

УДК 334.012.61-022.56:[334.752:339.9](045)

Охріменко О. В.

Національний авіаційний університет

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ СТРАТЕГІЧНИХ АЛЬЯНСІВ

Статтю присвячено узагальненню теоретичних питань дослідження стратегічних альянсів компаній. Здійснено аналіз наукових підходів до визначення сутності поняття «стратегічний альянс». Визначено основні ознаки стратегічних альянсів. Установлено межі поняття шляхом відокремлення від інших форм співробітництва компаній.

Ключові слова: стратегічні альянси, компанії, співробітництво, ТНК, сутність, ознаки.

Постановка проблеми. Конкуренція та співпраця протягом багатьох століть тісно перепліталися у системі взаємозв'язків бізнес-одиниць. Але монополізація капіталу та становлення великих бізнес-структур вивели співробітництво на якісно новий рівень, що призвело до виокремлення нового різновиду співпраці компаній – стратегічних альянсів.

Стратегічні альянси як окреме явище, що потребує ретельного вивчення, зацікавили науковий світ у 80–90-х роках ХХ ст., саме тоді й було покладено початок численним ґрунтовним дослідженням їхніх сутності, проявів та ознак.

Однак емність понять «стратегічний» та «альянс» зумовлює віднесення багатьма експертами до числа стратегічних альянсів усього спектра співробітництва компаній від квазіринків до квазіінтеграції, ототожнення альянсів зі злиттями та поглинаннями чи разовими контрактними угодами. Таким чином, суперечливі тлумачення поняття «стратегічний альянс» зумовлюють актуальність його подальших досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Визначенню економічної сутності та природи стратегічних альянсів, переваг та недоліків членства, умов ефективного функціонування і т.д. присвячено праці низки іноземних науковців, а саме М.А. Бобіної та М.В. Грачова [1], Б. Гомес-Касереса [2; 18], Т. Даса, Б. Тенга, Л. Уїлкокса та К. Чої [3], Т. Кобіанчі [4], М. Портера та М. Фуллера [5], Г. Хемела, К. Прахалада, Г. Томаса та Д. О'Ніла [6], Ф. Фіцроя, З. Екса та Д. Герловскі [7], Д. Джоллі [20].

Протягом останнього десятиліття значно зросли здобутки українських науковців у сфері дослідження стратегічних альянсів, серед яких можна виокремити праці А. М. Магомедової, яка розглядає стратегічні альянси як спосіб розвитку партнерських відносин [9]; присвячену всебічному аналізу особливостей міжнародних стратегічних альянсів монографію В.В. Македона [10];

К.М. Станіви, де висвітлено специфіку формування стратегічних альянсів у міжнародному економічному просторі [11]; О.В. Гончарової з аналізу альянських форм управління в глобальному середовищі [15]; дослідження транскордонних стратегічних альянсів ТНК Т.В. Каленської [16].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Однак урахувавши неточності, які виникають при співставленні тлумачень сутності поняття «стратегічний альянс» у роботах різних науковців і постійні видозміни самих стратегічних альянсів відповідно до трансформацій зовнішнього середовища та задач, що постають перед компаніями в ХХІ ст., необхідним є чітке визначення сутності та меж поняття «стратегічний альянс».

Мета статті полягає в узагальненні підходів до визначення сутності, виокремленні основних ознак та меж співпраці, яка відповідає змісту поняття «стратегічний альянс».

Виклад основного матеріалу дослідження. Теоретичні аспекти формування, функціонування та розвитку стратегічних альянсів усебічно висвітлені в теоріях кооперації: транзакційних витрат, промислової організації, ресурсній, теорії мережі та ігор. Але кожна з теорій тільки частково розкриває сутність стратегічних альянсів (рис. 1).

Відсутність єдиного підходу до розуміння явища стратегічних альянсів зумовлює необхідність виокремлення основних ознак, від яких відштовхуються науковці при визначенні сутності поняття. Наприклад, М. Бобіна та М. Грачов основні підходи до тлумачення економічного змісту поняття «стратегічний альянс» поділяють за трьома напрямками: за місцем стратегічних альянсів у системі міжфірмових відносин; у залежності від стратегічних цілей формування альянсів та націленості на ресурси партнерів; як міжфірмові структури управління та контролю [1, с. 40].

