

**Е.В. СКОЛОВА,**  
*Донецкий областной совет,*  
*г. Донецк*

### **ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ КОНКУРИРУЮЩИХ БИЗНЕС - СТРУКТУР В ПРОЦЕССЕ СОЗДАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТОВАРОВ**

*Рассмотрена роль стратегических альянсов в инновационном процессе, проанализированы причины их создания и распада, показано влияние на характер конкурентной борьбы и экономическую безопасность субъектов высокотехнологичного рынка, участвующих в альянсе.*

**Ключевые слова:** стратегический альянс, межфирменное сотрудничество, конкуренция, экономическая безопасность, жизненный цикл инновации, рынок высоких технологий.

*Розглянуто роль стратегічних альянсів в інноваційному процесі, проаналізовано причини їх створення та розпаду, показано вплив на характер конкурентної боротьби і економічну безпеку суб'єктів високотехнологічного ринку, що беруть участь в альянсі.*

**Ключові слова:** стратегічний альянс, міжфірмове співробітництво, конкуренція, економічна безпека, життєвий цикл інновації, ринок високотехнологій

*The paper considers the role of strategic alliances in the innovation process, have been analyzed the reasons for their creation and decay, shows the influence of the nature of competition and the economic security of the subjects of the high-tech market, participating in the alliance.*

**Keywords:** strategic alliance, inter-firm cooperation, competition, economic security, life cycle of innovation, high-tech market.

Рассмотрение реально существующих рынков высокотехнологичных товаров (ВТ-рынков) показывает, что возникновение сотрудничества между конкурирующими субъектами предпринимательской деятельности с целью создания инновационных продуктов и (или) продукции, вообще говоря, не является редкостью и возникает всякий раз при условии совпадения интересов.

Например, рассмотрение динамично развивающихся ВТ-рынков мобильных телефонов, в том числе смартфонов, планшетов и персональных компьютеров показывает, что в 2010 году шесть конкурирующих друг с другом крупных японских компаний: NTT DoCoMo, Renesas Electronics, Fujitsu, NEC, Panasonic и Sharp, объявили об объединении усилий с целью разработки унифицированной программной платформы для коммуникаторов,

которая сможет поддерживать приложения для операционных систем Symbian и Linux и будет совместима с другими открытыми операционными системами, в частности с Google Android. Кроме того, в результате совместной разработки пользователи мобильных устройств получают улучшенные средства для работы с трёхмерной графикой и видео высокого качества, а также расширенные мультимедийные функции [1].

Всемирный лидер в программном обеспечении Microsoft и один из крупнейших в мире производителей смартфонов Nokia объединились для создания принципиально новых решений в области мобильных устройств [2].

В результате этого сотрудничества Nokia смогла адаптировать совершенно новую для себя аппаратную платформу Qualcomm (на Windows Phone), с которой она никогда не работала. В октябре 2011 года пользователям был представлен Nokia 800, который отличается от всех прочих аппаратов на этой же платформе, производимыми фирмами HTC и Samsung, прежде всего хорошей мультимедиа (качественный звук, больше встроенной памяти), AMOLED экраном, очень интересным внешним видом и программными дополнениями [3]. Указанные преимущества компании Microsoft и Nokia будут использовать для разработки решений в новых устройствах Nokia.

В сентябре 2011 года было объявлено, что японские производители электроники Sony, Toshiba и Hitachi планируют объединить свои производственные подразделения для более успешной конкуренции с поставщиками комплектующих для смартфонов и планшетных компьютеров из Южной Кореи и Тайваня, в первую очередь с Samsung Electronics. Объединяющиеся компании намерены сосредоточить усилия на разработке экранов нового поколения, включая тонкие OLED-дисплеи с высоким разрешением [4,5].

Не смотря на то, что совокупная доля Sony, Toshiba и Hitachi на рынке составляет около 21,5%, а на долю Samsung приходится почти 12% мирового рынка дисплеев малого и среднего форматов, по мнению отраслевых

© Е.В. Сколова, 2014

специалистов, по отдельности три компании не в состоянии обеспечить полноценную конкуренцию, поскольку в настоящее время Sony теряет рынок телевизоров, Toshiba сокращает бизнес по производству процессоров, а Hitachi ищет возможность отойти от бизнеса по производству дисплеев.

Прогноз аналитиков DisplaySearch в отношении роста в 2011 году мирового рынка малых и средних ЖК-дисплеев на 20% только подтверждает экономическую целесообразность данного сотрудничества.

В конце декабря 2011 года стало известно, что Samsung, Panasonic, NTT DoCoMo, Fujitsu и NEC объединились для совместной работы над процессорами для смартфонов [6] и хотят таким образом ускорить процесс их технического совершенствования, чтобы улучшить свои позиции в конкурентной борьбе с Apple и HTC.

Все вышеприведенные примеры, демонстрирующие значительную активность процессов взаимодействия конкурирующих между собой бизнес-структур с целью упрочения своего положения на рынках, в рамках теории отраслевых рынков достаточно хорошо описываются стратегическими альянсами, которые представляют собой гибридные формы межфирменных отношений и сочетают в себе рыночные и иерархические механизмы управления, что позволяет фирмам объединять определенные ресурсы и способности (возможности) для совместного достижения их индивидуальных целей [7, 8, 9].

По своей сути стратегические альянсы представляют собой долгосрочные объединения субъектов предпринимательской деятельности (в том числе и конкурирующих друг с другом), сохраняющих свою юридическую и экономическую самостоятельность, с целью координации совместных действий для достижения конкурентных преимуществ по отношению к фирмам, не вошедшим в альянс.

Более всего стратегические альянсы распространены в технологически быстро развивающихся, инновационно-активных областях: автомобилестроении, производстве компьютерного, электротехнического и электронного оборудования, в сфере информационных телекоммуникационных услуг, и, в зависимости от сферы партнерства, подразделяются на производственные, научно-технические и маркетинговые альянсы, каждый из которых имеет свои особенности [9, 10, 11, 12].

