

УДК 658.114.2

Р.С. Куропятник, ассистент*Севастопольский национальный технический университет**ул. Университетская 33, г. Севастополь, Украина, 99053**E-mail: kuropyatnik-rita@yandex.ru***УТОЧНЕНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ СТРАТЕГИЧЕСКИХ АЛЬЯНСОВ**

Рассматриваются теоретические вопросы сущности и видов стратегических альянсов в экономике.

Ключевые слова: стратегический альянс, фирма, вертикальная интеграция, конкурент.

Постановка проблемы. На современном этапе развития экономики для достижения наилучшего результата в бизнесе независимые компании объединяются в стратегические союзы, получившие название – альянсы. Эффективность такого рода объединений достигается за счет концентрации ресурсов, снижения издержек, равномерного распределения рисков, а также устранения дублирования функций. Актуальность стратегические альянсы приобретают на фоне их довольно быстрого роста, но при этом недостаточной изученности процессов их формирования и функционирования. Новизна при изучении стратегических альянсов заключается в их отличии от традиционной формы интеграционного взаимодействия хозяйственных субъектов – слияния и поглощения. Поэтому необходимо сформулировать определение стратегических альянсов, подчеркивающее их индивидуальность.

Анализ последних достижений и публикаций. Стратегический альянс как достаточно успешная форма ведения бизнеса вызывает интерес у многих ученых-экономистов. Среди зарубежных авторов можно назвать Питера Ф. Друкера, М. Портера, Р. Уоллеса, А. Томпсона, П. Дюссожа и Б. Гаррета, в работах которых освещены вопросы сущности альянсов, целей их создания, представлены классификации данной формы объединений, приведено множество примеров стратегических альянсов в мировой практике. В российской и украинской науке также уделяется внимание данному вопросу. Так в работах Петрова А.Н., Карпухиной Е.А., Долгорукова А.М., Иванова Ю.В., Когута Б., Зининой Н.А., Ноздревой Р.Б. и других ученых говорится о роли стратегических альянсов в процессе глобализации, международном бизнесе, принципах их формирования, видах.

Нерешенные части общей проблемы. В научных публикациях, посвященных вопросу формирования стратегических альянсов нет четкого определения данного понятия. Также недостаточно освещены вопросы эффективности функционирования, срока существования и последствий образования альянсов.

Цель исследования. Конкретизация рассматриваемых аспектов, которая предполагает научное обобщение, сопоставление и резюмирование основных понятий.

Изложение основного материала. Стратегические альянсы как качественно новая форма интеграционного взаимодействия хозяйственных субъектов получили широкое распространение в конце XX века и на сегодняшний день характеризуются бурным ростом.

Современные ученые по-разному трактуют понятие стратегического альянса. По мнению А.М. Долгорукова, стратегический альянс – «это соглашение о кооперации двух или более независимых компаний для достижения определенных стратегических целей» [1].

Ю.В. Иванов альянсом называет договор между компаниями о проведении общей финансовой политики.[2]

П. Дюссож и Б. Гаррет определяют стратегические альянсы как «взаимодействие двух или нескольких фирм для выполнения проекта или проведения деловых операций в определенной области путем координации необходимых знаний и ресурсов совместно, в отличие от самостоятельных действий или от слияний между ними» [3].

Н.А. Зинина, считает, что стратегический альянс – это деловые отношения между организациями, в рамках которых они разделяют риски, объединяют свои сильные стороны, интегрируют бизнес-функции для достижения взаимной выгоды [4].

Ноздрева Р.Б. в своем определении под стратегическими альянсами понимает общность компании, которые заключают соглашение о сотрудничестве в рамках четко оговоренных сфер деятельности, в основном с целью совместного завоевания новых рынков сбыта и продвижения продукции и услуг [5].

Анализируя данные определения, можно сказать, что стратегические альянсы являются результатом комплексной межфирменной кооперации с определенной специализацией и концентрацией ресурсов для получения взаимной выгоды.

Следует обратить внимание, что стратегические альянсы основаны на объединении фирм, что отличает их от других форм межфирменной кооперации, при которых фирмы осуществляют сотрудничество без создания совместных предприятий. Во-вторых, стратегические альянсы – это результат объединения независимых фирм, т.е. объединения фирм без перехода права собственности

(контроля) от одной компании к другой, в отличие от результата слияния и поглощения, при котором сотрудничество между компаниями перерастает в сотрудничество внутри укрупненной компании, рассматриваемое уже в рамках внутрифирменного разделения труда.

Стратегические альянсы являются одним из способов международной экономической интеграции на микроуровне. Всего известно 4 формы данной интеграции:

- горизонтальная интеграция – объединение фирм через механизм слияния и поглощения;
- конгломерация – разновидность горизонтальной интеграции – объединение фирм, ничем не связанных (ни производственно, ни по сбытовой ориентации), кроме факта принадлежности к одной и той же системе финансового контроля;
- вертикальная интеграция – объединение независимых фирм, которые хотят завершить проект, используя при этом знания, материалы и другие ресурсы друг друга;
- диверсификация – объединение независимых фирм, которые намерены заняться специфическим родом производства, используя при этом знания, материалы и другие ресурсы друг друга.

