

ТРАНСФОРМАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ СТРАТЕГИЧЕСКИХ АЛЬЯНСОВ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

TRANSFORMATION OF INTERNATIONAL STRATEGIC ALLIANCE IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION

A. Buzovich

Summary. In this article, the author analyzed the nature, types and motives for creating international strategic alliances in the context of globalization. The features of the goals and objectives of alliances in the modern world economy are revealed, and examples of their effective activity in various areas of business are given. In the process of analysis, key modern trends in the transformation of international strategic alliances were identified. The relevance of this topic is due to the growing interest of companies to integrate this type, since for the domestic economy such associations may become a new format of dynamic economic development.

Keywords: international strategic alliances, competition, synergy..

Бузович Анастасия Игоревна

Аспирант, ассистент, Российский университет дружбы народов
buzovich1@yandex.ru

Аннотация. В данной статье автор проанализировал сущность, виды и мотивы создания международных стратегических альянсов в условиях глобализации. Раскрыты особенности целей и задач альянсов в современной мировой экономике, приведены примеры их эффективной деятельности в различных сферах бизнеса. В процессе анализа выявлены ключевые современные тенденции трансформации международных стратегических альянсов. Актуальность данной темы обусловлена возрастающим интересом компаний к интеграции подобного типа, поскольку для отечественной экономики такие объединения могут стать новым форматом динамического экономического развития.

Ключевые слова: международные стратегические альянсы, конкуренция, синергия.

За последнее время в условиях глобализации широкое распространение в международном бизнесе получили стратегические альянсы как наиболее перспективные формы сотрудничества между компаниями. Как правило, они создаются для обмена накопленным опытом и внутренним потенциалом, формирования собственной высокоэффективной конкурентоспособной бизнес-среды и основаны на совместном использовании и развитии своих производств путем объединения ресурсов компаний, создавших альянс.

По мнению известного отечественного ученого в сфере международного менеджмента И.Г. Владимировой, под понятием «международный стратегический альянс» можно понимать долгосрочное соглашение между несколькими компаниями из разных государств по сотрудничеству в области сбыта продукции, научных исследований и конструкторских разработок, производства продукции, технологического развития и пр. [3, с.15].

Сегодня международные стратегические альянсы — это не только инновационный вид глобальной бизнес-интеграции, но и обеспечение значительными преимуществами на рынке товаров и услуг через взаимное проникновение инноваций. Поэтому для отечественных бизнес-организаций данная форма сотрудничества представляется очень перспективной и потенциально высокоприбыльной [1, с. 146].

На современном этапе развития мирового рынка в ученой среде нет единого подхода и понимания по вопросам сущности и границ стратегических альянсов (далее — СА). Среди форм таких СА можно встретить виды с наименьшей степенью интеграции — объединение только одного-двух видов мощностей отдельных компаний, и виды с высокой степенью интеграции, что зачастую приводит к слиянию или поглощению компаний. Так, по мнению А. Дубровского, существует два основных вида международных СА:

- ◆ ассоциация или альянс без права собственности;
- ◆ правовой (акционерный) альянс [8, с. 1385].

Ученый отмечает, что если в первой форме СА компании объединяются ради достижения конкретных поставленных целей, то во втором случае возможна смена статуса компаний из-за слияния их капиталов, собственности, эмиссии акций и пр. Невзирая на такое важное различие, обе формы таких трансграничных соглашений принято сегодня называть международными стратегическими альянсами.

И.Г. Владимирова считает, что наиболее важными признаками для классификации международных СА являются:

- ◆ характер интеграции: горизонтальные, вертикальные, родовые и конгломератные;
- ◆ национальная принадлежность компаний: внутренние, экспортные, импортные, совместные;

- ◆ отношение компаний к слияниям: враждебные и дружественные;
- ◆ способы объединения: корпоративные альянсы, корпорации, производственные и финансовые слияния;
- ◆ условия слияния компаний: на паритетных, основаниях, не на паритетных основаниях, с образованием нового юридического лица, поглощения;
- ◆ механизм слияния: 1) с присоединением активов и обязательств; 2) с присоединением некоторых активов и обязательств; 3) покупка акций [3, с. 65].

Очень важным аспектом обоюдного сотрудничества между компаниями при создании СА является конфиденциальность их взаимодействия. Стороны ради достижения определенных преимуществ перед конкурентами могут засекретить данные о будущей форме, структуре, капитале и прочих параметрах нового СА.