Однако, не смотря на очевидные пре-

имущества, которые предоставляют альянсы образующим его фирмам при создании инновационных продуктов и продукции, более 50% всех альянсов «распадается» на разных этапах реализации, не достигая объявленных при создании альянса целей [10].

Эта «неустойчивость» альянсов неоднократно рассматривалась [9, 10, 13] и в качестве причин «распада» чаще всего называются отход от стратегических целей, недостаток доверия и разногласия по поводу политик, стратегий и тактик. При этом причины «распада» альянсов рассматриваются, как правило, на уровне констатации фактов (или статистических данных), без более глубокого анализа причин.

Учитывая, что в условиях глобализации стратегические альянсы превратились в одно из главных орудий конкурентной борьбы транснациональных корпораций, а также то, что стратегические альянсы представляют собой один из наиболее быстрых и сравнительно мало затратных путей реализации глобальных стратегий фирм-участников, исследование причин устойчивости/неустойчивости стратегических альянсов на отраслевых рынках высокотехнологичных товаров (ВТ-рынках), их место и значение в инновационном процессе представляет интерес, актуально и своевременно.

В настоящей работе рассматриваются место и роль в инновационном процессе стратегических альянсов, создаваемых конкурирующими бизнес-структурами (субъектами хозяйствования), и связанные с этим причины создания и распада стратегических альянсов на отраслевых ВТ-рынках.

В общем случае инновационный процесс (процесс создания какой-либо инновации) может быть описан жизненным циклом инновации (далее - ЖЦИ), в котором структурно-логически представлены все этапы ее создания [14].

В работах [15, 16, 17, 18] было показано, что любой, реализующийся в объективной действительности процесс создания инновации можно исчерпывающим образом описать конечной последовательной комбинацией семи базовых структурно-логических схем ЖЦИ, а существование на рынке конкурирующих между собой инновационных продуктов  $\{ a_1 \}$  и  $\{ b_1 \}$  всегда означает существование на этом рынке конкурирующих между собой симбиоза,

тических структур  $Сист-\{a_1\}$  и  $Сист-\{b_1\}$ <sup>1</sup>, возникающих в результате реализации жизненных циклов инноваций  $\{a_1\}$  и  $\{b_1\}$ .

Для уяснения места и роли стратегических альянсов в инновационном процессе рассмотрим взаимодействие двух конкурирующих фирм А и В, которые находятся на некотором отраслевом высокотехнологичном рынке ОТР ВТ-1 с инновационными продуктами  $T^{(A)}\{a_1\}$  и  $T^{(B)}\{b_1\}$  соответственно.

Исследование ВТ-рынков показывает, что конкуренция существующих на отраслевом высокотехнологичном рынке ОТР ВТ-1 фирм А и В может продолжаться сколь угодно долго без каких либо попыток совместной деятельности, пока на рынке ОТР ВТ-1 не появится инновационный продукт  $T^{(C)}\{n_i\}$ , созданный фирмой С или совокупностью фирм, образующих совместно с фирмой С симбиотическую структуру  $Сист-\{n_i\}$  на основе инновации  $\{n_i\}$ , посредством которого  $Сист-\{n_i\}$  осуществляет успешную экспансию на сектор ВТ-рынка, занимаемый  $Сист-\{a_1\}$ . Появление успешного конкурента угрожающего всем остальным (или некоторому) количеству фирм на рынке – первое необходимое, но недостаточное условие для возникновения альянса.

Второе необходимое условие связано с инновационными возможностями фирмы А и связанной с ней симбиотической структуры  $Сист-\{a_1\}$ .

В случае успешной экспансии инновационного продукта  $T^{(C)}\{n_i\}$ , на сектор ВТ-рынка занимаемый продуктами фирмы А, наиболее эффективным, иногда единственным способом экономической борьбы, позволяющим фирме, и связанной с ней симбиотической структуре, защитить «свой» сектора ВТ-рынка, устоять в конкурентной борьбе и повысить экономическую безопасность образующих  $Сист$  субъектов экономической деятельности является, как было показано Хребтовым А.О. в работе [19], создание «нового» инновационного продукта (или продукции). Никакие другие

способы конкурентной борьбы, хорошо зарекомендовавшие себя и широко используемые на отраслевых рынках, в рассматриваемом случае не дают желаемых результатов.

Поэтому, в соответствии с [19] при экспансии симбиотической структуры  $Сист-\{n_i\}$  при помощи инновационного продукта  $T^{(C)}\{n_i\}$ , на сектор рынка, занимаемый симбиотической структурой  $Сист-\{a_1\}$ , защита фирмой А своего сектора рынка будет происходить путем коллективных действий субъектов  $Сист-\{a_1\}$  по разработке и выводу на ВТ-рынок инновационных продуктов технологического ряда  $\{a_j\}$ . Но в [19] был рассмотрен случай, когда симбиотическая структура имела возможности самостоятельно реализовать свои идеи относительно новых инновационных товаров, и защита симбиотической структурой «своего» сектора рынка осуществлялась самой симбиотической структурой путем инициации ф-переходов в последовательно параллельных ф-структурах ЖЦИ.

В этой статье, в отличие от работы [19], рассматривается случай, когда фирма А (или симбиотическая структура  $Сист-\{a_1\}$ ) не имеет возможности самостоятельно реализовать свои идеи относительно новых инновационных товаров, способных конкурировать с товарами  $Сист-\{n_i\}$ , либо у нее на момент экспансии (появления) товара  $T^{(C)}\{n_i\}$  на рынке ОТР ВТ-1 нет необходимых инновационных идей, и вследствие этого фирма А вынуждена искать союзников (партнеров) среди существующих симбиотических структур, которые конкурируют с ней на рынке ОТР ВТ-1, но для которых экспансия товара  $T^{(C)}\{n_i\}$  на рынок ОТР ВТ-1 также представляет экономическую угрозу.

