

РОЛЬ МІЖНАРОДНИХ СТРАТЕГІЧНИХ АЛЬЯНСІВ У ГЛОБАЛІЗОВАНОМУ СВІТІ

Сучасний світ – це світ, у якому відбуваються масштабні глобалізаційні процеси, вони зумовлюють появу нових тенденцій у веденні бізнесу. Компаніям, для того щоб зберегти свої конкурентні позиції, необхідно дуже швидко адаптуватися до нових умов ринкового середовища, що характеризується високою невизначеністю та мінливістю.

Тому, компанії, шукаючи шляхи збереження своєї економічної ефективності та підвищення конкурентоспроможності, почали все частіше об'єднуватися у міжнародні стратегічні союзи (альянси). В умовах прискорення глобалізації світових економічних процесів таку форму інтеграції компаній можна вважати найперспективнішою.

Михайлова Л.І. визначає міжнародний стратегічний альянс як відносно тривалу міжорганізаційну угоду зі співробітництва, яка передбачає спільне використання ресурсів та (або) структур управління двох чи більше самостійних фірм із декількох країн для реалізації завдань, пов'язаних з місією кожної з них [1].

Саме завдяки укладенню таких довготривалих угод зі співробітництва, компанії отримують нові можливості для свого подальшого розвитку, а вирішення спільних проблем і побудова довгострокових відносин є найважливішою умовою створення союзів.

Об'єднання компаній у міжнародні стратегічні альянси має свої як позитивні, так і негативні сторони. Так, створення альянсів наближає фірми до споживачів, відкриває нові можливості входу на ринки, допомагає уважно відстежувати нові тенденції у веденні бізнесу, допомагає швидко пристосовуватися до змін у зовнішньому середовищі, постійно генерувати нові ідеї, розробляти продукти та швидко втілювати їх у життя.

До негативних сторін стратегічних альянсів можна віднести: складність та нестабільність структури стратегічного альянсу; часта «нульова» ефективність альянсу, оскільки альянс працює не лише на посилення бізнесу його учасників, але і надає «додаткові козири» партнерам (які одночасно можуть являтися конкурентами); можливість поглинання слабкішого учасника альянсу; небезпека передачі партнерам інформації, тобто залежність успіху альянсу від довіри учасників; необхідність постійно знаходити способи вирішення суперечностей між інтересами стратегічного альянсу в цілому та окремих партнерів [2].

Але, усе ж таки, незважаючи на всю складність та ризикованість об'єднання компаній у міжнародні стратегічні альянси, ці союзи значно спрощують адаптацію компаній до динамічного зовнішнього середовища та функціонування у ньому.

Так, глобалізаційні процеси у світі призвели до створення уже великої кількості міжнародних стратегічних альянсів, і що не мало важливо, в абсолютно різних сферах діяльності. Прикладом таких альянсів можуть послугувати: Renault-Nissan Alliance, Smart Alliance та інші. Якщо ж взяти, наприклад, сферу повітряних перевезень, то в ній довгий час злиття та поглинання взагалі не здійснювалися, і причиною цьому послугувало визначення національного авіаперевізника як невід'ємної частини державного суверенітету.

Візьмемо до розгляду найглобальнішу мережу авіаліній – Star Alliance, яка була створена в 1997 р. як перший альянс авіакомпаній. Саме в ньому всім учасникам та їх підрозділам можна надати такі характерні особливості як: високий ступінь співпраці в плануванні, програмах лояльності, продажу квитків, спільному використанні терміналів аеропорту, що скорочує витрати і дозволяє обмінюватись досвідом. Так, можна впевнено сказати, що всі авіакомпанії мережі авіаліній Star Alliance є одними з найпрестижніших у світі. Переваги, які може отримати учасник альянсу Star Alliance, приведені нижче у табл. 1 [3]:

Таблиця 1

Переваги альянсу Star Alliance для його учасників

№	Перевага	Характеристика
1	2	3
1.	Підвищення конкурентоспроможності	Через все більш конкурентоспроможну авіаційну промисловість, компанії не можуть функціонувати на ринку самостійно. Star Alliance підвищує якість послуг, які надаються і стимулює конкурентоспроможність у всьому.
2.	Збільшення пунктів призначення по всьому світу	Важливий фактор, що є запорукою успіху будь-якої авіакомпанії – доступ у всі частини світу. Авіалінії, які стають членами Star Alliance, розширюють зону обхвату світової маршрутної мережі.
3.	Створення всесвітнього образу авіакомпанії	Коли Star Alliance сформувався, був підписаний договір про те, що слова «Star Alliance» стануть рекламним образом і всесвітнім брендом мережі авіаліній. Результат такого рішення: укріплення унікального образу авіаліній-учасників альянсу, підвищення рівня конкуренції у світі.

4.	Збільшення ефективності ресурсів авіалінії	Авіалінії-члени альянсів мають більше можливостей і варіантів контролю над затратами ресурсів і скороченням витрат, ніж авіалінії, які працюють самостійно. Авіалінії-члени одного альянсу можуть розподіляти ресурси (спільні офіси продажу й офіси бронювання, спільні зали очікування в аеропортах тощо).
----	--	--

У сучасному світі сфера повітряних перевезень відіграє дуже важливу роль. Для того щоб компанії успішно функціонували та могли витримати жорстку конкуренцію, одним зі шляхів досягнення цього є їх об'єднання в авіаційні альянси, які для своїх учасників надають велику кількість переваг та можливостей.

Створення Star Alliance було великим кроком у розвитку світової авіації та саме завдяки йому було утворено ще декілька великих міжнародних стратегічних альянсів, конкурентів для Star Alliance, а саме: SkyTeam і Oneworld. Star Alliance – це один із найсильніших та найвпливовіших глобальних союзів провідних авіакомпаній. На сьогодні, до складу Star Alliance входять 28 компаній (Air Canada, Air China, Lufthansa, Turkish Airlines та інші).

Отже, міжнародні стратегічні альянси відіграють одну з провідних ролей у сучасному глобалізованому світі. Вони – головна складова глобальної конкуренції, а, для компаній, що мають на меті розвиток, підвищення конкурентоспроможності, отримання нових знань та технологій – найоптимальніша можливість досягнення вищеперахованих аспектів.

Список використаної літератури:

1. Михайлова Л.І. Міжнародний менеджмент: навч. посібник - К.: Центр учбової літератури, 2007. - 200 с.
2. Козаченко Г.В. Стратегічний альянс як форма інтернаціоналізації бізнесу та менеджменту // Економіка. Менеджмент. Підприємництво. 2014. № 26(2). С. 68-79.
URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ekonomika_2014_26%282%29_10
3. Подреза С.М. Авіаційні альянси як наслідок глобалізації економіки в світовій авіації // Проблеми підвищення ефективності інф-ри. 2010. №. 28.
URL: <http://jml.nau.edu.ua/index.php/PPEI/issue/view/11>