

Vladislav Vostrikov,
post-graduate,
The Russian Presidential Academy of
National Economy and Public Administration,

Competitive Advantages of High-Tech Companies Strategic Alliances

Keywords: economics, alliance, high-tech companies, innovation, competitive advantages

Annotation: strategic alliances role in Russian economy development and their competitive advantages are being considered

В экономической науке альянс понимается как «союз, объединение нескольких организаций, предприятий на долговременной основе» (1, p.23). В условиях глобализации и интернационализации, политических вызовов, быстрого изменения экономической конъюнктуры на внешних и внутренних рынках, возрастающей конкуренция и необходимости обладания в ней передовыми знаниями и технологиями, они становятся оптимальной формой межфирменной интеграции и организации бизнеса. В 2012 году 30% доходов всех компаний в мире было получено в условиях стратегических альянсов, основная часть которых включает высокотехнологичные производства (4).

Необходимость их формирования и развития, как условие преодоления низкой конкурентоспособности отечественной экономики, обозначена в целом ряде законодательных актов последних лет, а так же в итоговом докладе о результатах экспертной работы ведущих отечественных экономистов по актуальным проблемам социально-экономической стратегии России на период до 2020 года «Стратегия – 2020: Новая модель роста - новая социальная политика».

Потребность высокотехнологичных компаний в создании альянсов обусловлена сложным капиталоемким и наукоемким производством, поэтому их эффективное развитие возможно через преодоление ограниченности ресурсов, объединение потенциала с равными или более сильными, как партнерами, так и конкурентами. Кроме этого, в настоящее время значительная доля отечественного высокотехнологичного производства находится в кризисном состоянии, преодолеть которое способна синергия знаний, опыта, технологий посредством различных форм партнерства, позволяющих организациям, оставаясь автономными, постепенно устранять асимметрию в инвестициях, продукции, специалистах. Под стратегическими альянсами высокотехнологичных компаний мы понимаем вариативные организационные формы сотрудничества двух и более экономических субъектов, подчиненные долговременным взаимосогласующимся целям участников по совместному выполнению инновационных проектов на основе доверительного

объединения необходимых ресурсов при сохранении юридической и хозяйственной самостоятельности.

Ретроспективный анализ показывает, что исторически альянсы возникли как средство расширения зон влияния международных компаний за пределами стран базирования, через некоторое время - начали формироваться на уровне национальных рынков корпоративного контроля, сохраняя и одновременно обогащая прежние функции, постоянно трансформируясь и видоизменяясь в динамичной изменяющейся среде. В этих условиях развитие различных форм межфирменной интеграции, привело к тому, что партнеры стали создавать все более долгосрочные объединения, которые закрепились и преобладают в настоящее время в форме стратегических альянсов. Словосочетание «стратегический альянс» становится все более устойчивым во времени, и к данному моменту окончательно закрепились как в теории, так и на практике (6).

Большинство отечественных и зарубежных специалистов, таких, как Е.А. Карпухина, М.А.Бобина, М.В.Грачев, А.М.Зобов, М.Ю.Шерешева, Д.Блейки, Д.Эрнст, Б. Гомес-Кассерес, К.Гон, Р. Кантер и др., называют их относительно новым и перспективным явлением, феномен массового возникновения которых обусловлен более прогрессивной формой организации бизнеса, позволяющей, одновременно не только объединять ресурсы, но и сохранять при этом самостоятельность (при определенной доле риска). Будучи альтернативой слияниям и поглощениям, они обеспечивают устойчивое развитие компаний-партнеров, усиливают их рыночные позиции, обеспечивая выгоды, которые компаниям в одиночку достичь невозможно.

Конкурентные преимущества, представляют собой «набор отличительных способностей и возможностей», совокупность превосходств, «неотчуждаемую ценность» (7, р.149). В силу уникальности, они объективно не могут быть воспроизведены конкурентами и отличаются ценностью, редкостью, невозможностью и незаменимостью (5). В условиях стратегических альянсов их репликация маловероятна (а если возможна, то весьма несовершенным образом), поскольку партнерства представляют собой сетевые (горизонтально организованные) системы, глубинной сущностью которых является их социальная, экономическая, предпринимательская природа. Социальная природа детерминирована (в идеале) коллективистским/командным духом сотрудничества, базирующимся на совместной деятельности и общении, качестве взаимоотношений, в основе которых – доверие. Чем в большей степени они соответствуют ожиданиям участников, тем более эффективно достигаются общие и частные цели. Экономическая природа обусловлена взаимной выгодой, коммерческим прагматизмом, к которым относятся возможность совместного создания новой ценности, получения дополнительной прибыли, увеличения рентабельности и конкурентоспособности, которые в одиночку достичь невозможно. Предпринимательская природа отражает присущие, как феномену альянсов, так и феномену предпринимательства, риски, инновационность, комбинацию и рекомбинацию ресурсов, самостоятельность, независимость, активность, взаимодействие с союзниками по бизнесу, что позволяет решать актуальные и перспективные задачи. Совокупность перечисленных факторов создает новые возможности и варианты долговременного стратегического развития каждого участника альянса.