В сущности, фирма А объединяет свои усилия с фирмой В только для того, чтобы с помощью (за счет) фирмы В увеличить (дополнить) свои ресурсы (интеллектуальные, научно-технические, производственные, маркетинговые) и выйти из кризисной ситуации, а в дальнейшем под своим брендом выпускать товары, способные конкурировать с товаром  $T^{(C)}\{n_i\}$ . То же самое можно сказать относительно фирмы В. То есть истинные цели фирм А и В заключаются не в создании и выпуска на рынок совместного инновационного продукта  $T^{(AB)}\{a_i b_j\}$ , а в совместном отыскании средств выхода из кризисной ситуации и устранению угроз, возникших у них вследствие появления на рынке ОТР ВТ-1 товара  $T^{(C)}\{n_i\}$ .

В этом качественном различии деклари-

<sup>1</sup> Здесь и далее в соответствии с [18, 19] под связанной с фирмой А симбиотической структурой  $Сист-\{a_i\}$  понимается множество юридически независимых фирм, действующих в общем случае на различных высокотехнологичных отраслевых рынках, экономическое положение и поведение которых на ВТ-рынках в значительной мере обусловлено тем, что в их технологических процессах или в выпускаемой продукции используется инновационный продукт или продукция  $\{a_i\}$ , созданная и представляемая на рынок фирмой А.

руемых и действительных целей кроется одна из базовых причин наблюдаемой неустойчивости альянсов.

Структурно-логическая схема последовательности совместных действий конкурирующих между собой фирм А и В с целью создания инновационного продукта (или, что фактически тоже самое – взаимодействие СиСт- $\{a_1\}$  и СиСт- $\{b_1\}$  с той же целью) показана на рисунке 1 и рисунке 2. Видно, что обусловленное экономическими угрозами взаимодействие конкурирующих на рынке ОТР ВТ-1 фирм А и В и представляет собой адаптированную к

рассматриваемому случаю последовательно-параллельную ф-кросс структуру жизненного цикла инновации, впервые описанную в работах Хребтова А.О. [15, 16]. А совместные действия конкурирующих симбиотических структур СиСт- $\{a_1\}$  и СиСт- $\{b_1\}$ , направленные на создание инновационного продукта, способного конкурировать с  $T^{(C)}\{n_i\}$  заключаются в том, что они *одновременно и согласовано* инициируют ф-переходы первого, второго или третьего типов, с целью генерации новых инновационных продуктов  $\{a_2b_1\}$  и  $\{a_2b_2\}$ .

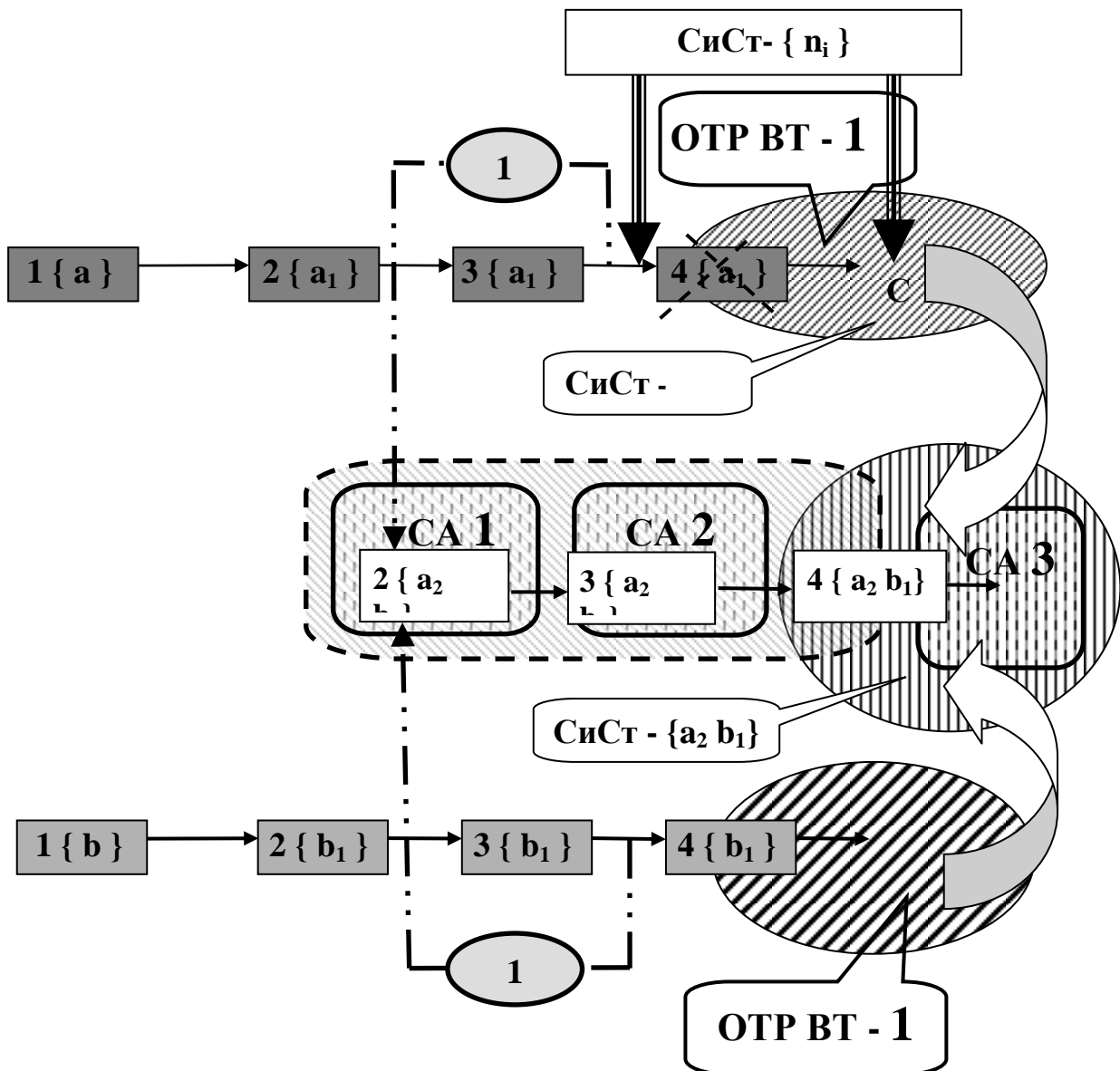




Рис. 1. Структурно-логическая схема последовательности совместных действий конкурирующих между собой фирм А и В и связанных с ними симбиотических структур СиСт- $\{a_1\}$  и СиСт- $\{b_1\}$  в рамках ф-перехода первого типа с целью создания инновационного продукта