Отметим, что международные СА по своей сути значительно превосходят региональные или даже национальные альянсы. Выход компаний на международную арену и формирование там устойчивых финансово-хозяйственных связей с компаниями других стран является их важным и эффективным преимуществом. Такая совместная рыночная деятельность направлена на то, чтобы:

- ◆ повысить экономическую эффективность компании на рынке;
- ◆ повысить имидж и репутацию компании;
- ◆ улучшить общий уровень деятельности компании путем обоюдного обучения и многостороннего сотрудничества [5, с. 4].

При этом формирование СА может содействовать значительному снижению рисков от потенциальных конкурентов, но не отменять конкурентную борьбу внутри него. Очень часто компании, объединившись ради достижения конкретной цели, могут конкурировать между собой, что представляет собой необычный тип отношений в СА, называемый коопетицией, когда компании прилагают совместные усилия для разработки продукта, но при этом делят рынок. Данное явление может происходить как с согласия сторон-участников СА, так и тайно, с нарушением обязательств сторон. Поэтому распад СА вследствие таких действий или же достижения поставленной цели является наиболее распространенным способом его прекращения. Кроме того, нельзя рассматривать поглощение и слияние как положительный эффект от СА — наоборот, это свидетельствует об экономической слабости одного из участников бывшего альянса.

Известный экономист Е.В. Паламаренко также отличает СА от оперативных коммерческих альянсов. К примеру, не могут называться полноценными стра-

тегическими альянсами закупочные, франчайзинговые и аутсорсинговые соглашения, потому что они не имеют основных признаков СА — нацеленности на долговременное партнерство в тех областях и сферах бизнеса, которые имеют стратегическое значение [7, с. 67].

Отметим, что ключевой особенностью существования СА, без сомнения, является стремление всех его участников получить свою собственную выгоду, обеспечить дальнейшее улучшение позиций на национальном и международном рынках и противодействовать конкурентным силам. Также важным преимуществом СА для всех компаний-участников является увеличение устойчивости компаний к кризисам и возможность противостоять в случае их возникновения. Так, при нехватке собственных оборотных средств их может восполнить на время партнер. Вместе с тем, отметим и негативный момент такого сотрудничества в случае недостаточных финансовых возможностей или если компании зависимы в финансовом аспекте друг от друга слишком сильно — при кризисе компании не смогут оказать взаимопомощь, а только усугубят позиции друг друга [2, с. 32].

Важным условием для динамичного развития любого международного СА является наличие у хотя бы одного участника альянса полного цикла исследований в данной отрасли, лабораторных опытов, высокотехнологичных проектов. Конечно же, при этом существенно возрастают расходы на НИОКР, но и значительно возрастают возможности компании и, соответственно — прибыль [7, с. 71].

Важным преимуществом какой-либо компании в альянсе является возможность использовать ресурсы, знания и опыт своего партнера по СА. Поэтому такое сотрудничество всегда будет для данной компании выгодным и полезным.

Тенденции к динамическому количественному росту международных стратегических альянсов восходят к 1980 — началу 1990-х гг., когда наметилось существенное увеличение СА, образованных в основном американскими и японскими компаниями. И если еще в 1980 году в мире насчитывалось 65 СА, то уже в 2015 году — более трех с половиной тысяч. Наиболее популярными сферами создания альянсов стали авиация, автомобилестроение, нефтегазовая промышленность, финансы и банковское дело [9, с. 103].

На сегодняшний день международные стратегические альянсы получили в мире, особенно в развитых странах Запада, очень широкое распространение. Наиболее часто создание СА наблюдается в США, Японии и странах Западной Европы. Главными причинами, побуждающими известные компании с мировым именем прибегать к заключению таких альянсов, стали усиление

конкурентной борьбы, ускоренное технологическое развитие и, конечно же, процессы глобализации. Поэтому еще одна цель создания СА — стремление к региональному, национальному или глобальному доминированию в определенных сфере и сегменте рынка.

Важным позитивным моментом существования современных международных СА является постоянно возрастающая эффективность деятельности. В процессе взаимодействия компаний в альянсе изучаются опыт, сильные и слабые стороны партнера, возможные преимущества от дальнейшего длительного сотрудничества и т.д. Иначе говоря, как утверждает А. М. Зобов, «... альянсы в этом случае выполняют важнейшую функцию расширения интеллектуального капитала компаний, знакомства с другой научной, технологической и организационной культурой...» [6, с. 57]. Кроме того, Г. Харламова, например, считает, что одной из главнейших целей создания международного СА является резкое возрастание возможностей и умений участников противостоять кризисным проявлениям в экономике [9, с. 106].