Наукові підходи до розуміння феномену стратегічних альянсів зародилися та розвивалися в іноземних наукових колах (табл. 1).

Із кінця ХХ – початку ХХІ ст. даний напрям досліджень привернув увагу й українських науковців (табл. 2).

Поряд із тим актуальність подальшого наукового узагальнення функціонування стратегічних альянсів та взаємодії компаній у їхніх межах визначається як наявністю суперечливих тлумачень сутності поняття (табл. 3), так і багатогранністю самого явища.

Таким чином, можна виокремити низку ознак, відштовхуючись від яких науковці схильні відносити співробітництво компаній до різновиду стратегічних альянсів:

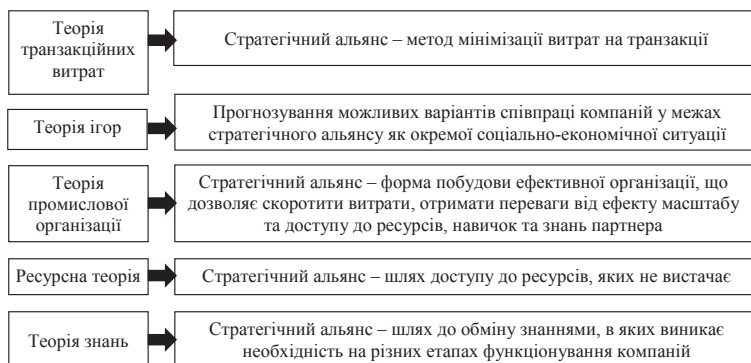


Рис. 1. Стратегічні альянси в теоріях кооперації

Джерело: складено автором

- орієнтація на досягнення синергетичних ефектів;
- реалізація співпраці на довгостроковій основі;
- фрагментарність зв'язків;
- збереження незалежності та автономна діяльність компаній-партнерів поза межами альянсу;
- тимчасовий характер;
- організаційна гнучкість об'єднання;
- наявність стратегічної складової.

Таблиця 1
Економічна сутність поняття «стратегічний альянс» у працях іноземних науковців

Науковець	Тлумачення сутності поняття «стратегічний альянс»
Б. Гомес-Кассерес	Міжфірмові структури управління та контролю, установлені на основі неповних контрактів, коли кожен із самостійних учасників має тільки обмежений контроль над діяльністю альянсу.
Т. Дас, Б. Тенг, Л. Уїлкоккс, К. Чої	Добровільні спільні міжфірмові угоди, орієнтовані на забезпечення конкурентних переваг і передбачають створення спільної вартості чи оптимізацію наявної.
Т. Кобіанчі	Співпраця між національною та/чи іноземною компанією, за якої спільні зусилля створюють синергізм ресурсів для отримання більшої вигоди, ніж у випадку індивідуальної дії.
М. Портер, М. Фуллер	«Коаліція» як засіб здійснення компанією своєї діяльності при поєднанні зусиль з іншими компаніями замість одноосібного виконання; реалізується в межах міжнародної стратегії ТНК.
Г. Хемел, К. Прахалад, Г. Томас, Д. О'Ніл	Альянс, що має вирішальне значення для реалізації стратегії фірми: забезпечує розвиток ключової компетенції одного чи всіх стратегічних партнерів, є основою створення та/чи досягнення довгострокової стратегічної переваги.
Ф. Фіцрой, З. Екс, Д. Герловскі	Міжфірмове співробітництво, що дає можливість кожній із компаній покластися на сильні унікальні сторони інших учасників альянсу, коли ключові компетенції партнерів доповнюють одна одну і ні в кого з партнерів не виникає бажання чи можливості захопити (поглинути) унікальні переваги партнера.

