

УДК 338: 300.341.1

Н.Д. МАХНОВСЬКА, Т.О. ЖУРАВЛЬОВА

Одеський національний університет ім. І.І. Мечникова

Ю.О. ЖАДАНОВА, А.Д. ПЕТРАШЕВСЬКА

Одеська національна академія ім. О.С. Попова

СТРАТЕГІЧНИЙ АЛЬЯНС ЯК ПЕРЕДУМОВА СТВОРЕННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ КЛАСТЕРІВ

У статті розглянуто сучасні напрями формування стратегічних альянсів в умовах міжнародної економіки. Визначено характерні риси стратегічного альянсу, розглянуто процеси творення операційної та фінансової синергії, яка дає змогу кількісно та якісно збільшити економічний потенціал інтегрованої структури

Ключові слова: стратегічний альянс, глобалізація, кластер, партнерство.

Глобалізація світової економіки, розширюючи розміри ринку збуту, збільшуючи число потенційних клієнтів, дає підприємствам можливість поставляти на ринок «глобальний» товар, що дозволив би задовольнити потреби будь-якого покупця незалежно від його національності. Таке розуміння ситуації є перевагою для одних компаній і загрозою для інших. Це обумовлено тим, що світова інтеграція економіки крім необмежених можливостей для розвитку фірми приносить також світові економічні кризи, глобальну конкуренцію, погоню за освоєнням нових технологій. На сьогоднішній день технологічний процес, а точніше, та швидкість, з якою одна технологія змінює іншу, є однією з основних проблем для будь-якого підприємства. Число наукових розробок й їхня вартість збільшуються, а результати досліджень залишаються непередбаченими. До того ж чим вище співвідношення між витратами на дослідження й розміром торговельного обороту, тим менше строк життя виробленого продукту. Це, у свою чергу, зменшує шанси підприємства отримати прибуток від вкладених інвестицій.

В даних умовах вирішенням проблеми невизначеності економічної ситуації можуть стати стратегічні партнерства. Насамперед вони дозволяють розділити ризиковану й науково-дослідну роботу між партнерами, що, у свою чергу, дає можливість збільшити число перспективних ідей для дослідження й сполучати різні функції. Також стратегічні партнерства можуть стати одним із способів для досить швидкого й значного збільшення розміру ринку збуту продукції.

Таким чином, глобалізація економіки й технологічна еволюція значно вплинули на зовнішнє середовище компаній й сприяли появі стратегічних партнерств, так як в умовах світового об'єднання займатися освоєнням тільки свого ринку – значить поставити на карту саме існування підприємства.

Об'єкти та методи дослідження

Об'єктом дослідження являється процес створення та впровадження стратегічних альянсів як основа національної кластеризації економіки України в умовах розвитку інтеграційних процесів. Проблематика створення стратегічних альянсів розглядається в дослідженнях багатьох авторів, зокрема в працях С. Шаврука, М.Л. Лучко, Р. Зіменкова, Є. Романова, Г. Сталінської, А. Шипілова та інших [4]. В даний час стратегічні альянси стали відомими інструментами, що широко використовуються в діловому співробітництві. Стратегічні альянси довели свою важливість не тільки для національного, але і для міжнародного бізнесу, а також і в цілому для економіки залучених до них держав. Розвиток альянсів і партнерських відносин набув в даний час і досягне в майбутньому набагато більшого розквіту, чим було

в минулому. Багато фірм, що раніше рідко вступали в альянси, тепер створюють їх регулярно. Так, наприклад, американська American Telephone and Telegraph (ATT) і англійська корпорація British Telecom об'єдналися і створили підприємство телефонного зв'язку. Територія, де діє нове об'єднання, охоплює Північну і значну частину Південної Америки, Європи, Азії й Океанії (близько 200 країн і територій). За оцінками, річний оборот об'єднання складає 10 млрд. дол., а щорічний прибуток перевищує 1 млрд. дол. [3].

Однак на цей час залишилось ще багато не вирішених питань, серед яких слід відзначити необхідність обґрунтування організаційно-економічних основ створення та застосування стратегічних альянсів в Україні.

