

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ АЛЬЯНСІВ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

доц. Харченко М.О.,
студентка гр. Емс-41/2с Шеверницька В.Л.
Сумський державний університет (Україна)

В сучасних умовах глобалізації, для того щоб адаптуватись до нового ринкового середовища, підприємства все частіше об'єднуються в стратегічні союзи, так звані альянси, в межах корпоративних форм бізнесу. Такі об'єднання розкривають більше можливостей для досліджень в інноваційній сфері, зокрема модернізації виробництва, спільних маркетингових проектів, логістичних операцій та ін..

Стратегічні альянси (strategicalliance) – коаліційна організаційна форма зовнішньоекономічної діяльності фірм, сутність якої полягає у використанні комплексів зовнішньоекономічних заходів, головним чином неінвестиційного характеру, з метою отримання довгострокових переваг через координацію на різних рівнях ринкової і виробничої діяльності з корпораціями, що входять до стратегічного альянсу, зниження виробничих і реалізаційних витрат і підвищення конкурентоспроможності [1].

Дослідження української бізнесової практики показують, що в останні роки все частіше вітчизняні компанії стають учасниками стратегічних альянсів.

Перші альянси підприємств в Україні з'явилися на початку 2000-х років і їх формування було пов'язано із пошуком політичного заступництва в органах влади.

На сучасному етапі найбільш поширеними в Україні є альянси в машинобудівній промисловості (лідером української автомобільної промисловості по кількості спільних проектів є Запорозький автомобілебудівний завод. Складальне виробництво активно розвиває компанія «Єврокар»).

Значна кількість стратегічних альянсів характерна для фармацевтичної індустрії (серед лідерів такі вітчизняні компанії як Дарниця, Артеріум, Фармак, Борщагівський ХФЗ та інші).

Одними з найбільш перспективних для формування стратегічних альянсів підприємств аналітики на основі західного досвіду вважають банківський та страховий сектори. У світовій практиці страхові компанії є основними учасниками альянсів, що обумовлено наявністю у них значних обсягів довгострокових капіталів, потребою ефективного їх використання та необхідністю диверсифікації діяльності та підвищення рівня рентабельності [2].

В цілому, можна визначити такі основні тенденції у формуванні альянсів українськими підприємствами [3]:

Перша стосується цілей компаній - учасників альянсів. Альянси національного характеру здебільшого формуються з метою економії витрат у різних сферах діяльності - виробництво, маркетинг, збут. Українські підприємства, знаючи місцевий ринок, забезпечують закордонним компаніям полегшені схеми збуту продукції, дешеву робочу силу, розширення географічних ринків, а собі - можливість реалізації продукції під маркою підприємства - партнера і відповідно, досить часто, позиціонування вітчизняного підприємства як частини іноземної компанії.

По-друге, перспективи формування та функціонування стратегічних альянсів підприємств в Україні визначаються економічними, юридичними, політичними, а також соціальними умовами ведення бізнесу в країні. Стримують поширення альянсів політична нестабільність, непрозорість законодавства, низький рівень залучення фінансових та стратегічних інвесторів, нерівність умов конкуренції на ринках та інші проблеми, що характерні для української економіки.

По-третє, значна кількість альянсів в Україні формується підприємствами однієї галузі, більшість з яких є високоприбутковими, із значним внутрішнім рівнем конкуренції. Менше розповсюдження отримали альянси між підприємствами, що діють у різних сферах економіки, але прогнозується поширення альянсів у страховому та банківському секторах.

Таким чином, альянси як сучасний інструмент стратегічного управління є засобом для досягнення мети і підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах прискорення глобалізації світових економічних процесів. Аналіз практики формування альянсів українськими компаніями та ідентифікація ключових факторів їх ефективного функціонування визначає проблемне поле подальших досліджень.

1. Внешнеэкономический толковый словарь / Под. ред. И. П. Фоминского. – М.: Инфра – 2000. – 503 с.
2. Махова Г.В. Практика формування стратегічних альянсів підприємств в Україні: [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://economica.org.ua/2011/praktika-formuvannya-strategichnix-alyansiv-pidpriyemstv-v-ukraini/>
3. Махова Г.В. Стратегічні альянси підприємств в Україні: передумови формування та перспективи розвитку: [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://economica.org.ua/2011/strategichni-alyasni-ua/>.

Харченко, М.О. Основні тенденції розвитку альянсів підприємств в Україні [Текст] / М.О. Харченко, В.Л. Шеверницька // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції імені проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 27 травня 2015 р. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, М.М. Петрушенка. - Суми : СумДУ, 2015. - С. 177-178.