Джерело: складено автором за [2–7]

Таблиця 2
Економічна сутність поняття «стратегічний альянс» у працях українських науковців

Науковець	Тлумачення сутності поняття «стратегічний альянс»
В.М. Ємельянов	Угода про кооперацію двох або більше незалежних фірм для досягнення певних комерційних цілей, одержання синергетичного ефекту через об'єднання та взаємодоповнення стратегічних ресурсів компаній.
А.М. Магомедова	Форма партнерських відносин, яка передбачає довгострокове об'єднання підприємств як на конкурентній основі, так і без неї, створення спільної ресурсної бази, яка використовується учасниками для досягнення загальних стратегічних цілей та на умовах збереження їхньої повної автономності.
В.В. Македон	Довірчі довгострокові взаємовигідні стосунки між компаніями, що дозволяють кожному з партнерів ефективніше досягати стратегічних цілей за допомогою отримання синергії об'єднаних і взаємодоповнюючих стратегічних ресурсів.
К.М. Станіва	Угода про кооперацію двох або більше незалежних фірм для досягнення певної комерційної мети та отримання синергії об'єднаних і таких, що взаємодоповнюють один одного, стратегічних ресурсів.

Джерело: складено автором за [8–11]

Таблиця 3
Суперечливі тлумачення сутності поняття «стратегічний альянс»

Науковець	Тлумачення сутності поняття «стратегічний альянс»
Ю. Маліч	Глобальні корпорації, що домінують на ринках і володіють новітніми продуктивними та технологічними розробками.
М. Рудик	Співпраця між компаніями з метою встановлення довгострокових ділових, фінансових, посередницьких і т.д. відносин, яка передбачає взаємне володіння акціями.
М. Кизим	Міжорганізаційні угоди учасників з інтеграції різних форм капіталу без створення нової організації й участі в активах на правах власності з метою досягнення загальних тактичних цілей партнерів за рахунок взаємної компенсації їхніх слабких сторін або створення конкурентних переваг партнерів.

Джерело: складено автором за [12–14]

Підходи до визначення сутності поняття «стратегічний альянс» та риси альянсів, які для цього використовували науковці, змінювалися відповідно до трансформації характеру взаємодії між компаніями в рамках утворених ними стратегічних альянсів. Зокрема, довгостроковий період існування та гнучкість утворення стали притаманними рисами стратегічних альянсів тільки з кінця 90-х років ХХ ст.

На початку ХХІ ст. визначальною рисою стратегічних альянсів більшість науковців називають отримання синергетичних ефектів, розглядаючи їх як показник ефективності співробітництва компаній у рамках альянсного утворення та цільності створення альянсу в цілому. Зокрема, обов'язковість виникнення синергетичного ефекту підкреслює О.В. Гончарова: «Стратегічний альянс – угода про кооперацію двох або більше незалежних фірм для досягнення певних комерційних цілей, одержання синергії об'єднаних і взаємодоповнюючих ресурсів компаній [15, с. 45]».

Виявити синергетичні ефекти стратегічних альянсів можна за напрямками виникнення переваг компаній від утворення альянсу. Такими перевагами можуть бути: доступ до каналів збуту партнерів та їхньої частки світового ринку; доступ до технологій, продукції та інтелектуальної власності; доступ до капіталу; відкриття нових ринків для товарів та послуг чи нової продукції для споживачів; зростання упізнаваності та популярності бренду за рахунок використання інформаційних каналів партнерів; скорочення часу розробки продукту та його виведення на ринок; зменшення ризиків та витрат на проведення дослідно-конструкторських робіт; доступ до навичок управління проектами чи управлінського досвіду тощо.

Такі науковці, як Т.В. Каленська [16], В.Г. Грінін [17], Г. Хемел, К. Прахалад, Г. Томас та Д. О'Ніл [6], відносять співпрацю компаній до різновиду стратегічних альянсів, якщо вона не тільки повністю відповідає вищезазначеним ознакам стратегічних альянсів, але й здійснюється в межах міжнародної стратегії ТНК та має вирішальне значення для реалізації стратегії корпорації в цілому, що фактично означає виокремлення ТНК як основоутворюючого суб'єкта стратегічних альянсів.