 - этапы ЖЦИ инновации  $\{ a_2 b_1 \}$ , которые первоначально планировалось выполнить в рамках стратегического альянса;

 - этапы ЖЦИ инновации  $\{ a_2 b_1 \}$ , реально выполненные в рамках различных стратегических альянсов.

Организационно эта *одновременность и согласованность действий может быть обеспечена только путем создания органа координирующего действия фирм*, в роли которого и выступает *стратегический альянс*. Не являясь юридическим лицом, стратегический альянс тем не менее документально фиксирует обязательства сторон в области трансфера технологий, проведения совместных НИР и ОКР и закреплении прав сторон на интеллектуальную собственность, созданную в процессе совместных исследований, соглашения по продвижению инновационных продуктов (продукции), которая будет получена на ВТ-рынки и многое другое.

Структурно-логические схемы ЖЦИ, изображенные на рисунке 1 и рисунке 2, показывают, что создание инновационного продукта в рамках стратегического альянса может происходить

- на Этапе 2  $\{ a_2 b_1 \}$  ЖЦИ (ф-переход первого типа) на основе исследований, выполненных симбиотическими структурами  $\text{СиСт-}\{ a_1 \}$  и  $\text{СиСт-}\{ b_1 \}$  на Этапах 1  $\{ a \}$  и 1  $\{ b \}$  до заключения ими альянса с последующей доработкой полученного инновационного продукта  $\{ a_2 b_1 \}$  и продвижением его на рынок (рисунок 1). Существенным моментом является то, что в случае успеха продукта  $\{ a_2 b_1 \}$  возникает  $\text{СиСт-}\{ a_2 b_1 \}$ , которая для продвижения своих товаров может использовать инфраструктуры  $\text{СиСт-}\{ a_1 \}$  и  $\text{СиСт-}\{ b_1 \}$ ;

- на Этапе 1  $\{ a_2 b_2 \}$  и Этапе 2  $\{ a_2 b_2 \}$  ЖЦИ (ф-переходы первого и третьего типа), если согласованные действия  $\text{СиСт-}\{ a_1 \}$  и  $\text{СиСт-}\{ b_1 \}$ , необходимые для создания прототипа «нового» инновационного продукта (продукции) уже не могут ограничиваться исследованиями, ранее выполненными симбиотическими структурами на Этапах 1  $\{ a \}$  и 1  $\{ b \}$  и необходимы дополнительные, определенным образом ориентированные, фундаментальные научные исследования (Этап 1  $\{ a_2 b_2 \}$  на рис.2). В результате этих исследований созда-

ется новое знание, необходимое для реализации инновационных идей, возникших в  $\text{СиСт-}\{ a_1 \}$  как реакция на экспансию инновационной продукции других симбиотических структур, и на основе этих знаний создается «новый» инновационный продукт  $\{ a_2 b_2 \}$ , который последовательно проходя последующие этапы своего жизненного цикла, выходит на ВТ-рынок. Появившись на рынке, продукт  $\{ a_2 b_2 \}$  создает свою симбиотическую структуру  $\text{СиСт-}\{ a_2 b_2 \}$ , продукции которой технически и технологически совместимы с продуктами  $\text{СиСт-}\{ a_1 \}$  и  $\text{СиСт-}\{ b_1 \}$ .

Совместимость продукции  $\text{СиСт-}\{ a_2 b_2 \}$  с продуктами  $\text{СиСт-}\{ a_1 \}$  и  $\text{СиСт-}\{ b_1 \}$  дает возможность инновационному продукту  $\{ a_2 b_2 \}$  в момент выхода на рынок использовать инфраструктуры  $\text{СиСт-}\{ a_1 \}$  и  $\text{СиСт-}\{ b_1 \}$ .

Объединение усилий  $\text{СиСт-}\{ a_1 \}$  и  $\text{СиСт-}\{ b_1 \}$  позволяет сократить затраты на создание новых продуктов, ускорить сроки их вывода на рынок и в случае успеха повысить устойчивость  $\text{СиСт-}\{ a_1 \}$  и  $\text{СиСт-}\{ b_1 \}$  на ВТ-рынке, что в конечном итоге обеспечивает повышение экономической безопасности субъектов хозяйствования входящих в обе  $\text{СиСт}$ .

Таким образом приведенный выше анализ совместных действий фирм А и В по созданию инновационного продукта  $T^{(AB)} \{ a_i b_j \}$  в рамках структурно-логических схем ЖЦИ свидетельствует, что деятельность фирм А и В в рамках стратегического альянса представляет собой попытки (удачные или неудачные) реализации последовательного ряда качественно различных этапов: целенаправленных фундаментальных (Этап 1  $\{ a_2 b_2 \}$ ) и прикладных исследований (Этап 2  $\{ a_2 b_1 \}$ ), проектно-конструкторских и технологических работ (Этап 3  $\{ a_2 b_1 \}$ , Этап 3  $\{ a_2 b_2 \}$ ), маркетинговых исследований и разработка стратегий вывода инновационного продукта на рынок (Этап 4  $\{ a_2 b_1 \}$ , Этап 4  $\{ a_2 b_2 \}$ ).

В этой качественной разнородности этапов кроется еще одна из причин неустойчивости альянсов.