Постановка завдання

На сьогоднішній день у світовій практиці досліджено значну кількість різноманітних типів співробітництва компаній, що розрізняються залежно від цілей, характеру господарських відносин між їхніми учасниками, ступеня самостійності підприємств які об'єднуються. А з розвитком таких наук, як інформатика, а також телекомунікаційні системи, умови спілкування настільки спростилися, що організації розкидані по різних частинах світу, можуть спільно вести будь-яку діяльність.

Такою організаційною формою являються кластери, проте їхнє створення можливе лише завдяки дослідженню та формуванню стратегічних альянсів, тому метою статті є теоретичне та методичне обґрунтування організаційно-економічних основ створення кластерів на прикладі стратегічних альянсів та оцінки впливу кластера на підвищення ефективності та конкурентоспроможності учасників кластера в умовах розвитку інтеграційних процесів.

Результати та їх обговорення

Стратегія створення альянсів – це один із способів поширення діяльності фірми на нові ринки, придбання технічного ноу-хау й поліпшення конкурентної позиції. Дійсною перевагою даного об'єднання компаній є не його тривалість, а одержувана кожним партнером вигода від нього. Альянси стають альтернативою операціям з продажу прав на ліцензію філіям, настільки непрактичним через ту кількість часу, яку необхідно витратити на їхнє оформлення. А також дорогим угодам злиття й поглинання, небезпечним через свій «зворотній» ефект, коли об'єднані підприємства втрачають свою індивідуальність.

Насамперед необхідно зауважити, що існує дуже багато визначень поняття «стратегічний альянс», що викликано неоднозначністю сутності і багатоманітністю ракурсів, з яких воно може розглядатись. У широкому значенні до стратегічних альянсів відносяться функціональні угоди про участь в активах зі створенням нової організації (наприклад, спільні підприємства) і без утворення нової організації (обмін акціями, придбання частки участі).

Проведені дослідження свідчать, що стратегічний альянс являє собою ділові відносини між організаціями, у рамках яких вони розділяють ризики, поєднують свої сильні сторони й інтегрують бізнес функції для досягнення взаємної вигоди. Кожний з партнерів є окремою особою, на відміну від злиття, при якому поєднуються активи осіб.

Аналізуючи сучасні альянси між компаніями в різних країнах світу й галузях економіки можна виділити кілька категорій партнерств, які практично нічим не нагадують один одного. Насамперед

необхідно провести розходження між партнерськими відносинами, установленими компаніями, які не належать одній й тій же галузі й внаслідок цього не є безпосередніми конкурентами, і альянсами фірм-конкурентів. В останньому випадку перед підприємствами встає цілий ряд специфічних проблем. Це насамперед проблеми, пов'язані з антимонопольним законодавством, і проблеми, що виникають у відносинах між партнерами-конкурентами.

Можливі шляхи стратегічного розвитку компанії розділяють на три види, які наведені на рис.



Напрямки стратегічного розвитку фірми

Інтернаціоналізація – це такий розвиток виробничої діяльності компанії, при якому вона освоює нові географічні ринки. Вертикальна інтеграція – розвиток виробничої діяльності компанії, при якому вона освоює галузі економічної діяльності її постачальників або споживачів. Диверсифікація – розвиток виробничої діяльності компанії, при якому вона освоює нові для себе галузі, не зв'язані прямо з її виробництвом. Ці три стратегічні програми звичайно використовуються або при «зовнішньому», або при «внутрішньому» розвитку компанії. Три основні категорії партнерств неконкуруючих фірм у точності відповідають трьом основним шляхам стратегічного розвитку: – транснаціональні спільні підприємства; вертикальне партнерство; міжгалузеві угоди.

У рамках транснаціональних спільних підприємств партнерські відносини встановлюються між компаніями, що перебувають у різних країнах. Один з партнерів розробляє той або інший продукт, що він намагається реалізувати за кордоном, а другий уже має у своєму розпорядженні привілейований доступ до національного ринку обраної країни. Компанії, що діють у двох суміжних секторах виробничого процесу, утворюють між собою вертикальні партнерські угоди. Це значить, що вони вступають між собою (або можуть вступити) у відносини постачальника й клієнта. Дані угоди варто розглядати як альтернативу звичайним договорам про поставку між клієнтом і постачальником, що укладаються у рамках ринку, так і повної вертикальної ієрархічної інтеграції. Ці партнерства вважаються однією з форм часткової вертикальної інтеграції, оскільки підприємство не переходить у повне розпорядження свого зовнішнього постачальника (або клієнта), але й не прагне до того, щоб стати виробником й, отже, конкурентом, тобто самостійним підприємством у виробничій галузі своїх постачальників. Міжгалузеві угоди укладаються між підприємствами, які не тільки не ставляться до різних секторів, але й випускають не зв'язану єдиним виробничим процесом продукцію. Для встановлення тісних взаємовідносин між цими компаніями немає ніяких причин, оскільки вони не вступають один з одним ні в конкурентні відносини, ні у відносини постачальника-клієнта й можуть розвиватися винятково в рамках своєї виробничої діяльності.