Как видно из определений, создание стратегических альянсов выражает собой процесс либо вертикальной интеграции, либо диверсификации. Различают 2 типа стратегических альянсов: создаваемые между неконкурирующими и конкурирующими компаниями. Последние, в свою очередь, подразделяются на подтипы, представленные в таблице 1.

Таблица 1 – Типы, подтипы и формы интеграции стратегических альянсов

Типы стратегических альянсов	Подтипы стратегических альянсов	Формы интеграции
Создаваемые между неконкурирующими компаниями	Транснациональные совместные предприятия	Вертикальная интеграция
	Партнерства	Вертикальная интеграция
	Межотраслевые альянсы	Диверсификация
Создаваемые между конкурирующими компаниями	Интеграционные альянсы	Вертикальная интеграция
	Комплементарные альянсы	Вертикальная интеграция
	Международные консорциумы	Вертикальная интеграция

Рассмотрим далее более подробно примеры стратегических альянсов, создаваемых между неконкурирующими компаниями.

1. Транснациональные совместные предприятия – тип стратегического альянса, при котором одна из фирм разрабатывает тот или иной продукт, который она пытается распространить за рубежом, а вторая предлагает привилегированный доступ к национальному рынку выбранной страны. В сложившихся условиях с помощью альянса иностранный партнер и его продукция могут открыть для себя новый рынок, а местному партнеру предоставляется продукт (товары, услуги), который нужно будет реализовать. Для иностранной компании транснациональное совместное предприятие является альтернативой как учреждению своего филиала в данной стране, так и обыкновенному экспорту продукции. Для местной компании транснациональное совместное предприятие является альтернативой, с одной стороны, импорту товаров иностранного производства, а с другой — разработке и выпуску в местных условиях похожей продукции с возможным экспортом ее в третьи страны. Иностранные предприятия при создании транснационального совместного предприятия исходят, прежде всего, из понимания того факта, что местные партнеры лучше ориентируются на своем национальном рынке, а это очень важно для успешного распространения той или иной продукции. Нередко именно данное условие служит решающим фактором в пользу создания транснационального совместного предприятия. В конечном счете, транснациональные совместные предприятия являются одной из наиболее проверенных временем классических схем экономической кооперации.

2. Партнерства. Подобные партнерские отношения устанавливаются между компаниями, действующими в двух смежных секторах так называемой «цепочки производства» и образуют между ними отношения поставщика и клиента. Вертикальные партнерские отношения следует рассматривать в качестве альтернативы как обыкновенным договорам о поставке между поставщиком и клиентом, так и полной вертикальной интеграции. Данный вид партнерства считается одной из форм частичной вертикальной интеграции, поскольку предприятие не переходит в полное распоряжение своего внешнего поставщика (или клиента), выбранного среди других на рынке, но и не стремится к тому, чтобы стать производителем и, следовательно, конкурентом, т.е. самостоятельным предприятием в отрасли.

3. Межотраслевые соглашения. Данный вид партнерских отношений заключаются между компаниями, которые не только относятся к различным секторам экономики, но и выпускают продукцию, не связанную единой «производственной цепочкой». В целом для установления тесных взаимоотношений между этими компаниями нет никаких причин, поскольку они не вступают друг с другом ни в конкурентные отношения, ни в отношения «поставщика — клиента» и могут развиваться исключительно в рамках своей производственной деятельности. Однако в том случае, если эти компании собираются расширить свою производственную деятельность, они заключают межотраслевые соглашения. Образование межотраслевых стратегических альянсов преследует одну цель: один партнер хочет облегчить свое вхождение в производственную отрасль, в рамках которой действует второй партнер. Поэтому такие альянсы можно рассматривать в качестве альтернативы и диверсификации при развитии такого партнера (новичка в данной отрасли) и приобретения им компании, уже действующей в данном секторе. Основная проблема при установлении подобных межотраслевых соглашений заключается в том, что партнер-новичок стремится быстро освоить новые технологии, тогда как партнер-ветеран данной отрасли пытается как можно быстрее развивать используемые им технологии. Первый заинтересован в постоянном сокращении разрыва между партнерами в области технологий, а второй заинтересован в сохранении подобного разрыва и в перспективе, чтобы выгодная для него ситуация, которая возникла в начале их взаимоотношений, т.е. зависимость, сохранялась. Следует отметить, что наибольшее число межотраслевых соглашений заключается с целью взаимного дополнения производственных операций партнерских компаний либо само по себе развитие технологий и рыночные тенденции вынуждают сочетать потенциал компаний, которые до этого могли обойтись друг без друга. Заключая подобные межотраслевые соглашения, компании рассчитывают добиться эффекта коммерческой и технологической синергии.