Деякі науковці для позначення стратегічних альянсів рівня ТНК схильні використовувати поняття «міжнародний стратегічний альянс» (наприклад, [10]). А.Б. Гомес-Кассерес [18] окремо розглядає стратегічні альянси між представниками малого бізнесу. Тобто дискусійним залишається

ся питання щодо рівня співробітництва та розмірів компаній, які є достатніми для забезпечення стратегічної складової альянсу.

Аналіз співробітництва на рівні малого та середнього бізнесу в більшості випадків указує на відсутність не тільки стратегічної складової співпраці (часто представлена як збільшення розміру ринкової частки, покращання ринкової позиції, формування конкурентної переваги чи ключової компетенції), але й повноцінної стратегії компаній.

Хоча Т.В. Каленська [16] як стратегічну складову альянсу для малого та середнього бізнесу виокремлює перспективу стратегічного розвитку компанії чи високу цінність співробітництва для поточної діяльності (наприклад, велика частка спільного виробництва з партнером по альянсу в загальному випуску продукції). Досягнення таких умов у більшості випадків можливо тільки при співпраці з ТНК чи великою бізнес-структурою, що буде мати стратегічне значення тільки для представників малого та середнього бізнесу, а не вирішальне значення для реалізації стратегії великої компанії. Тобто такий варіант співробітництва не можна розглядати як повноцінний стратегічний альянс, що підтверджує думку про те, що тільки ТНК та великі бізнес-структури є основоутворюючими суб'єктами стратегічних альянсів, так як тільки співпраця рівнозначних чи наближених за потенціалом партнерів кожною стороною буде розглядатися як стратегічно важлива.

У загальному розумінні «стратегія» – довгостроковий план (програма) досягнення цілей бізнес-одиниці, що може переглядатися час від часу. Однак, на думку М. Портера [5; 19], повноцінна стратегія компанії – не окрема дія чи мета діяльності, а обране позиціонування, яке забезпечує довгострокову наявність конкурентної переваги та захист від п'яти сил конкуренції, що знижують прибуток [19, с. 113]; оптимальна конкурентоздатна стратегія, завдяки якій компанія досягає стабільної максимальної ефективності діяльності [19, с. 31–32]; свідомий вибір особливого комплексу дій для створення унікальної вартості [19, с. 116]. Таким чином, на думку науковця, більшість компаній мають виключно недалекоглядну стратегію конкуренції за право лідерства на ринку чи в галузі, а не повноцінну стратегію, яка забезпечує унікальність компанії та довгострокову конкурентоспроможність.

Відповідно до розуміння стратегії М. Портером, стратегічний альянс – інструмент, який надає компанії можливість обрати шлях розвитку, відмінний від шляху конкурентів, що й забезпечує досягнення унікальності компанії. Таким чином, утворюючими елементами стратегічних альянсів є ТНК та великі бізнес-структури, оскільки саме їм може бути притаманна наявність повноцінної стратегії та конкурентних переваг.

Отже, усебічний аналіз співробітництва, яке прийнято відносити до числа стратегічних альянсів, а також підхід М. Портера до розуміння стратегії компанії приводять до висновку, що слід відокремлювати повноцінні стратегічні альянси, яким притаманні усі вищезазначені ознаки стратегічних альянсів і учасниками яких є ТНК та великі бізнес-структури, і співробітництво компаній, якому притаманні більшість ознак стратегічних альянсів, тобто коли учасниками такої співпраці виступають представники малого та середнього бізнесу.

Дискусійним залишається питання меж стратегічних альянсів: відокремлення від звичайних ринкових транзакцій, злиттів та поглинань.

Стратегічні альянси слід відокремлювати від звичайних ринкових транзакцій. Відмінними рисами є:

- короткостроковий разовий характер та відсутність стратегічної складової звичайних контрактів;
- вибір на користь звичайних контрактів у випадку низьких транзакційних витрат та не унікальності об'єкту контрактної угоди;
- більш тісний та довгостроковий характер взаємозв'язку партнерів при створенні стратегічного альянсу.

Таким чином, стратегічний альянс компанії доцільно формувати, якщо вона отримує доступ до унікальних ресурсів, якщо ж ресурс є не унікальним, то більш доцільними є звичайні разові ринкові транзакції.