Однак у тому випадку, якщо ці компанії збираються розширити свою виробничу діяльність, вони укладають міжгалузеві угоди. Вони можуть укладатися для полегшення входження одного з партнерів у виробничу галузь, у рамках якої діє другий партнер. Тому такі альянси можна розглядати як альтернативу диверсифікації.

Особливою формою стратегічних альянсів являються кластери. Взаємовідносини між партнерами характеризуються одночасно суперництвом й співробітництвом. Крім того, останнім часом активно застосовується антимонопольне законодавство, що пропонує дуже тверді обмеження. З одного боку, альянси фірм конкурентів являють собою договірні відносини, що можуть повністю усунути конкуренцію між партнерами й підсилити їх позиції стосовно інших компаній. Ці партнерства розглядаються в рамках так званих реляційних стратегій й вважаються сучасною формою економічного об'єднання. Альянси можуть також як і раніше розглядатися в термінах конкурентної боротьби, оскільки й у цій новій формі взаємодії можна побачити конкуренцію між компаніями, що виступають у ролі партнерів. Той факт, що багатьом альянсам вдається досягти поставлених перед ними цілей, не приховує наявності стратегічної складової в діях окремих партнерських підприємствах. Адже за успіхом спільного проекту може ховатися ослаблення одного з партнерів, залежність одних партнерів від інших, котра виявляється в надзвичайно короткий термін. Крім цього, успіх альянсу може покласти початок серйозної конкуренції між колишніми партнерами.

Зважаючи на деякі спільні ознаки стратегічних альянсів і кластерів, зробимо висновок, що *кластер є однією із форм стратегічних альянсів більш локального характеру* [7].

Відносно новою формою партнерства, яку компанії почали активно використовувати в останні десятиліття є транскордонні *стратегічні альянси*. Якщо на початку виникнення альянсів найбільш розповсюдженими були двосторонні транснаціональні стратегічні альянси, то нині компанії об'єднуються у інноваційні мережі транскордонних стратегічних альянсів, що включають декілька (інколи навіть десятки) фірм-учасниць. Участь у таких мережах є значною перевагою, оскільки надає компаніям доступ до ресурсів, досвіду і знань партнерів із споріднених або суміжних галузей.

Треба відмітити, що в законодавстві України не існує поняття стратегічного альянсу або просто альянсу. Тому діяльність різного роду партнерств підприємств регулюється переважно Законами України «Про підприємства в Україні», «Про зовнішню економічну діяльність», «Про спеціальний режим інвестиційної та інноваційної діяльності технологічних парків» та Господарським кодексом. Основну увагу необхідно приділити терміну об'єднання. Згідно з Законом України «Про підприємства в Україні» він має наступне значення – підприємства мають право на добровільних засадах об'єднувати свою виробничу, наукову, комерційну та інші види діяльності, якщо інше не передбачено законодавством України. (Абзац перший пункту 1 статті 3 із змінами, внесеними згідно із Законом № 2409-III від 17.05.2001) [1]. Рішення про створення об'єднання (установчий договір) і статут цього об'єднання погоджуються з Антимонопольним комітетом України в порядку, визначеному чинним законодавством. (Пункт перший статті 3 доповнено частиною четвертою згідно із Законом № 82/95-ВР від 02.03.95). Діяльність спільних підприємств у високотехнологічних галузях, за співробітництвом з технологічними парками України регулює Закон України «Про спеціальний режим інвестиційної та інноваційної діяльності технологічних парків» та Державна цільова економічна програма «Створення в Україні інноваційної інфраструктури» на 2009–2013 рр. [2].

