

**Актуальные тенденции развития стратегических альянсов в российском бизнесе**

**Кузьмина Яна Сергеевна**

*Студент*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Высшая школа бизнеса (факультет), Люберцы, Россия*

*E-mail: jkuzminova@yahoo.com*

Мировая экономика сегодня восстанавливается от последствий финансового кризиса, оказавшего негативное влияние на деятельность многих компаний. Развитие бизнеса в подобных условиях является сложной задачей, выполнить которую легче в партнёрстве с другими компаниями, чем в одиночку, вступая в соперничество с ними. Поэтому стратегические альянсы, возникшие в 1980-х гг. в том числе и благодаря смене парадигмы в сторону «кооперативной конкуренции», и сегодня являются актуальным методом осуществления стратегии развития компании. В России стратегические альянсы появились в 1990-х гг. [1]. А в последнее время, в связи с государственным курсом на модернизацию, часто озвучивается необходимость сотрудничества с другими странами в рамках «модернизационных альянсов» [5].

В данном исследовании под стратегическим альянсом понимается такой вид межфирменной интеграции, при котором компании, сохраняя свою независимость, объединяют свои ресурсы для ведения совместной деятельности. Он носит стратегический характер, являясь методом достижения стратегических целей компании. В условиях посткризисного восстановления альянсы особенно актуальны, поскольку позволяют снизить уровень неопределённости среды [2] и не требуют значительных материальных затрат, в отличие от органического роста или сделок по поглощению.

Целью исследования является определение степени вовлеченности российских компаний в процессы формирования альянсов на современном этапе и выявление основных особенностей данных процессов.

В связи с отсутствием работ, посвящённых современным тенденциям формирования альянсов, автором были проведены два исследования. В ходе первого автор изучил новости, изданные в газете «Ведомости» и журналах «Секрет фирмы» и «Финанс» в период с сентября 2008 г. по февраль 2011 г., с целью выявления сообщений о создании стратегических альянсов российскими компаниями.

Исследование имеет ряд ограничений: во-первых, в газетах и журналах, как правило, освещаются события, связанные с крупными компаниями, в результате средние и малые компании оказываются непредставленными; во-вторых, в новостных сообщениях редко используется словосочетание «стратегический альянс», взаимодействие компаний называют долгосрочным или стратегическим сотрудничеством или партнёрством, либо просто сотрудничеством или партнёрством. Изучая сущность заключённых соглашений, автор относил их к стратегическому альянсу на основе определения, которое было приведено выше. В-третьих, данная методика даёт возможность отследить количество объявленных альянсов, но не действующих на определённый момент времени. Однако она является общепринятой во всём мире: глобальная статистическая база Thomson

Financial SDC Platinum собирает информацию об альянсах посредством изучения новостей из газет [3].

В результате исследования удалось выявить следующие тенденции: стратегические альянсы в России создаются в большинстве случаев компаниями, являющимися одними из лидеров своей отрасли; в создании альянсов компаниям содействует государство посредством достижения межгосударственных соглашений, в рамках которых и заключаются межфирменные альянсы; в структуре объявленных альянсов преобладают международные; в основном альянсы создаются на основе долгосрочных контрактов, без участия в капитале компании-партнёра, а на совместные предприятия приходится около трети всех объявленных альянсов.

Чтобы проверить правильность промежуточных гипотез, было проведено второе исследование. Поскольку в результате первого исследования удалось выявить, что именно компании-гиганты являются наиболее активными участниками альянсовых процессов, были проанализированы альянсы, в которых состоят 100 крупнейших компаний России рейтинга журнала «Финанс» [4], посредством изучения всех новостных сообщений, опубликованных на сайтах компаний.

Данному исследованию присущи те же ограничения, что и первому. Чтобы повысить точность исследования, были исключены те объявленные альянсы, в отношении которых удалось найти подтверждающую информацию о том, что компании не смогли прийти к конечному соглашению.

В результате второго исследования удалось выявить следующие тенденции: кризисные явления лишь приостановили рост количества объявленных альянсов, который возобновился в конце 2009 г. – начале 2010 г.; в посткризисный период растёт количество научно-исследовательских альянсов; наиболее активными компаниями, формирующими стратегические альянсы, являются компании электроэнергетической, телекоммуникационной и нефтегазовой отраслей. В результате второго исследования удалось подтвердить промежуточную гипотезу о том, что государство играет определяющую роль в формировании альянсов компаниями. Однако не была подтверждена гипотеза о соотношении международных и национальных альянсов: крупнейшие компании формируют альянсы обоих видов в равном количестве. При этом международные альянсы характеризуются большим количеством совместных предприятий, а национальные – вертикальными партнёрскими отношениями.

Таким образом, в результате исследования автор пришёл к следующим выводам: развитие альянсов в посткризисный период в России происходит активно в сравнении с предыдущими периодами; российские компании всё больше осознают необходимость научения посредством создания научно-исследовательских альянсов, а не получения уже готовой технологии. Однако компании, работающие вне топливно-энергетического комплекса, не участвуя в альянсах, не развивают «инновационность» своего бизнеса, что не способствует развитию модернизации в стране. Зачастую альянсы используются для интернационализации. Также компании формируют альянсы для реализации стратегии вертикальной интеграции, но почти не используют для осуществления горизонтальной интеграции и диверсификации.

### **Литература**

1. Карпухина Е.А. Международные стратегические альянсы. Опыт исследования.

М.: Дело и Сервис, 2004.

2. Уэлборн Р., Кастен В. Деловые партнёрства: Как преуспеть в совместном бизнесе. М.: ООО «Вершина», 2004.

3. OECD Science, Technology and Industry Scoreboard. Towards a knowledge-based economy. Science and innovation. 2001 Edition. Paris, 2001.

4. Школин А. 500 крупнейших компаний России (версия 2010 г.) [Электронный ресурс]// Финанс, №35 (366), 27.09-03.10.2010. – Режим доступа: <http://www.finansmag.ru/962>  
Загл. с экрана.

5. От редакции: Поворот на Запад. [Электронный ресурс]// Ведомости, 26.05.2010, №94 (2612). – Режим доступа: <http://www.vedomosti.ru/newspaper/article/2010/05/26/2354>  
- Загл. с экрана.

### **Слова благодарности**

Автор выражает признательность доценту, к.э.н. Зобову А.М. за помощь в подготовке тезисов.