Для розкриття тісноти взаємозв'язків партнерів при утворенні стратегічного альянсу пропонуємо використовувати такі критерії, як делегування частини відповідальності/повноважень та встановлення залежності компанії від дій партнера по альянсу.

Д. Джоллі [20] наголошує на тому, що співробітництво в рамках стратегічних альянсів зумовлює втрату частини автономії компаній у сфері створення альянсу. Однак більш доцільно розглядати стратегічні альянси з точки зору делегування частини відповідальності за здійснення певної діяльності, а не з точки зору втрати автономії, так як створення альянсу – добровільне рішення, тобто компанія погоджується на делегування частини своїх функцій іншій компанії, а не здійснення їх самостійно, і в будь-який момент може вийти з альянсу, змінити пріоритети/акценти співпраці тощо, тоді як поняття «утрата частини автономії» передбачає меншу гнучкість співпраці та варіативність дій, ніж закладені у поняття «делегування».

Добровільне делегування частини відповідальності за здійснення певної діяльності зумовлює встановлення залежності компанії від дій партнера.

Прикладом делегування частини повноважень та встановлення залежності є створення стратегічного альянсу у формі спільного підприємства Transfreight між Mitsui Trading Company, яка належить Toyota, та TNT Logistics. Toyota делегувала TNT Logistics проміжне зберігання запчастин та їхнє транспортування на заводи Toyota у Північній Америці. А залежність Toyota від дій TNT Logistics полягала в тому, що виробнича система Toyota передбачає високий ступінь залежності заводів від вчасного постачання запчастин, оскільки Toyota слідує принципу мінімізації матеріальних запасів, тому несвоєчасність постачання призводить до зупинки виробничих ліній [21, с. 268–269].

Тісний характер зв'язку між партнерами у стратегічному альянсі зумовлює ототожнення окремими науковцями [22] стратегічних альянсів з японськими кейрецу. Але ці два різновиди співпраці компаній є відмінними. Зокрема, М. Бобіна та М. Грачов підкреслюють той факт, що взаємодія між членами корпоративної сім'ї (кейрецу, чеболя) ґрунтується більшою мірою на традиціях ведення бізнесу (багатівікова внутрішньогрупова лояльність), а не на раціональній економічній поведінці [1, с. 25]. Відповідно, орієнтація на партнерів у стратегічних альянсах відбувається тільки в рамках попередньо досягнутих угод і може бути порушена опортуністичною поведінкою будь-

якого учасника в будь-який момент, тоді як у кейрецу – прерогативою здійснення будь-яких дій, уникнення якої не передбачається можливим.

Ступінь залежності, що виникає між партнерами в рамках стратегічного альянсу, є меншим, ніж між компаніями – членами корпоративної сім'ї. Так, Toyota та Nippon Denso (Japan Electronics) входять до складу одного кейрецу. Nippon Denso протягом тривалого часу здійснювала постачання електричних та електронних комплектуючих для Toyota. При цьому співробітництво було глибшим за передбачене традиційним стратегічним альянсом, оскільки Nippon Denso фактично функціонувала як підрозділ Toyota, а не як окрема компанія, так як була повністю орієнтованою на першочергове забезпечення потреб Toyota [21, с. 272]. Тобто співробітництво між компаніями одного кейрецу часто порушує принцип збереження автономності діяльності, що є обов'язковою ознакою стратегічних альянсів.

Стратегічні альянси – різновид співробітництва, який набуває різноманітних форм, але простягається виключно до початку повноцінного злиття чи поглинання компаній, або поглинання одним із партнерів спільного підприємства. Наприклад, завершення стратегічного альянсу між TNT Logistics та Mitsui Trading Company відбулося у 2002 р. шляхом викупу Mitsui Trading Company частки TNT Logistics у Transfreight.

