

Нікітіна Т.А., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економічної теорії Національного університету харчових технологій

Особливості створення інноваційного продукту стратегічними альянсами.

Стратегічний альянс як форма інтеграції різних видів капіталу, об'єднує господарюючі суб'єкти не на основі права власності, а на основі договірних зобов'язань, що обумовлені відповідними угодами про співробітництво в різних галузях.

Основною метою наукомістких підприємств, при створенні стратегічного альянсу, є розширення своїх технологічних та операційних можливостей. Об'єднання у стратегічний альянс, надає можливість за короткий час підвищити продуктивність праці, не витрачаючи власні ресурси. Отже, підприємства – учасники стратегічних альянсів отримують можливість сконцентруватися на інноваціях, що в свою чергу, сприятиме підвищенню їх конкурентноздатності. Окрім цього, стратегічні альянси створюються на договірній основі, а не на основі права власності, і тому підприємства – учасники не втрачають свою стратегічну самостійність і для них пріоритетними є власні інтереси.

На етапі створення інноваційного продукту перед підприємством постають питання нестачі знань та інформації. В такому випадку, доцільно використовувати створення стратегічного альянсу з лідером у галузі наукових розробок та/або виробництва. Отже, доцільно віддавати перевагу до консолідації капіталу у формі стратегічного альянсу горизонтального виду.

Концентрація капіталу у формі стратегічного альянсу горизонтального виду, сприяє зниженню невизначеності попиту (наприклад, шляхом створення стратегічного альянсу з конкурентами). В результаті, скоротиться кількість конкурентів у галузі за рахунок встановлення контролю над одним з них. Укладання стратегічного альянсу з конкурентом знижує конкурентну невизначеність, за якої дії одного з конкурентів у певній галузі мають

безпосередній та значний вплив на ринкові позиції інших підприємств в цій галузі.

Під час виробництва та реалізації продукції, доцільно обрати вертикальний вид стратегічного альянсу. Такий вибір надає підприємству можливість збільшити свою рентабельність та нейтралізувати коливання попиту. Забезпечення можливості прогнозування попиту досягається за рахунок отримання стабільності у господарських взаємовідносинах та забезпечення гарантованого попиту.

Під час реалізації інноваційного товару, для промислового підприємства доцільним є об'єднання з посередницькими структурами (партнерами в інших галузях), тобто здійснення діагонального стратегічного альянсу.

Список використаної літератури:

1. Кизим М.О. Механізми організації, стійкого функціонування і розвитку великомасштабних економіко – виробничих систем: дис. ...доктора ек. наук 08.06.02/ Кизим Микола Олександрович. – Дніпропетровськ – 2001. – 203с.
2. Кизим Н.А. Концентрация и интеграция капитала. – Х.: Бизнес Информ, 2000.-102с.
3. Нікітіна Т.А. Сучасні форми концентрації капіталу /Т.А.Нікітіна// Збірник наукових праць «Теоретичні та прикладні питання економіки.» - К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Інститут конкурентного суспільства – 2006. - Випуск №9. – С.315 – 323.