

УДК 334.758

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АЛЬЯНС КАК ФОРМА ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ КОМПАНИИ

*Рогачева А.И., студентка 4 курса экономического факультета
Научный руководитель – Иванова Н.А., к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО Ульяновский ГАУ*

Ключевые слова: стратегический альянс, компании, объединение, стратегия.

В данной статье рассмотрены сущность стратегических альянсов и отражение их на конкретных примерах.

Стратегический альянс представляет собой документ о соединении нескольких компаний, для создания и достижения конкретных коммерчески целей, направленных на получения синергии соединенных и взаимодополняющих стратегических ресурсов фирм. Стратегические альянсы представлены наиболее перспективной формой интеграции фирм. Существует такое мнение, что в 21 веке они трансформируются в главное средство конкурентных войн. Решение альянсов предполагает собою один из наиболее эффективных и недорогих линий осуществления глобальной стратегии.

Рассмотрим четыре разновидности стратегических альянсов (рисунок 1) [2].

Основными особенностями стратегических альянсов можно выделить следующее:

1. Данные договора о совместной работе между фирмами, идущие дальше обычных рейдерских действий, но никак не доводящие дело до слияния фирм. Имеются существенные отличия между стратегическими союзами, основанными в долговременных взаимоотношениях партнеров, и партнерскими отношениями, так как тип отношений имеет ограниченный период и применяется с целью определенных планов или целей. Обыкновенные контрактные взаимоотношения, как правило, не подразумевают формирования отношений в дальнейшем;

2. Стратегические альянсы формируются на базе горизонтальной межфирменной кооперации, а еще среди компаний, занимающиеся в



Рисунок 1 - Виды стратегических альянсов

смежных областях деятельности и владеющими и взаимодополняющими технологиями и навыками;

3. Текущий тип хозяйственной кооперации базируется на решении среднесрочных либо долговременных, двухсторонних либо многосторонних договоров;

4. В стратегический альянс имеют все шансы вступить не только лишь поставщики и покупатели, но и соперники альянса;

5. Альянс, не может выступать как юридическое лицо;

6. Когда нет необходимости в альянсе, они распадаются, так как создаются на определенный срок;

7. Компании могут состоять не только в одном стратегическом альянсе, а в нескольких;

8. Стратегические альянсы воздействуют на конкуренцию: соединившиеся компании, ориентируют свои усилия в большей степени против единых соперников, нежели против друг друга;

Выделим основные мотивы, по которым компании входят в альянсы [1]:

1. Производственные мощности являются едиными. Для компании вступившей в альянс, данный мотив является одним из главных, так как не у всех компаний есть желаемые производственные мощности, которые необходимы для получения более высокой прибыли, поэтому они могут воспользоваться производственными мощностями другой компании, состоящей в альянсе.

2. Общая разработка и производство технически сложной продукции. Данный мотив облегчает работу каждой компании, потому что в альянсе есть возможность объединения в «мозговой центр» для разработки какой либо идеи или сложной продукции.

3. Выход на рынок, где уже имеются рыночные структуры, и сложился определенный менталитет. Этот мотив позволяет предприятию выйти на новые рынки сбыта, на которые он не мог попасть до вступления в альянс, так же он сможет увеличить свои конкурентные преимущества, которые помогут им увеличить прибыль и извлечь возможности с целью улучшения в будущие периоды.

4. Достижение экономии на масштабах производства. Эффект экономии от масштабов производства возникает тогда, когда по степени роста объема производства продукции снижается средняя величина издержек на одну единицу продукции. Другими словами, рост объема способствует более рационально пользоваться ресурсами компании [4].

Компании-партнеры предпочитают альянсы не только лишь согласно причине способности извлечения большей прибыли и наибольшего контроля на рынке, а также в силу того что, что результат такого объединения способен предоставить фирме дополнительную эластичность в многочисленных вопросах и позволит сформировать существующий потенциал. Такая эластичность, приобретенная за счет достижения новых навыков и знаний, даст возможность компании зайти на новый рынок и диверсифицировать деятельность и риски. Мотивы в целях участия фирмы в альянсе исключительно персональные, для любой компании, владеющей своими характеристиками и нуждами.

В настоящий период примеров успешных стратегических альянсов бесспорно много. Опыт роли российских фирм в международных стратегических альянсах отнюдь не так огромен, как в иных государствах с развитой экономикой. Однако, стратегические альянсы представлены наиболее многообещающей конфигурацией объединения фирм. Решение альянсов предполагает собою одну из более стремительных и дорогостоящих линий при осуществлении глобальной стратегии компании.

Библиографический список

1. Агапова, Е.Ю. Особенности формирования международных стратегических альянсов крупнейшими нефтегазовыми корпорациями России / Е.Ю. Агапова // Проблемы и перспективы управления экономикой и маркетингом в организации. – 2014. – №19. – С.29-32.

2. Иванова, Н.А. Менеджмент: учебное пособие для студентов факультета агротехнологий, земельных ресурсов и пищевых производств / Н.А.Иванова, Е.А. Смирнова.-Ульяновск: УГСХА им. П.А. столыпина, 2016.- 208с.
3. Королев, В.И. Предпосылки образования и формы развития стратегических альянсов / В.И. Королев, Е.В. Королева // Менеджмент в России и за рубежом. – 2013. – №9. – С. 36-40.
4. Смирнова, Е.А. Экономика: учебное пособие / Е.А. Смирнова, Н.А. Иванова.- Ульяновск: УГСХА им. П.А. Столыпина, 2016.-140 с.
5. Дозорова, Т.А. Методологические основы разработки стратегии развития регионального АПК // Проблемы и перспективы развития менеджмента в России и за рубежом. Материалы Всероссийской научно-практической конференции 2-3 ноября 2016 г. – Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2016. – С.609-613.
6. Дозорова, Т.А. Программно-целевое регулирование развития малого предпринимательства в сельском хозяйстве / Т.А. Дозорова // Аграрный потенциал в системе продовольственного обеспечения: теория и практика. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Ульяновск: УГСХА им. П.А. столыпина, 2016. – Часть 1. - С.218-225.
7. Dozorov, Alexander Vladimirovich. Photosynthesis productivity of soybean / Alexander Yuryevich Naumov, Yulia Mansurovna Rakhimova, Tatiana Alexandrovna Dozorova // Research Journal of Pharmaceutical, Biological and Chemical Sciences.- 2016.- Tom 7,№ 5. -С.2706-2713.

STRATEGIC ALLIANCE AS A FORM OF IMPLEMENTATION OF THE STRATEGIC GOALS OF THE COMPANY

Rogacheva A.I.

Key words: *strategic alliance, company, fssociation, strategy.*

This article considers the essence of strategic alliances and their reflection on concrete.