Дело в том, что в момент заключения стратегического альянса (особенно в случаях альянсов, предполагающих фундаментальные и (или) прикладные научно-технические исследования) всегда существует некоторая (иногда весьма значительная) неопределенность относительно масштабов сотрудничества, необходимого для достижения результатов, поэтому декларируемые цели и задачи альянса, как правило, завышаются, включая

несколько последовательных этапов ЖЦИ. Но поскольку *истинные цели фирм А и В заключаются не в создании и выпуске на рынок совместного инновационного продукта*  $T^{(AB)} \{a_i b_j\}$ , а в *совместном отыскании средств выхода из кризисной ситуации*, свои истинные цели фирмы (или одна из фирм) могут достичь до того как будут реализованы задекларированные цели альянса.

Например, в показанном на рисунке 1 случае, фирма А заключает стратегический альянс СА-1 с фирмой В для создания инновационного продукта  $T^{(AB)} \{a_2 b_1\}$ , в рамках которого необходимо провести прикладные научно-технические исследования, которые фирма А самостоятельно провести не может вследствие отсутствия у нее необходимых ресурсов.

Успешное проведение фирмами А и В в рамках альянса прикладных научно-исследовательских работ Этапа 2  $\{a_2 b_1\}$  ЖЦИ, в результате которых был создан прототип инновационного продукта  $T^{(AB)} \{a_i b_j\}$ , может создать (и часто создает) ситуацию, при которой фирма А в состоянии в дальнейшем *самостоятельно* провести Этапы 3 и 4  $\{a_2 b_1\}$  ЖЦИ, т.е. вследствие проведенных в рамках альянса прикладных научно-исследовательских работ Этапа 2  $\{a_2 b_1\}$  ЖЦИ фирма А реализовала свои действительные цели и больше не заинтересована в продолжении альянса. Поэтому в дальнейшем фирма А будет стремиться разорвать стратегический альянс СА-1 с фирмой В с тем, чтобы на основе прототипа инновационного продукта  $T^{(AB)} \{a_2 b_1\}$  разработать и выпустить на рынок свой собственный инновационный продукт  $T^{(A)} \{a_2 b_1\}$ . Важно, что разрыв альянса СА-1, который, согласно задекларированным при его создании целям, может формально считаться не выполненным, в действительности успешно выполнил свои функции.

В ходе дальнейших работ по созданию собственного инновационного продукта  $T^{(A)} \{a_2 b_1\}$  фирма А на Этапе 3  $\{a_2 b_1\}$  ЖЦИ или в процессе вывода продукта  $T^{(A)} \{a_2 b_1\}$  на отраслевой рынок ОТР ВТ-1, в случае необходимости, может заключить стратегические альянсы СА-2 и СА-3 с какими-либо другими фирмами, сотрудничество с которыми ситуативно необходимо и не нарушает прав интеллектуальной собственности фирмы А на продукт  $T^{(A)} \{a_2 b_1\}$ .