Как уже отмечалось, стратегические альянсы могут быть созданы фирмами-конкурентами. Такие союзы, как правило, отличаются двойственностью отношений, установленных между партнерами, поскольку их взаимоотношения характеризуются одновременно и соперничеством, и сотрудничеством. Отсюда возникает целый ряд проблем, так как слишком слабый уровень сотрудничества может мешать реализации общих целей, тогда как излишняя открытость организационной структуры может ослабить позицию одной из партнерских компаний, которые все еще остаются конкурентами. С помощью альянса фирм-конкурентов партнеры могут сообща усилить свои позиции по отношению к другим компаниям, например другим конкурентам, поставщикам, клиентам и даже государствам. Таким образом, эти альянсы рассматриваются в рамках так называемых реляционных стратегий и, по мнению специалистов, считаются современной формой экономического объединения.

Далее обратимся к примерам стратегических альянсов, создаваемых между конкурирующими компаниями.

1. Интеграционные альянсы – тип стратегического альянса, при котором компании совместно разрабатывают и/или производят одну из комплектующих частей продукта, целиком производимого самостоятельно каждой из них. Главная преследуемая цель при этом – достижение «критической точки» в осуществлении той или иной производственной функции или при производстве той или иной комплектующей без привлечения внешнего поставщика. При этом конкуренция готовой продукции между фирмами сохраняется. Организационно это достигается путем распределения исследовательских программ и процессов по разработке продукта и создания общего предприятия для его производства. Наиболее часто такой тип альянса встречается в автомобильной, электронной промышленности, приборостроении, в сфере информационных технологий.

2. Комплементарные альянсы – тип стратегического альянса, основанный на взаимном дополнении маркетингового потенциала компаний. Наиболее распространенная организация деятельности таких альянсов состоит в том, что образуется совместный филиал для сбыта продукта.

Создание комплементарных альянсов в большинстве своем предполагает, что на рынке, в достаточной степени освоенном какой-либо компанией, последняя будет распространять продукцию, разработанную фирмой-конкурентом. В данном случае преследуется цель коммерциализации на своем рынке сбыта каждым из партнеров продукта, первоначально разработанного и произведенного другим партнером, который является его конкурентом. При этом удастся избежать прямой конкуренции в силу некоторой разницы между дополняющим продуктом и продукцией партнера-дистрибьютора. Такие альянсы в основном создаются на двусторонней основе в телекоммуникационной, фармацевтической, автомобильной, пищевой отраслях промышленности.

3. Международные консорциумы – тип стратегического альянса, при котором компании совместно решают конкретную задачу, реализуют программу, осуществляют крупный проект. Как правило, консорциумы создаются для высококачественного исполнения сложных и дорогостоящих заказов, требующих консолидации усилий и средств научно-технических, производственных, обслуживающих и финансовых компаний, способных совместно решить поставленную перед ними задачу.

Такое многообразие типов еще раз говорит о достаточно широком распространении стратегических альянсов, как в национальном, так и международном бизнесе и подводит к необходимости уточнения определения данного понятия.

Итак, стратегические альянсы – это особая форма взаимодействия между независимыми компаниями, которые совместно осуществляют какой-либо проект или вид деятельности, концентрируя при этом свои знания и ресурсы с целью сокращения издержек, снижения рисков, завоевания рынков сбыта и продвижения продукции и в результате получения взаимной выгоды.

Политика альянса базируется на системном подходе, который предопределяет выработку четких принципов учета собственных достоинств и недостатков и разработку модели синергетического эффекта.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Стратегический альянс является достаточно сложным экономическим образованием. В его рамках для достижения стратегических целей происходит концентрация ресурсного потенциала и накопленного опыта, но при этом компании-участники остаются независимыми. Проявления и типы альянсов многообразны, в связи с чем, процесс их создания требует особого внимания. Уточнение теоретических аспектов стратегических альянсов дает возможность в дальнейшем рассматривать вопросы особенностей функционирования, сроков действия альянсов, оценивать их экономическую целесообразность, влияние на экономику.

В будущем автор планирует продолжать изучение стратегических альянсов, в частности, их формирование и деятельность в Украине.

Библиографический список

1. Долгоруков А.М. Стратегическое искусство – Целеполагание в бизнесе / А.М. Долгоруков. — М.: ООО «ИС-Пабблишинг», 2004. — 363 с.
2. Иванов Ю.В. Слияния, поглощения и разделение компаний: стратегия и тактика трансформации бизнеса / Ю.В. Иванов. — М.: Альпина Паблишер, 2001. — С. 19.
3. Гаррет Б. Стратегические альянсы: пер. с англ. / Б. Гаррет, П. Дюссож. — М.: ИНФРА-М, 2002. — 332 с.
4. Зинина Н.А. Сущность финансов / Н.А. Зинина // Вестник ВлГУ: эл. сб. науч. тр. — Владимир, 2007. — Вып. 18.
5. Ноздрева Р.Б. Стратегические альянсы в международном бизнесе / Р.Б. Ноздрева // Менеджмент в России и за рубежом. — 2002. — № 6.
6. Уоллес Р.Л. Стратегические альянсы в бизнесе. Технологии построения долгосрочных партнерских отношений и создание совместных предприятий / Р.Л. Уоллес. Пер. с англ. — М.: Добрая книга, 2005. — 288 с.

Поступила в редакцию 14.04.2010 г.