Вибір на користь створення стратегічних альянсів, а не на користь повноцінного злиття та поглинання компаній зумовлений низкою чинників:

- компанії мають межі зростання – укрупнення бізнесу призводить до зменшення гнучкості нової великої бізнес-одиниці та збільшення внутрішньокорпоративної бюрократії. Прикладом є хвиля злиттів та поглинань у фармацевтичній галузі у другій половині 1990-х років, яка, за оцінками експертів, не принесла очікуваних переваг від укрупнення бізнесу [1, с. 151–152];

- незмінною залишається структура власності компаній – учасників альянсу, відповідно, не розгортається довгостроковий та громіздкий процес створення нової ефективної структури;



Рис. 2. Межі стратегічних альянсів

Джерело: розроблено автором

- можливістю співпрацювати виключно за обраними напрямками;

- транзакційні витрати знаходяться на середньому рівні та недостатньо високі для повноцінної вертикальної інтеграції;

- наявністю зовнішніх обмежень, які перешкоджають консолідації активів (наприклад, антимонопольне законодавство).

Висновки. Стратегічний альянс – різновид співробітництва, за якого учасники альянсу делегують один одному частину відповідальності/повноважень і отримують доступ до унікальних ресурсів партнерів, що супроводжується встановленням залежності компаній від дій партнерів; здійснюється на довгостроковій основі, орієнтоване на досягнення цілей у рамках реалізації стратегії компаній, які співпадають за окремими напрямками та протягом певного проміжку часу, та отримання синергетичних ефектів; притаманними ознаками співпраці є фрагментарність зв'язків, збереження незалежності та автономна діяльність компаній-партнерів поза межами альянсу та організаційна гнучкість об'єднання.

Стратегічні альянси охоплюють широкий спектр взаємовідносин між компаніями від традиційних контрактних угод до повноцінної інтеграції шляхом злиття та поглинання, але передбачають установлення менш тісних зв'язків, ніж між членами однієї корпоративної сім'ї (рис. 2).

Список літератури:

1. Бобина М.А. Международный бизнес: стратегия альянсов / М.А. Бобина, М.В. Грачев. – М.: Дело, 2006. – 240 с.
2. Gomes-Casseres B. The Alliance Revolution: The New Shape of Business Rivalry (Summary of chapters) / B. Gomes-Casseres. – Cambridge, MA: Harvard University Press, 1996 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.alliancestrategy.net/PDFs/BGC%20ARcontents%20HUP.pdf>.
3. Das T.K. A resource-based theory of strategic alliances / T.K. Das, B.S. Teng // Journal of Management. – 2000. – № 1. – Vol. 26. – P. 31–61.
4. Cobiانchi T.T. Relationships among strategic alliance factors and strategic alliance success: unpublished doctoral dissertation / T.T. Cobiانchi. – U.S. International University, 1994. – 228 p.
5. Porter M.E. Coalitions and global strategy / M.E. Porter, M.B. Fuller // In M. E. Porter (ed) Competition in global industries. – Boston: Harvard Business School Press, 1986. – 321 p.
6. Хэмел Г. Стратегическая гибкость / Г. Хэмел, К. Прахалад, Г. Томас, Д. О'Нил. – СПб.: Питер, 2005. – 386 с.
7. FitzRoy F. Management and Economics of Organization / F. FitzRoy, Z. Acs, D. Gerlowski. – London: Prentice Hall, 1998. – 734 p.
8. Ємельянов В.М. Роль держави у формуванні та підтримці кластерного підходу до обґрунтування стратегій економічної політики й підвищення конкурентоспроможності регіонів / В.М. Ємельянов // Інвестиції: практика та досвід. – 2011. – № 16. – С. 106–109.
9. Магомедова А.М. Утворення стратегічних альянсів як спосіб розвитку партнерських відносин / А.М. Магомедова // Інвестиції: практика та досвід. – 2011. – № 19. – С. 47–49.
10. Македон В.В. Міжнародні стратегічні альянси компаній: [монографія] / В.В. Македон. – Д.: ДУЕП, 2010. – 304 с.
11. Станіва К.М. Формування стратегічних альянсів у міжнародному економічному просторі / К.М. Станіва // Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво». – 2009. – № 3. – С. 175–179.
12. Маліч Ю. Маркетингові альянси у стратегіях інноваційного розвитку підприємств / Ю. Маліч // Маркетинг в Україні. – 2008. – № 3. – С. 46–52.