Аналогично вышеизложенному, в случае возникновения конкурентных угроз на контро-

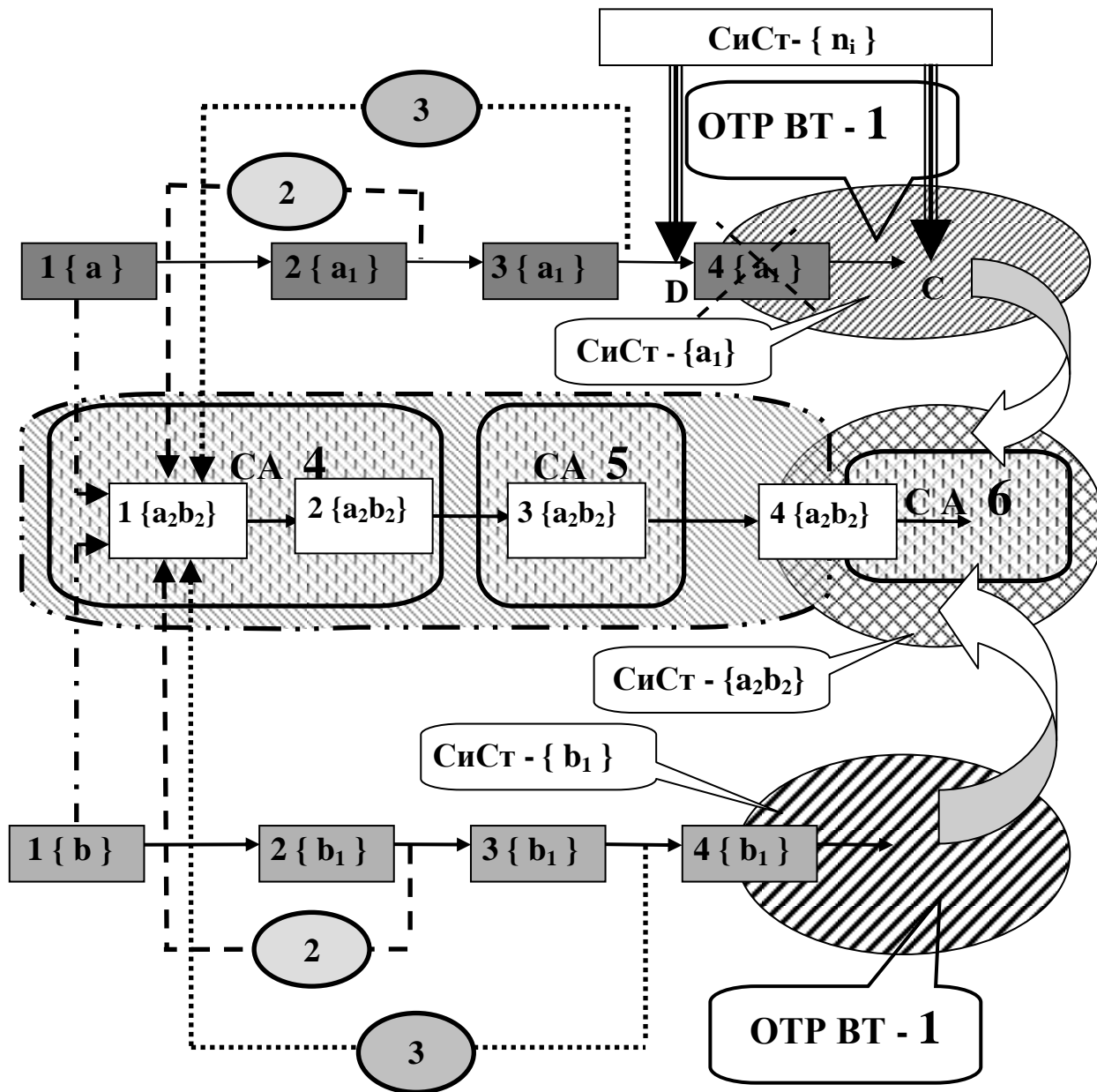
лируемом фирмой В секторе отраслевого рынка, вызванных появлением инновационного товара  $T^{(C)} \{n_k\}$ , у фирмы В возникают мотивы для создания инновационного продукта (продукции), способных конкурировать с  $T^{(C)} \{n_k\}$ . И если анализ необходимых для этого усилий показывает, что для создания инновационного продукта необходимы не только прикладные (Этап 2 ЖЦИ), но и дополнительные, определенным образом ориентированные (целенаправленные) фундаментальные научные исследования (Этап 1 ЖЦИ), для проведения которых имеющихся в распоряжении фирмы В ресурсов недостаточно, у фирмы В появляется мотив для заключения стратегического альянса с фирмой А, в распоряжении которой имеются необходимые фирме В ресурсы. Если появление товара  $T^{(C)} \{n_k\}$ , ухудшает также и положение на рынке фирмы А, заключение между фирмами В и А стратегического альянса с целью создания инновационного товара  $T^{(BA)} \{a_2 b_2\}$ , способного конкурировать с товаром  $T^{(C)} \{n_k\}$ , более чем вероятно. При этом вследствие большой, объективно существующей неопределенности в количестве усилий, которые необходимо приложить для достижения цели, задачи альянса формулируются таким образом, что включают в себя несколько этапов ЖЦИ. Например, первоначальные задачи показанного на рисунке 2 стратегического альянса СА-4, заключенного фирмами В и А с целью создания инновационного товара  $T^{(BA)} \{a_2 b_2\}$ , включают Этапы 1, 2, 3 и частично Этап 4 ЖЦИ, но поскольку *истинные цели фирмы В заключаются не в создании и выпуске на рынок совместного с фирмой А инновационного продукта*  $T^{(BA)} \{a_2 b_2\}$ , а в *совместном отыскании средств выхода из кризисной ситуации*, фирма В может посчитать свои истинные цели достигнутыми и дальнейшее участие в альянсе нецелесообразным после создания прототипа инновационного товара  $T^{(BA)} \{a_2 b_2\}$  вследствие совместного выполнения работ по Этапам 1 и 2 ЖЦИ.

Далее в ходе работ по созданию собственного инновационного продукта  $T^{(BA)} \{a_2 b_2\}$  фирма В может выполнять Этапы 3 и 4  $\{a_2 b_2\}$  ЖЦИ самостоятельно, либо в случае необходимости, на Этапе 3  $\{a_2 b_2\}$  ЖЦИ или в процессе вывода продукта  $T^{(BA)} \{a_2 b_2\}$  на отраслевой рынок, может заключать стратегические альянсы СА-5 и СА-6 с какими-либо другими фирмами, сотрудничество с которыми ситуативно необходимо и не нарушает прав интеллектуальной собственности фирмы В на


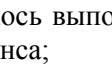
продукт  $T^{(BA)} \{ a_2 b_2 \}$ .


Необходимо также отметить, что с момента возникновения и в течение всего времени действия стратегических альянсов СА-1 и СА-4, этого своеобразного, обусловленного ситуацией на ВТ-рынке, вынужденного взаимодействия конкурирующих между собой

фирм А и В и связанных с ними СиСт с целью создания инновационных продуктов (или продукции), возникающий при этом трансфер технологий является необходимым условием создания инновационной продукции и не является средством конкурентной борьбы.



**Рис. 2.** Структурно-логическая схема последовательности совместных действий конкурирующих между собой фирм А и В и связанных с ними симбиотических структур СиСт- $\{ a_1 \}$  и СиСт- $\{ b_1 \}$  в рамках ф-переходов второго или третьего типов с целью создания инновационного продукта

 - этапы ЖЦИ инновации  $\{ a_2 b_2 \}$ ,  
 - которые первоначально планировалось выполнить в рамках стратегического альянса;

 - этапы ЖЦИ инновации  $\{ a_2 b_2 \}$ , реально выполненные в рамках

различных стратегических альянсов.

Своеобразие ситуации заключается еще и в том, что в целом, вне поля действия стратегических альянсов, фирмы А и В и связанные с ними симбиотические структуры продолжают конкурировать друг с другом, и трансфер технологий в сферах деятельности, не связанных с альянсом, по-прежнему остается для них основным средством конкурентной борьбы.

Стремление конкурирующих фирм ограничивать взаимодействие в рамках альянса до минимально необходимого уровня обусловлено тем, что успешное взаимодействие фирм в рамках стратегического альянса ведет к углублению сотрудничества, взаимопроникновению структур и некоторой их интеграции в рамках задач альянса, что, в свою очередь, создает объективные предпосылки для инициирования процессов слияния и поглощения. И эта, всегда витающая над успешными альянсами угроза слияния и поглощения, эта «угроза бренду», заставляет конкурирующие фирмы максимально ограничивать взаимодействие в рамках альянса.

