

Треба відзначити, що на українському ринку керівники зі стратегічним мисленням не рідкість, але це не гарантує їм успіху. Керуючі власники з підприємницькою звичкою мислення часто орієнтуються на короткий і швидкий результат з мінімальними витратами. Вони самі не дають можливості керівникам зі стратегічним мисленням реалізуватися.

Отже, стає зрозуміло, що знайти менеджера зі стратегічним мисленням недостатньо, важливо створити умови для реалізації стратегічних ідей, розвивати в команді топ-менеджменту, в цілому на підприємстві стратегічне мислення та стратегічно мислячих працівників.

## СТРАТЕГІЧНІ АЛЬЯНСИ

*Айрапетян Д.А.*

*Науковий керівник – Оболенцева Л.В., канд. екон. наук, доцент*

В процесі світової глобалізації кожна компанія для того, щоб залишатися на ринку і мати стабільність та розвиватися, повинна обрати певний шлях, одним з яких може бути – поєднання компаній в альянс. Альянс дає змогу доволі швидко вийти на світовий ринок і не вкладати великі кошти.

Стратегічні союзи мають найбільш потенційну форму організаційних об'єднань. Вважається, що вже в нашому столітті такі союзи стануть головною зброєю і перевагою в конкурентній боротьбі. Для досягнення конкурентних переваг та цілей компанії, її стратегія має реалізовуватися з дотриманням двох умов: найдешевше та найшвидше, саме таку можливість дає укладання альянсу.

Стратегічним альянсом вважається угода про співпрацю організацій, що виконують більше, ніж за боргових операцій, та менше ніж злиття чи поглинання фірм. Компанія може не обмежуватися участю в одному стратегічному альянсі, вона може бути учасником декількох одночасно.

Альянс не може бути самостійною, окремою юридичною одиницею. Альянс – шлях виходу на ринок, який на сьогодні є найменш обмеженим в чинному законодавстві. В стратегічному альянсі можуть приймати участь не лише постачальники та клієнти, а й конкуренти.

При формуванні альянсу напрямки боротьби конкурентів змінюються, тобто конкуренти стають партнерами і поєднуються в союзи, спрямовують спільні сили на боротьбу з іншими учасниками ринку.

За допомогою альянсу компанія зберігаючи незалежність може зміцнити та закріпити своє положення на ринку в глобальній конкуренції.

Таке об'єднання як стратегічний альянс укладається на середньострокових і довгострокових умовах, та на умовах двосторонності або багатосторонності.

Стратегічні альянси мають три основні форми:

Пряма співпраця – найпоширеніша форма альянсу, при якій учасники залишаються без пайової участі.

Спільні підприємства – форма альянсу, при якій учасники створюють новий бізнес і виступають партнерами, зі спільним володінням і спільним управлінням власністю.

Міноритарні інвестиції – форма альянсу, при якій сталі, розвинуті компанії в ході корпоративних венчурних стратегій вкладають кошти в малоді інноваційні фірми.

Партнери стратегічного альянсу узгоджують функції, такі як координація стратегічного планування та управління діяльністю та її учасниками, між собою, що дозволяє їм погодити довгострокові відносини, які вигідні для кожного з учасників.

Стратегічні альянси мають переваги: орієнтованість на майбутнє, рухливість та вільність для учасників, обмін знанням, забезпечують більшу стабільність в ресурсах, розподіляють продукцію і послуги, зменшують невизначеність і неясність у відносинах учасників.

Але в той же час, така співпраця також має недоліки. Кожна компанія має свої мотивацію, цілі, задачі і т.д., але вони можуть не лише відрізнятись, а й бути протилежними, тому питання ефективної координації між незалежними компаніями є складним завданням, яке потребує багато часу, численних зустрічей, сил, великої кількості людей, для того щоб визначити, що необхідно залишити у своїй власності, а що розділити і в якому вигляді угода буде діяти.

Отже, успішність такого союзу залежить від його учасників і їхнього вміння поважати інтереси партнерів, від їхньої спроможності працювати разом і ризикувати, від спроможності домовлятися про нову взаємовигідну спільну роботу і про її формування.

Стратегічні альянси позитивно впливають на національні економіки та їхній розвиток, сприяють концентрації знань та їх використанню, прискоренню та розвитку комерціалізації інновацій.

Підсумовуючи результати дослідження питання стратегічних альянсів, можна сказати, що вступаючи в альянс, кожна компанія переслідує свої стратегічно важливі цілі, основними і головними є: розширення ринку, шляхи до нових точок збуту; отримання інформації і знань, нових технологій і інновацій; отримання більшого виробництва і маркетингу, економія на масштабах.