**Махова Галина Вікторівна. Формування та функціонування стратегічних альянсів підприємств в Україні: теоретико-методичні аспекти : Дис... канд. наук: 08.00.04 – 2009**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | Махова Г.В. Формування та функціонування стратегічних альянсів підприємств в Україні: теоретико-методичні аспекти. – Рукопис.  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», Київ, 2009.  У дисертації наведено комплексне вирішення наукового завдання щодо системного обґрунтування теоретичних засад формування стратегічних альянсів підприємств та подальшого розвитку методичних основ забезпечення їх успішного функціонування.  Проаналізовано концептуальні положення партнерської взаємодії як моделі розвитку підприємства. На цій основі визначено сутнісно-змістовне наповнення поняття стратегічних альянсів підприємств та їх основні риси, розширено класифікаційні ознаки альянсів підприємств. Розроблено концептуальні підходи щодо формування альянсів. Ідентифіковано інформаційний простір дослідження процесів формування й функціонування стратегічних альянсів в Україні та запропоновано засади його структуризації, на основі чого узагальнено досвід і виявлено особливості участі вітчизняних підприємств у альянсах порівняно зі світовою практикою. Сформульовано положення щодо вибору способу взаємодії підприємств у межах альянсу, виходячи з конфігурації їх цільових настанов. Розроблено рекомендації щодо реконфігурації діяльності підприємства-учасника альянсу. Розвинуто методичні рекомендації щодо оцінювання ефективності участі підприємства у альянсі. | |
| |  | | --- | | У дисертації наведено теоретичне узагальнення та запропоновано нове вирішення наукового завдання щодо системного обґрунтування теоретичних засад формування стратегічних альянсів підприємств і подальшого удосконалення методичних підходів щодо забезпечення їх успішного функціонування. Основні результати теоретичного, методичного і науково-практичного спрямування є такими:  1. На основі системного аналізу теоретичних поглядів на необхідність поєднання прямої конкуренції з відносинами співробітництва, зумовлену особливостями поведінки підприємств в ринковій економіці, виявлено, що існує нагальна потреба у розробці та обґрунтуванні теоретико-методичних основ формування й функціонування стратегічних альянсів як способу досягнення стратегічних цілей підприємств шляхом використання зовнішніх можливостей та ресурсів.  2. Систематизація основних положень науково-теоретичних підходів до виявлення причин коопераційних процесів між підприємствами з позицій різних теорій фірми та дослідження природи альянсів у прикладному контексті дали можливість сформувати концептуальні засади міжфірмових коопераційних зв’язків та ідентифікувати характерні риси стратегічного альянсу. На підставі узагальнення теоретичних і прикладних основ розкриття сутності та природи стратегічного альянсу, що полягає в органічному поєднанні нормативно-правових, фінансово-економічних, організаційно-майнових та стратегічних аспектів взаємодії підприємств в межах альянсу, запропоновано його визначення як системи договірних відносин між підприємствами з приводу досягнення ними стратегічних цілей на основі спільного використання ресурсів та отримання синергійного ефекту.  3. Відсутність єдиного підходу до класифікації стратегічних альянсів підприємств обмежує можливості розробки організаційних і управлінських механізмів забезпечення їх ефективного функціонування. Для вирішення проблеми системного забезпечення ефективної взаємодії підприємств в межах альянсів і механізмів управління нею в межах класифікації подібних партнерств необхідно визначати: 1) вид альянсу – на основі характеру ринкових відносин підприємств поза альянсом (альянси між підприємствами-конкурентами та неконкурентами), що зумовлює визначення меж спільних інтересів партнерів та вибір способів їх реалізації; 2) тип альянсу – за функціональною спрямованістю спільної діяльності його учасників (сфокусовані та змішані альянси) для встановлення фокусу прикладання зусиль (сфери спеціалізації) партнерів; 3) форми альянсу – на основі моделі організації взаємовідносин підприємств-учасників (майнові та немайнові альянси) для забезпечення ефективної координації спільної діяльності.  4. На основі узагальнення теоретичних підходів і практики щодо відбору підприємств-партнерів встановлено недостатній рівень наукової обґрунтованості методичних підходів до створення стратегічних альянсів. Для формалізації процесу формування альянсу на основі логіки вибудовування стратегічної поведінки підприємства у континуумі «цілі – способи досягнення – ресурси» запропоновано відрізняти два концептуальні підходи щодо формування стратегічних альянсів – цільовий та ресурсний, в межах яких визначається послідовність і зміст заходів щодо відбору потенційних партнерів на основі проактивності або адаптивності стратегічної поведінки підприємства-ініціатора формування альянсу.  5. З метою розв’язання проблеми обмеженості інформаційного забезпечення дослідження стратегічних альянсів, зокрема в сучасній практиці функціонування та розвитку вітчизняних підприємств, визначено концептуальні основи формування інформаційного простору дослідження стратегічних альянсів підприємств, під яким запропоновано розуміти форми руху інформації, що виділяється на основі предметної орієнтації інформаційних ресурсів на дослідження стратегічних альянсів підприємств, упорядкуванні наукових методів та прикладних прийомів їх організації з урахуванням когнітивних і компетенційних характеристик інформаційних суб’єктів, що беруть участь у процесах формування та функціонування стратегічних альянсів.  6. Виявлено, що характерними тенденціями формування стратегічних альянсів в Україні є такі: поширення альянсових угод одночасно із зростанням кількості угод злиттів і поглинань на відміну від світової практики створення стратегічних альянсів як альтернативи «жорстким» формам взаємодії підприємств; еволюція цільових настанов учасників стратегічних альянсів від політичного лобіювання інтересів підприємств на початку 2000-х років до реалізації стратегічних цілей в конкурентному контексті (вихід на нові ринки, навчання персоналу, отримання нових технологій); поширення альянсів виробничого, комерційного, виробничо-комерційного типу та поодинокими випадками створення технологічних і науково-дослідних альянсів.  7. З метою формалізації та подальшого удосконалення способів забезпечення ефективної взаємодії учасників альянсу з урахуванням цілей підприємств-партнерів запропоновано виділяти шість можливих конфігурацій цілей, на основі чого розроблено авторський підхід щодо визначення компонентів способу взаємодії партнерів, до яких віднесено: процесну модель співробітництва (відображення сфери та змісту робіт партнерів щодо забезпечення функціонування альянсу), організаційну форму альянсу (спосіб організації спільної діяльності персоналу підприємств-учасників) і формат управління альянсом (способи та методи координації дій підприємств-партнерів).  8. У процесі формування альянсу з метою передбачення та визначення можливих змін у складових системи підприємства-учасника за умови збереження його гомеостазу розроблено методичні засади реконфігурації діяльності підприємства в стратегічному, оперативному, структурному і соціально-психологічному контекстах, які визначені за рівнем управління підприємством та його системоутворюючими характеристиками. Це дозволяє вирішити завдання одночасного здійснення підприємством самостійної, незалежної діяльності та такої, що пов’язана із функціонуванням альянсу.  9. Запропоновано методичні засади оцінювання ефективності участі підприємства в альянсі, які передбачають визначення ефекту партнерської взаємодії як ступеня реалізації встановлених цілей учасників альянсу на стратегічному та оперативному рівнях. Стратегічний ефект запропоновано визначати за критеріями реалізації стратегічних цілей із використанням евристичних методів, а оперативного ефекту – за економічними наслідками альянсу для підприємства-учасника через досягнення синергії в різних сферах діяльності. Такий підхід дозволяє визначати кількісні та якісні наслідки участі підприємства в альянсі. | |