди», які поєднують різні ступені ринкової взаємодії та бюрократичної інтеграції.

На думку науковців [1], розвиток стратегічних альянсів сьогодні зумовлений наступними причинами:

1. Ринок є швидкоплинним і динамічним, а партнерські відносини значно підвищують швидкість реагування на його зміни;

2. Поінформованість і рівень запитів споживачів зростає, і жодна організація не має необхідного повного досвіду для забезпечення їх якнайкращого обслуговування;
3. Партнерство може забезпечити сумарне зростання і оптимізований розподіл витрат на НДПКР;
4. Альянси полегшують доступ на світові ринки.

Зважаючи на це, впродовж останніх десятиліть спостерігається справжній бум найрізноманітніших альянсів у всьому світі та в різних галузях промисловості. Наведемо лише кілька прикладів:

1. Прагнучи зарекомендувати себе потужною силою на європейському та японському ринках, компанія «Nasdaq» створила спільне підприємство з компанією «SSI Technologies of Indi» для розробки Інтернет-торгової та маркетингової системи і запуску «Nasdaq Europe» та «Nasdaq Japan»;
2. У лютому 2001 р. компанії «Coca-Cola» та «Procter&Gamble» оголосили про створення спільного підприємства вартістю 4,2 млрд. дол. США, яке мало на меті використання великої системи розподілу «Coca-Cola», щоб збільшити ринкове охоплення і скоротити час для виведення на ринок продуктів P&G «Pringles» і «Sunny Delight»;
3. EPOST - перша у світі система національної безпечної електронної пошти, яка є альянсом між Банком Монреалю та корпорації «Canada Post»;
4. «Star Alliance» - наймасштабніший приклад партнерства в авіаційній галузі; ним охоплено понад 130 країн і більше 815 напрямків, з загальним доходом для партнерства у сумі понад 63 млрд. дол.;
5. «Hewlett-Packard» і «NTT DoCoMo» створили партнерство для проведення спільних досліджень щодо розвитку технології мобільних телефонів четвертого покоління, об'єднавши мережеву інфраструктуру HP і комп'ютерні сервери з бездротовою широкосмуговою технологією «DoCoMo» [2].

Таким чином, у глобалізованому світі стратегічні альянси допомагають організаціям задовольняти потреби клієнтів, зростати та ставати більш успішними у конкурентному середовищі. Головним результатом альянсів стають інновації – інноваційні стратегії, які розробляються в межах цієї співпраці, повинні бути належним чином впроваджені та узгоджені з цілями кожного учасника. Щоб бути успішним і вижити в умовах конкуренції на ринку, більшість великих та середніх фірм обирають шлях стратегічних альянсів у тій галузі, в якій вони працюють, утворюють крос-індустріальні альянси, а деякі навіть укладають угоди з НДО, щоб зміцнити свою репутацію та добре ім'я. Отже, для виживання на висококонкурентному ринку створення стратегічних альянсів є тим шляхом, який дозволяє одержати підтримку та переваги від учасників ринку, а також розділити з ними ризики та витрати.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Шульженко Л. Є. *Стратегічний альянс: визначення та ознаки* / Л. Є. Шульженко // *Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля.* – 2012. – № 1 (172). – Ч. 1. – С. 171-175.