По мнению О.А. Знаменского, П. Налпо, Дж. Остерведца, Р. М. Кантер, К. Оливера и др., в основе создания партнерств лежат две основные потребности - «оборонительная», обусловленная инстинктом выживания и «наступательная», связанная с необходимостью экономического прорыва для достижения конкурентных преимуществ. К. А. Осовская считает, что в качестве первичного побудительного мотива для заключения союза, следует рассматривать отсутствие альтернатив, позволяющих компании достигать стратегические цели без участия в нем (1, р.19). Каждая вступающая в альянс компания, получает следующие выгоды:

- получение технологий и/или производственных способностей;
- получение доступа к необходимым рынкам;
- уменьшение финансового риска;
- сокращение политического риска;
- обеспечение конкурентоспособного паритета между участниками (Б.Гаррет, П. Дюссож, Т. Дас, Б. Тенг, Е. А. Карпухина, В. С. Катькало, и др.)

Важнейшим конкурентным преимуществом альянсов высокотехнологичных компаний является сохранение ими юридической и экономической самостоятельности, позволяющей, тем не менее, в условиях взаимодействия с партнерами, решать следующие задачи:

- проведение совместных исследований, разработок, производство наукоемких, технологически и технически сложных продуктов при значительной экономии на НИОКР;
- обмен технологиями, ноу-хау, знаниями, опытом, обучение персонала;
- снижение рисков;
- экономия на масштабах производства;
- совместное использование ресурсов: человеческих, информационных, технологических, производственных мощностей, объединение потенциала в изготовлении компонентов/сборке конечной продукции;
- сокращение факторов неопределенности, усиления стабильности, появление новых возможностей для развития;
- получение доступа и продвижение продукции на рынок со сложившимися рыночными структурами, мультикультурным менталитетом, возможность преодоления торговых ограничений, скачкообразное проникновение на новые рынки.

Конкурентные преимущества усиливаются взаимодополняющим характером специфических особенностей союзов:

- сочетанием эластичности, обеспечивающей независимость партнеров и, одновременно, прочности, усиливающей их связи;
- возмещением ограничений одних участников возможностями других;
- усилением позиций во внешней среде, за счет синергии партнерства и одновременным ослаблением конкуренции внутри объединения.

К числу преимуществ относится правая простота и юридическая вариативность оформления союзов, которая может быть достигнута на основе:

- заключения одного или нескольких договоров о совместной деятельности на основе контрактных или функциональных соглашений, регулирующих содержание

сотрудничества в конкретных областях, совместное использование ключевых компетенций, уникальных ресурсов без участия в активах друг друга;

- заключения договоров и обмен акциями, регулируемыми отношениями с участием в активах друг друга одним из следующих способов: приобретением миноритарных пакетов акций участников, дополненным функциональным соглашением, фиксирующим содержание деятельности альянса, либо перекрестный обмен равным количеством акций друг друга;
- создание партнерами по альянсу юридически оформленных совместных предприятий и/или филиалов, предназначенных для достижения общих целей на основе вкладов необходимых ресурсов, и подчиняющихся законам страны, на территории которой они находятся.

В первом случае партнерство базируется на доверии и подвержено риску оппортунистического поведения со стороны одного или нескольких членов альянса, во втором и третьем случае оно юридически застраховано от потенциальных внутренних угроз, что усиливает доверие во взаимодействии с участниками альянса.

Несомненной выгодой является возможность участия компании в множестве альянсов, которые формируют, в свою очередь, сети, объективно усиливающие синергетический эффект в результате складывающихся между партнерами связей. Кроме этого, значительно снижаются факторы рисков, в случаях неблагоприятного развития ситуации в отдельном/отдельных альянсах. По данным Ю.М. Плотинского, в настоящее время, каждая из 500 крупнейших компаний участвует в среднем в 60 альянсах (2, p. 11).

Таким образом, стратегические альянсы высокотехнологичных компаний отличаются рядом конкурентных преимуществ по сравнению с другими современными формами интеграции и представляют собой эффективную форму сотрудничества.

References:

1. *Osovskaya KA. Strategic alliances management in modern business: Materials of international academic and research conference «Neo-industrialization and innovative development in Russia. P.2. Krasnodar: Prosveshenie-Ug, 2012; 216.*
2. *Plotinski UM. Modern tendencies of cooperation and collaboration processes development: Practice community for innovative companies (under edit. U.M.Plotinski). SPb.: Piter, 2007; 11–36.*
3. *Raizberg BA, Lozovski LT, Starodubtseva EB. Modern Economics Dictionary: under edit. B.A. Raizberg. M.: INFRA-M, 2010; 512.*
4. *Khakhanov UM. Decision-making models in high-tech companies alliances: Synopsis of thesis. M.: MSU, 2014; 26.*
5. *Barney IB. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage/I. B. Barney: Journal of Management. 1991. vol. 17, M 1; 9-120.*
6. *Lynch RP. Business Alliances Guide: The Hidden Competitive Weapon. New York, NY: Wiley, USA, 1993; 352.*
7. *Penrose E. The theory of growth of the firm. New York, 1959; 215.*