13. Рудык Н. Схемы развития бизнеса / Н. Рудык // Менеджмент і менеджер. – 2009. – № 1. – С. 12–16.
14. Кизим Н.А. Организация крупномасштабных экономико-производственных систем / Н.А. Кизим. – Х.: Бизнес Информ, 2000. – 108 с.
15. Гончарова О.В. Альянсні форми управління у глобальному середовищі / О.В. Гончарова // Інвестиції: практика та досвід. – 2011. – № 14. – С. 43–49.
16. Каленська Т.В. Транскордонні стратегічні альянси ТНК: [монографія] / Т.В. Каленська. – Ірпінь: НУ ДПС України, 2010. – 150 с.
17. Грінін В.Г. Використання досвіду транснаціональних альянсів і союзів євро регіонів / В.Г. Грінін // Вісник Східно-українського національного університету ім. В. Даля. – 2011. – № 2. – Ч. 1. – С. 53–58.
18. Gomes-Casseres B. Alliance Strategies of Small Firms / B. Gomes-Casseres // Small Business Economics. – 1997. – № 9. – Р. 33–44 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.alliancestrategy.com/PDFs/BGC%20SmallFirmAlliances%20SBE97.pdf>.
19. Маргетта Дж. Ключевые идеи. Майкл Портер. Руководство по разработке стратегии / Дж. Маргетта; пер. с англ. А. Калинина. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 272 с.
20. Jolly D. Alliance strategy: linking motives with benefits / D. Jolly // European Business Forum. – 2002. – № 9. – Р. 47–50.
21. Лайкер Дж. Дао Toyota: 14 принципов менеджмента ведущей компании мира / Дж. Лайкер; пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2013. – 400 с.
22. Каїра З.С. Стратегічні альянси: [навч. посіб.] / З.С. Каїра, А.І. Омелянчук, О.В. Иванова. – Д.: Юго-Восток, Лтд, 2006. – 204 с.

Охрименко Е. В.

Национальный авиационный университет

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ СТРАТЕГИЧЕСКИХ АЛЛЯНСОВ

Резюме

Статья посвящена обобщению теоретических аспектов исследования стратегических альянсов компаний. Осуществлен анализ научных подходов к определению сущности понятия «стратегический альянс». Определены основные черты стратегических альянсов. Путем отделения от иных форм сотрудничества компаний установлены границы понятия.

Ключевые слова: стратегические альянсы, компании, сотрудничество, ТНК, сущность, черты.

Okhrimenko O. V.

National Aviation University

THEORETICAL APPROACHES TO THE STRATEGIC ALLIANCES ANALYSIS

Summary

The article deals with theoretical aspects of companies strategic alliances. The analysis of scientific approaches to defining an essence of strategic alliances concept is done. The main features of strategic alliances are identified. The scope of the concept is determined by separating strategic alliances from other forms of companies' cooperation.

Keywords: strategic alliances, companies, cooperation, TNC, essence, features.

УДК 339.166.5

Стадник О. І.

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ЯК ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ

У статті викладено результати досліджень щодо поняття та ознак інтелектуальної власності, доведено, що на сучасному етапі розвитку пріоритетним ресурсом є знання, котрі є визначальним чинником міжнародної конкурентоспроможності в глобальному середовищі.

Ключові слова: інтелектуальна власність, майнові та немайнові права, економічний розвиток.

Постановка проблеми. Власність є категорією, яка визначає основу системи господарських відносин. Враховуючи останні тенденції, пріоритетним стає аналіз поняття та ознак інтелектуальної власності, оскільки саме інтелектуальна власність, законодавчо легітимізована, дає змогу отримати прибутку, розширити доступ на нові ринки, змінити конкурентоздатність господарюючого суб'єкта.

Найбільшу цінність як для держави в цілому, так і для компанії зокрема відіграє творча (креативна) праця, відповідно, формування умов для її ефективної організації є важливим завданням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню різних аспектів інтелектуальної власності присвячені роботи багатьох вітчизняних та зарубіжних фахівців: О. Бутнік-Сіверського, М. Пала-