Такі підприємства функціонують у спеціальному податковому режимі. Підприємства з участю юридичних осіб і громадян України та юридичних осіб і громадян інших держав можуть мати на території України у власності майно, необхідне для здійснення діяльності, визначеної установчими документами, якщо інше непередбачено законодавчими актами України. (Згідно ст. 46, ЗУ «Про власність»). Проте необхідно відмітити, що існує досить багато недоліків власне у законодавстві, тому що головною проблемою регулювання господарських відносин на сьогодні є недовіра норм законодавства та їх незастосування у реальній практиці.

Таким чином, сфера для вдосконалення законодавчої бази України у галузі регулювання стратегічних альянсів є досить широкою, але головний акцент треба робити на підвищенні ефективності виконавчого апарату.

Висновки

Важливо зазначити, що в Україні при створенні економічних об'єднань таких, як стратегічні інфокомунікаційні альянси, більші переваги будуть мати компанії, що розміщені у прикордонних територіях. Це стосується логістичних шляхів, митного контролю, економії витрат часу, що буває дуже важливим при створенні таких союзів.

Отже, створення стратегічних альянсів та їхній міжнародний обмін досвідом дозволить суттєво підвищити рівень співробітництва, а також економічний та інноваційний потенціал не тільки окремих компаній-членів союзів, а й територій, на яких вони розміщені через налагодження виробничих зв'язків, розвиток інфраструктури, забезпечення зайнятості населення, розширення ринків збуту та можливість налагодження між територіальних та міждержавних зв'язків.

Список використаної літератури

1. Закон України «Про підприємства в Україні»//Відомості Верховної ради України. –1992. – №24.
2. Державна цільова економічна програма «Створення в Україні інноваційної інфраструктури» на 2009-2013 рр., затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 14 травня 2008 р. №447: [Електронний ресурс]. Режим доступу <http://www.minjust.gov.ua/0/14482>
3. Чепурда Л.М. Економіка та організація діяльності об'єднань підприємств. Навч. Пос.– К.: ВД «Професіонал», 2005.–272с.
4. Махова Г.В. Стратегічні альянси підприємств як засіб реалізації інновацій / Г.В.Махова, М.І.Дяченко // Вісник Хмельницького національного університету. – Хмельницький, 2008. – № 3 (Т.2).– С.54–57
5. Антонова К.А. Государственно-частное партнерство: – современные подходы [текст] / Антонова К.А. // Экономика и управление. – СПб., 2010. – №3 (53). С. 49–51.
6. Бутенко Л.М. Організаційно-економічний механізм розробки та впровадження стратегії диверсифікації діяльності: Автореф. Дис. канд. екон. наук: 08.00.04 / КНЕУ.– К.,2011. – 20 с.
7. Махновська Н.Д. Стійкий розвиток регіонів України на базі кластеризації: колективна монографія/– Дніпропетровськ: ІМА – прес, 2012.–280с.
8. Єдиний державний реєстр підприємств та організацій України//Офіційний веб – сайт Державного комітету статистики України www.ukrstat.gov.ua.

Стаття надійшла до редакції 18.10.2012

Стратегический альянс как предпосылка создания национальных кластеров

Махновская Н.Д., Журавлева Т.А.

Одесский национальный университет им. И.И. Мечникова

Жаданова Ю.А., Петрашевская А.Д.

Одесская национальная академия связи им. А.С. Попова

В статье рассмотрены современные направления формирования стратегических альянсов в условиях международной экономики. Определены характерные черты стратегического альянса, рассмотрены процессы создания операционной и финансовой синергии, которая позволяет количественно и качественно увеличить экономический потенциал интегрированной структуры

Ключевые слова: стратегический альянс, глобализация, кластер, партнерство.

Strategic alliance as a precondition of national clusters creation

Machnovska N., Kzhuravlyova T.

I.I. Mechnikov Odessa National University

Khadanova U., Petrashevskaya A.

Odessa National A.S. Popov Academy of Communications

In the article modern directions of forming of strategic alliances are considered in the conditions of international economy. Certainly the personal touches of corporate alliance, the processes of creation of operating-room are considered and financial synergy, which allows in number and high-quality to increase economic potential of computer-integrated structure.

Keywords: strategic alliance, globalization, cluster, partnership.