

3. совершенствование системы рефинансирования коммерческих банков с исключением любых нерыночных инструментов предоставления ликвидности.

Литература:

1. Деньги, кредит, банки: учеб. / Г.И. Кравцова [и др.]; под ред. Г.И. Кравцовой. - 2-е изд., перераб. и доп. - Минск: БГЭУ, 2012.
2. Мишкин, Ф.С. Экономическая теория денег, банковского дела и финансовых рынков: пер. с англ. / Ф.С. Мишкин. - М.: Вильямс, 2006.
3. Деньги, кредит, банки: учеб. / Г.Н. Белоглазова [и др.]; под ред. Г.Н. Белоглазовой. - М.: Юрайт-Издат, 2007.

**СТРАТЕГИЧЕСКИЕ АЛЬЯНСЫ
В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ: ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ**

Козак К.В.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Додалко С.В.

В межфирменных партнерствах особое место отводится стратегическим альянсам, которые помогают крупным и средним фирмам передавать новые технологии, знания и ноу-хау, осуществлять межотраслевые новаторские проекты, проводить совместные исследования, получать доступ на рынок, разделять с партнерами выгоды и риски без взаимного поглощения, приспосабливаться к условиям конкуренции. Стратегические альянсы являются самой перспективной формой интеграции компаний.

Стратегический альянс – это партнерство или соглашение о кооперации между независимыми фирмами, в котором ресурсы, способности и стержневые компетенции фирм объединяются для достижения наилучшего результата или для достижения определенных коммерческих целей.[1]

По данным Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) этот показатель значительно выше и составляет порядка 12-13 тыс. альянсов только в 2006 г. В период с 1990 по 2000 гг. было создано приблизительно 80 тыс. стратегических альянсов, более 60% из которых являлись по своей сути международными стратегическими альянсами (МСА). В 2001-2006 гг. было сформировано более 65 тыс. стратегических альянсов или приблизительно по 11 тыс. альянсов в год.[2]

В мире ежегодно вновь создается около 1,5-2 тыс. различных альянсов, из которых 50% распадаются, не принеся никаких результатов. В течение первого года существования альянсов, 30% из них практи-

чески не отвечают ожиданиям партнеров. Лишь 9% вновь созданных альянсов оказываются успешными. Следует отметить, что участники 15 наиболее успешных стратегических альянсов, созданных в 2005-2007 гг., получили прибыль в размере 72 млрд. долл. США, а 15 наиболее неуспешных альянсов, созданных в тот же период, принесли компаниям-партнерам убытки в размере 43 млрд. долл. США.[3]

Большинство стратегических альянсов формируется между компаниями США, Европейского Союза и Японии. Количество стратегические альянсы с участием компаний из Китая и Южной Кореи значительно возросло. Значение стратегических альянсов для различных отраслей промышленности неодинаково. Только отраслевых альянсов в автомобилестроении, ИКТ, фармацевтической и биотехнологической отраслях составляет в общей сложности более 15% всех созданных альянсов в мире или около 60% альянсов в производственном (вторичном) секторе.[4]

В автомобилестроении в создание стратегических альянсов вовлечены Fiat S.A., Renault, Volkswagen, BMW. Компании формировали МСА в разное время и с различной результативностью. В секторе информационных и телекоммуникационных технологий доля стратегических альянсов в 1997-2002 гг. составляла примерно 15-18% от общего числа. После спада в высокотехнологическом секторе в 2003-2006 гг., сократилась до 7-9%. [5]

В период с 1995 г. по 2008 г. количество зарегистрированных стратегических альянсов в фармацевтической и биотехнологической отрасли увеличилось почти в 3 раза с 903 до 2605 соответственно. В 2005 г. компания Astex сформировала несколько стратегических альянсов с компаниями: AstraZeneca, Boehringer Ingelheim, а также с дочерней компанией Johnson&Johnson бельгийской Janssen Pharmaceutica NV.[6]

Белорусские предприятия имеют хорошие перспективы при создании МСА. Путем их создания имеются возможности получить доступ к современным технологиям и методам работы, в обмен предлагая производственные площадки, трудовые ресурсы и обширные рынки сбыта.

В Беларуси существует опыт создания стратегических альянсов промышленный предприятий с зарубежными фирмами, такими как “БелОМО – Карл Цейс” и “МАЗ – MAN”. Однако они так и не получили надлежащего развития.

Примером альянса в Беларуси является будущее объединение заводов “МАЗ” и “КамАЗ” в единый холдинг “Росбелавто”. Также в данный момент идут переговоры по объединению “Гомсельмаша” и “Ростсельмаша”. [7]

На наш взгляд, также возможно образование МСА по производству ювелирных изделий между ОАО “Гомельское ПО “Кристалл” и компанией “De Beers”, “Горизонт” и Philips.

Альянсы имеют ряд весомых преимуществ: такое объединение дешевле, чем слияние или поглощение; предприятие испытывает меньший финансовый стресс; отсутствие четких юридических границ позволяет уменьшить давление со стороны антимонопольных органов.

Литература:

1. CECSI Центр предпринимательского творчества и системных инноваций [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: http://www.cecsi.ru/coach/strategic_alliances.html – Дата доступа: 07.04.2013.

2. OECD. Science, Technology and Industry Outlook. - 2002-2007 [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: www.oecd-ilibrary.org – Дата доступа: 07.04.2013.

3. World Investment Report 2009.- New York and Geneva: United Nations. -2009. - P. 5, 6.

4. National Science Board// Science & Engineering Indicators.- 2008. - Appendix table 4-37. [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: <http://www.nsf.gov/statistics/seind08/> – Дата доступа: 09.04.2013.

5. Brossard O., Vicente J. Cognitive and Relational Distance in Alliance Networks: Evidence on the Knowledge Value Chain in the European ICT Sector// Cahier№ 7 - September 2007. - P. 10-12.

6. OECD. Biotechnology Statistics 2009. - Paris: OECD. - 2009, P. 94-95. [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: www.oecd-ilibrary.org – Дата доступа: 09.04.2013.

7. Белорусский портал. Новости [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: <http://news.tut.by/economics/332079.html> – Дата доступа: 10.04.2013.