Также международные стратегические альянсы ввиду явного синергетического эффекта становятся наиболее ценными видами международного сотрудничества. Соединенные в процессе совместной деятельности знания, умения и возможности каждого участника СА после объединения могут многократно возрасти — знания порождают новые знания, а приток новых идей в совокупности с взаимопомощью помогает дальнейшему динамическому успешному развитию. Синергетика в новосозданном международном СА дает возможность укрепить свои позиции и преимущества на своем, местном рынке. Все это побуждает компании-партнеры еще больше вкладывать средств и сил в создание новых ценностей и снижение рисков банкротства. Все вышеперечисленное является стратегическим следствием функционирования международных СА [4, с.171].

По мнению автора, часто создание международного СА является для некоторых сугубо национальных компаний единственной возможностью для выхода на зарубежные рынки. Например, для компаний, у которых отсутствует опыт работы за рубежом, нет должной юридической, экономической, финансовой подготовленности. Партнерство с заграничными компаниями может стать своеобразным толчком для дальнейшего развития.

Конечно же, в компаниях могут изначально существовать приблизительно одинаковые возможности для ведения бизнеса, но создание альянса, в случае успешного проведения объединения нужных мощностей и качественного сотрудничества в некотором смысле суммирует этот опыт и трансформирует его в принципиально новое качество, дающее участникам СА большие преимущества перед конкурентами.

Таким образом, можно сделать вывод, что не только желание усилить свои позиции после объединения движет большинством компаний. Сегодня, когда срок существования даже успешных фирм в среднем составляет около 7–8 лет, формирование конкурентных международных стратегических альянсов может стать инструментом, с помощью которого можно через консолидацию ресурсов и успешное противостояние конкурентам намного продлить «жизнь» компании. Происходящие изменения в структуре рынка, динамика технологических изменений, глобализационные процессы могут стать и вовсе разрушительными для тех компаний, кто не успел вовремя модернизировать свою структуру производства, управления и финансирования. Поэтому для таких компаний стратегический альянс приобретает большую важность.

Итак, на основе вышеизложенного можно выделить ряд особенностей, которые отличают современные СА от их предшественников 20–30 лет назад:

- ◆ формирование большинства СА в высокотехнологических и наукоемких сферах экономики — фармацевтика, IT, энергетика, финансы, автомобилестроение, транспорт;
- ◆ сосредоточение промышленных альянсов в сфере новых исследований и инноватики, а также коллективное продвижение товаров и услуг;
- ◆ продолжение увеличения числа международных СА в мире [1, 145].

То безусловное преимущество, которое получают участвующие в международном альянсе компании, повышает на порядок их конкурентоспособность, улучшает позиции на региональных и национальных рынках, а также восстанавливает их ликвидность на глобальном рынке. Именно поэтому международные СА так важны, актуальны и являются неотъемлемой частью современной экономики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алексеев А.Н., Тришин А. А. Стратегический альянс: сущность и цели создания // Вестник Университета Российской академии образования— 2016.— № 2.— С. 144–147.
2. Ботнарюк М. В. Формирование стратегических альянсов в условиях глобализации экономики: институциональный аспект // Мировая экономика.—2011.— № 12.— С. 29–33.

3. Владимирова И. Г. Международный менеджмент: учебник. М.: Кнорус, 2017. — 237 с.
4. Дюссож П., Гарриет Б. Стратегические альянсы. — М.: Инфра-М, 2002. — 352 с.
5. Зинина Н. А. Сущность альянсов // Вестник ВлГУ. — 2007. — № 18. — С. 3–5.
6. Зобов А. М. Стратегические альянсы: проблемы и тенденции // Вестник Московского университета. Сер. 24. Менеджмент. 2009. — № 1. — С. 43–59.
7. Паламаренко Е. В. Особенности становления и развития международных стратегических альянсов // Институт торговой политики НИУ ВШЭ. Торговая политика. Tradepolicy— 2018. — № 3/15. — С. 65–79.
8. Dubrovski D. Strategic Partnership and Equity Alliances in the Function of Crisis Prevention and Elimination // Modern Economy. — 2016. — Vol. 7. — No. 12. — P. 1385–1395.
9. Kharlamova G., Balan V., Kukhta P. Partner Choice Multi-Criteria Model at the Strategic Business Alliances Forming // Revista Economică. 2016. — Vol. 68. — No. 1. — P. 103–124.

© Бузович Анастасия Игоревна (buzovich1@yandex.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»



Российский университет дружбы народов