По сути дела, одни и те же мотивы экономической безопасности заставляют конкурирующие фирмы, как создавать стратегические альянсы, так и преждевременно расторгать их до того (иногда задолго до того) как будут реализованы задекларированные при создании альянса цели.

Но следует иметь в виду, что в случае успешного совместного выполнения фирмами А и В в рамках стратегического альянса первого и второго этапов ЖЦИ инновационных разработок  $\{ a_2 b_2 \}$  и (или  $\{ a_2 b_1 \}$ ), досрочное расторжение стратегического альянса не означает его (альянса) не успешность, поскольку совместно найденные инновационные решения принадлежат обеим сторонам альянса и служат технической и технологической базой (основой) для дальнейших индивидуальных разработок фирм, участвовавших в альянсе. Даже расторгнув стратегический альянс, фирмы А и В продолжают оставаться союзниками в конкурентной борьбе с товаром  $T^{(C)} \{ n_i \}$  на рынке ОТР ВТ-1, союзниками в защите инновационных решений, полученных в результате их стратегического альянса.

В процессе дальнейшей конкурентной борьбы на рынке ОТР ВТ-1 фирмы А и В будут стараться максимально дискредитировать в глазах покупателя технические решения симбиотической структуры  $СiСт-\{ n_i \}$ , воплощенные в товаре  $T^{(C)} \{ n_i \}$ , но даже конкури-

руя между собой они ни в коем случае не будут дискредитировать те технические решения, которые были получены ими в рамках стратегического альянса, поскольку для каждой из них это означало бы «пилить сук, на котором сидишь».

Таким образом, досрочное расторжение стратегического альянса не означает полного аннулирования возникших в рамках альянса партнерских отношений и возвращения фирм А и В на существовавшие до альянса позиции «бескомпромиссной конкуренции». Своеобразный «научно - технический (технологический) шлейф» стратегического альянса коренным образом влияет на конкурентное поведение фирм А и В на рынке ОТР ВТ-1 и, соответственно, изменяет общую конкурентную ситуацию на рынке ОТР ВТ-1 на длительную перспективу.

В частности, «научно - технический (технологический) шлейф» стратегического альянса есть постоянно действующий фактор, наличие которого на длительную перспективу (если не навсегда) разделяет с точки зрения фирмы А множество фирм-конкурентов, присутствующих на рынке ОТР ВТ-1, на конкурентов, с которыми фирма А не состояла в стратегическом альянсе («конкуренты первого порядка») и фирм-конкурентов, с которыми фирма А состояла в прошлом в стратегическом альянсе («конкуренты второго порядка»). То же самое можно сказать и относительно фирмы В и любых других фирм, образовывавших стратегические альянсы.

Каждая из фирм-«конкурентов второго порядка», защищая свой сектор рынка от экспансии товаров фирм-«конкурентов первого порядка» одновременно объективно защищает и все множество секторов других фирм, являющихся по отношению к ней фирмами-«конкурентами второго порядка», продукция которых базируется на тех же инновационно-технических решениях, повышая тем самым экономическую безопасность всей совокупности фирм-«конкурентов второго порядка».

Рассмотренные в статье особенности взаимодействия конкурирующих фирм А и В с целью создания инновационных товаров носят общий характер и справедливы для любых фирм-субъектов ВТ-рынков, стремящихся защитить свой сектор рынка от экспансии инновационных товаров других фирм.

Кроме рассмотренного выше случая совместного поиска защиты конкурирующими фирмами (и связанными с ними симбиотиче-



скими структурами) своих секторов ВТ-рынка в условиях, когда ни одной из фирм реализовать поставленные цели в одиночку невозможно, либо экономически невыгодно, исходные предпосылки совместной инновационной деятельности конкурирующих симбиотических структур в рамках стратегического альянса, возникают также в случае, когда обе СиСт стремятся совместными усилиями создать инновационный продукт (продукцию) для экспансии на другие ВТ-рынки. Однако подробное рассмотрение этого вопроса не входит в задачи данной статьи.

Несмотря на качественное отличие вышеперечисленных ситуаций, алгоритм взаимодействия конкурирующих СиСт с целью создания инновационных продуктов (или продукции), во всех случаях может быть описан с помощью последовательно-параллельных ф-кросс структур, аналогичных той, что показана на рисунке 1 и рисунке 2, а инновационность нового товара достигается при помощи синтеза технических решений, создаваемых каждой из участвующих во взаимодействии симбиотических структур в рамках стратегических альянсов. При этом, в случае успеха созданного инновационного продукта, повышается экономическая безопасность и устойчивость на ВТ-рынке всех симбиотических структур, участвовавших в создании инновационного продукта в рамках стратегического альянса.

Выводы.

1. Необходимыми условиями заключения стратегического альянса между фирмами А и В, конкурирующими на некотором отраслевом рынке высокотехнологичных товаров (ОТР ВТ-1) является: 1) резкое ухудшение их конкурентных позиций на рынке в связи с появлением на нем инновационного товара некой третьей фирмы С и 2) невозможность каждой из фирм А и В самостоятельно, путем последовательно-параллельного ф-структурного перехода ЖЦИ, создать инновационный продукт, способный конкурировать с инновационным продуктом фирмы С.

2. При создании стратегических альянсов фирмы, вступающие в альянс, как правило, не объявляют свои истинные мотивы и цели создания альянса, в особенности, если речь идет о совместной разработке инновационного продукта. В случае успешного совместного выполнения фирмами А и В в рамках стратегического альянса первого и второго этапов жизненного цикла инновационной разработки, досрочное расторжение стратегического альянса не озна-

чает его не успешность, поскольку совместно найденные инновационные решения принадлежат обеим сторонам альянса и служат технической и технологической базой (основой) для дальнейших индивидуальных разработок фирм, участвовавших в альянсе.

3. Стремление конкурирующих фирм ограничивать взаимодействие в рамках стратегического альянса до минимально необходимого уровня обусловлено необходимостью защиты своего бренда и стремлением самостоятельно (под своим брендом) выпустить инновационный продукт на рынок. Мотивы экономической безопасности заставляют конкурирующие фирмы, как создавать стратегические альянсы, так и преждевременно расторгать их до того (иногда задолго до того) как будут реализованы задекларированные при создании альянса цели.

