

2. Voronkova V., Nikitenko V., Metelenko N. AGILE-economy as a factor in improving the digital society. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2022. Vol.8. No 2. Pp. 51-58

3. Metelenko N., Klopov I., Voronkova V., Nikitenko V., Oleksenko R., Brytvienko A., Runcheva N. Development of flexible management structures in the context of digital transformation of industry 5G. *International Journal of Membrane Science and Technology. Review of Economics and Finance*. 2023. Vol. 21 Pp. 2052-2060.

Гринчак Наталія Анатоліївна,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту,
маркетингу та публічного управління;
Національна академія статистики, обліку та аудиту

МІЖНАРОДНІ СТРАТЕГІЧНІ АЛЬЯНСИ В ГЛОБАЛЬНОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ

Глобалізація ринків характеризується агресивним конкурентним середовищем і сценарієм розвитку постійних та прискорених технологічних інновацій і змін, які можуть генерувати збої будь-коли та будь-де. Основними гравцями в цьому контексті є, з одного боку, багатонаціональні підприємства та їх стратегії інтернаціоналізації; і з іншого боку, уряди та підприємства країн, що розвиваються, та прямують до технологічного прогресу, економічного зростання та соціального розвитку, використовуючи прямі іноземні інвестиції та інші форми асоціації з операціями багатонаціональних компаній, такі як субпідряд, виробництво оригінального обладнання, участь у глобальних ланцюгах поставок і ланцюгах створення вартості, глобальних виробничих мережах, спільних підприємствах та інших видах бізнес-альянсів.

Міжнародний стратегічний альянс зазвичай визначається як угода про співпрацю між фірмами, головні офіси яких розташовані в різних країнах. Фірми-партнери залишаються юридично незалежними після створення альянсу, і відносини альянсу є відносно довготривалими [1].

Міжнародні стратегічні альянси можна класифікувати за кількома вимірами.

По-перше, в залежності від типу діяльності в умовах співробітництва, міжнародні стратегічні альянси можна поділити на ліцензування, франчайзинг, управлінські послуги, постачання, дослідження та розробки, виробництво, маркетинг та інші. Міжнародний стратегічний альянс може займатися як одним видом діяльності, так і комбінацією видів діяльності.

По-друге, в залежності від кількості залучених партнерів міжнародний стратегічний альянс може бути двостороннім або багатостороннім.

По-третьє, ґрунтуючись на національності учасників альянсу, міжнародний стратегічний альянс можна в широкому сенсі визначити як угоду про співпрацю між фірмами, одна з яких має штаб-квартиру за межами країни альянсу; тому міжнародний стратегічний альянс можна класифікувати як альянс «дім-дім», «дім-господар» або «дім-третя сторона». Більшість існуючих досліджень стосуються міжнародних стратегічних альянсів, сформованих між іноземною фірмою та місцевою фірмою.

По-четверте, на основі залучення інвестицій в акціонерний капітал міжнародні стратегічні альянси можна класифікувати на альянси, які не засновані на акціонерному капіталі, і альянси, засновані на акціонерному капіталі. Міжнародні стратегічні альянси, не засновані на капіталі, також називають контрактними; міжнародні стратегічні альянси, засновані на капіталі, часто називають міжнародними спільними підприємствами.

В основі створення міжнародних стратегічних альянсів лежать компанії, які прагнуть розвиватися, але можуть не мати ресурсів для реалізації певних ініціатив. Замість того, щоб діяти самостійно, вони залучають до партнерства інші компанії з необхідними ресурсами або досвідом [2].

Яскравим прикладом виступає компанія Uber. Незважаючи на величезну клієнтську базу і те, що Uber був зацікавлений у тому, щоб зробити поїздку максимально приємною, самостійне створення власного сховища музики, якою пасажери могли б насолоджуватися за запитом, було б дорогим завданням. Тому Uber звернувся до Spotify, про укладання стратегічного альянсу. Spotify, зі свого боку, маючи добре розроблений технологічний продукт, був готовий для ширшої аудиторії споживачів (саме те, що міг запропонувати Uber). Утворивши стратегічний альянс, у якому Uber надавав споживачам, а Spotify – технологію, дві компанії об'єдналися, щоб створити ринкову можливість, якої жодна з них не могла б досягти самостійно [3].

Як і у випадку з будь-яким важливим бізнес-рішенням, стратегічні альянси мають потенційні переваги та недоліки, які варто розуміти.

Щодо переваг, то міжнародний стратегічний альянс може дозволити компанії скористатися новими можливостями, які вона інакше втратила б. Це може включати залучення нових клієнтів, вихід на нові ринки або створення та продаж нових продуктів. Кожен із цих шляхів може збільшити прибуток і прибутковість компанії.

Стратегічні альянси також є способом диверсифікації потоку доходів компанії та зниження загальнокорпоративного фінансового ризику. Участь в стратегічному альянсі також може знижувати ризик, оскільки компанії з досвідом у різних сферах надають один одному доступ до ресурсів для вирішення унікальних завдань або навігації за незнайомими бізнес-сценаріями.

Зрештою, стратегічні альянси можуть принести користь іміджу компанії, якщо вона співпрацює з іншою відомою компанією, особливо з тією, що має стійку присутність на різних ринках.

При цьому, стратегічний альянс, швидше за все, буде успішним, якщо між партнерами буде налагоджено ефективну комунікацію. Це означає, що обидві сторони повинні постійно витрачати ресурси на управління альянсом та забезпечення синхронізації та згоди обох сторін. Крім того, якщо між членами альянсу є серйозні розбіжності, вони можуть витрачати ресурси на вирішення конфліктів, які б не виникли, якби не було альянсу.

Хоча обидві сторони повинні виграти від стратегічного альянсу, одна компанія часто виграє більше, ніж інша, і не існує простого рішення, щоб це врівноважити. Також може розвинутиись неприродна залежність однієї чи іншої сторони з погляду ресурсів чи досвіду. Варто зауважити, що так само, як стратегічний союз може підвищити імідж компанії, може відбутись і протилежна ситуація. Недопрацювання однієї компанії можуть завдати шкоди репутації іншої, навіть якщо вона, можливо, не мала до них жодного відношення.

Хоча існує багато прикладів успішних стратегічних альянсів, компанії також повинні бути обережними у виборі правильних партнерів і переконатися, що цілі альянсу є чіткими та зрозумілими від самого початку.

Список використаних джерел

1. Dan Li. International Strategic Alliances. URL: <https://www.oxfordbibliographies.com/display/document/obo-9780199846740/obo-9780199846740-0063.xml>
2. Will Kenton. Strategic Alliances: How They Work in Business, With Examples. URL: <https://www.investopedia.com/terms/s/strategicalliance.asp>
3. Uber. Your Ride, Your Music. URL: <https://www.uber.com/newsroom/ridermusic/>