4. Досрочное расторжение стратегического альянса не означает полного аннулирования возникших в рамках альянса партнерских отношений и возвращения фирм А и В на существовавший до альянса характер конкурентной борьбы. Своеобразный «научно-технический (технологический) шлейф» стратегического альянса коренным образом влияет на конкурентное поведение фирм А и В на ВТ-рынке и, соответственно, меняет общую конкурентную ситуацию на рынке на длительную перспективу, разделив с точки зрения фирмы (например, фирмы А) множество присутствующих на рынке фирм-конкурентов, на фирмы с которыми фирма А не состояла в стратегическом альянсе («конкуренты первого порядка») и фирм-конкурентов, с которыми фирма А состояла в прошлом в стратегическом альянсе («конкуренты второго порядка»).

5. Каждая из фирм-«конкурентов второго порядка», защищая свой сектор рынка от экспансии инновационных товаров фирм-«конкурентов первого порядка» одновременно объективно защищает и все множество рыночных секторов других фирм, продукция которых базируется на тех же инновационно-технических решениях и являющихся по отношению к ней фирмами-«конкурентами второго порядка», повышая тем самым экономическую безопасность всей совокупности фирм-«конкурентов второго порядка».

Автор считает своим приятным долгом выразить признательность и благодарность Хребтову А. О. за критические замечания и советы в процессе написания статьи.

## Литература

1. Ведущие японские производители объединились ради создания ОС для смартфонов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://soft.compulenta.ru/526908/>.
2. Microsoft и Nokia объединяются в глобальный альянс для разработки и продвижения мобильных решений для продуктивной работы. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://news.kompass.ua/news/2009-08-13-11194>.
3. Все о новых смартфонах Nokia с Nokia World 2011. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://hi-tech.mail.ru/news/misc/nokia\\_world\\_wp7.html](http://hi-tech.mail.ru/news/misc/nokia_world_wp7.html).
4. Sony, Toshiba и Hitachi объединяются, чтобы лишить Samsung лидерства на мировом рынке ЖК-дисплеев. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://delo.ua/business/sony-toshiba-i-hitachi-obedinjajutsja-chtoby-lishit-samsung-lider-163768/>
5. Япония национализирует смартфоны. Sony, Toshiba и Hitachi объединяют производства жидкокристаллических дисплеев. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economica.com.ua/tele/article/2080958.html>.
6. Производители смартфонов объединяются. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://hi-tech.mail.ru/news/misc/smartphone\\_makers\\_get\\_together.html](http://hi-tech.mail.ru/news/misc/smartphone_makers_get_together.html).
7. Гарретт Б., Дюссож П. Стратегические альянсы: Пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 2002, 332с.
8. Уолес Р.Л. Стратегические альянсы в бизнесе. Технологии построения долгосрочных партнёрских отношений и создания совместных предприятий / Пер. с англ. – М.: Добрая книга, 2005. – 208 с.
9. Ключко О.А. Международные стратегические альянсы – путь к развитию отрасли. // Проблемы современной экономики. – 2012. – № 4. – С.99-102.
10. Ноздрева Р.Б. Стратегические альянсы в международном бизнесе. // Менеджмент в России и за рубежом. – 2002. – № 6.
11. Вышегородский Д.В. Стратегические альянсы как возможность укрепления конкурентоспособности компаний черной металлургии. // Вопросы управления. – 2012. – № 4.
12. Klincewicz K. Strategic alliances in the high-tech industry. Logos Verlag, Berlin, 2005.
13. Harrigan K.R. Strategic Alliances and Partner Assymetries. Lexington Books, 2010.
14. Янч. Э. Прогнозирование научно-технического прогресса. – М.: «Прогресс», 1974. – 586 с.
15. Хребтов А.О. Особенности процесса создания инноваций в национальных экономиках полного и неполного инновационного цикла. // Системное моделирование социально-экономических процессов: Труды 32-ой международной научной школы-семинара, Вологда, 5-10 октября 2009 г.: в 3 ч. / под ред. В.Г. Гребенникова, И.Н. Щепиной, В.Н. Эйтингона – Воронеж: Издательско-полиграфический центр Воронежского государственного университета, 2009. – Ч. I. – с.51-59.
16. Хребтов А.О. Научно-технические и экономические особенности объективно существующих процессов создания инноваций в экономиках полного и неполного инновационного цикла. // Наука и науковедение. – 2010. – № 4. – С.3-14.
17. Хребтов А.О., Сколова Е.В. Симбиотические структуры как фактор и следствие инновационного развития. // Системное моделирование социально-экономических процессов: Труды 32-ой международной научной школы-семинара, Вологда, 5-10 октября 2009 г.: в 3 ч. / под ред. В.Г. Гребенникова, И.Н. Щепиной, В.Н. Эйтингона – Воронеж: Издательско-полиграфический центр Воронежского государственного университета, 2009. – Ч. II. – с.198-204.
18. Хребтов А.О., Сколова Е.В. Возникновение симбиотических структур как следствие и фактор инновационного развития. // Научные труды Донецкого национального технического университета. Серия: экономическая. Выпуск 38-3. – Донецк, ДонНТУ, 2010. – с.58-65.
19. Хребтов А.О. Национальные инновационные системы, трансфер технологий и экономическая безопасность. // Системное моделирование социально-экономических процессов: труды 34-ой Международной научной школы-семинара, Светлогорск, Калининградская обл., 26 сентября – 1 октября 2011 г.: в 2 ч. / под ред. В.Г. Гребенникова, И.Н. Щепиной, В.Н. Эйтингона – Воронеж: Издательско-полиграфический центр Воронежского государственного университета, 2011. – Ч. I. – с.209-217.

Статья поступила в редакцию 10.03.2014.