

ІВАНОВА Ю.В. МГБ - 531

Наук. кер.: Ячменьова В.М., д.е.н., проф.

Національна академія природоохоронного та курортного будівництва
м. Сімферополь

МОДЕЛЮВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО АЛЬЯНСУ ПІДПРИЄМСТВ МІЖ МОРСЬКИМИ ПЕРЕВІЗНИКАМИ І СУДНОБУДУВАННЯМ НА ОБМЕЖЕНОМУ РИНКУ

Ринок таких підприємств, як морські перевізники і суднобудування найбільш уразливий на сьогоднішній день, тому що створення стратегічного альянсу між двома цими підприємствами дасть можливість досягти економії на масштабі та виробництві, висловлюючись на зниженні витрат при збільшенні обсягу виробництва і збуту за допомогою використання відносних переваг кожного з партнерів; сприяє розширенню бази даних клієнтів; виходу на ринок з іноземними партнерами.

Актуальність. Ринок таких підприємств, як морські перевізники і суднобудування найбільш уразливий на сьогоднішній день, тому що створення стратегічного альянсу між двома цими підприємствами дасть можливість досягти економії на масштабі та виробництві, висловлюючись у зниженні витрат при збільшенні обсягу виробництва і збуту за допомогою використання відносних переваг кожного з партнерів; сприяє розширенню бази даних клієнтів; виходу на ринок з іноземними партнерами.

Актуальність даної теми полягає в необхідності формування стійкого ринку попиту шляхом створення альянсу між морськими перевізниками та суднобудівниками на обмеженому ринку. Використання системного аналізу, дає можливість не тільки визначити учасників цього ринку, але і змоделювати їх взаємини. Саме це, дозволить вітчизняним підприємствам, об'єднавшись в подібну кооперацію інтересів, вижити в умовах трансформації та інтеграції, і зберегти значну частину національної економіки.

Мета дослідження: сформувати стійкий ринок збуту шляхом побудови моделі стратегічного альянсу підприємств.

Основна частина. Питанням моделювання стратегічного альянсу присвячені наукові праці таких авторів як: Г.І. Просвітів, Роберт Л. Уоллес, О.М. Петров, П. Наплив, Дж. Остерведц, Р. М. Кантер, К. Олівер і ін.

Розглянувши вищевикладені визначення, я склала своє визначення поняття «стратегічний альянс». Стратегічний альянс - це особливий тип співробітництва двох або більше підприємств і формування їх коаліцій, для досягнення стратегічно істотних цілей, які є для них взаємовигідними.

Виходячи з цілей стратегічного альянсу, вибираємо яким чином будемо розкривати суть стратегічного альянсу через:

фінансово-договірні відносини;

майнове участь (визначаємо за допомогою функції корисності);

дотримання інтересів всіх учасників на ринку збуту;

паритетність у використанні технологій;
партнерство з покупцями, з метою формування стійкого ринку збуту і підтримки купівельної спроможності споживачів.

На підставі системного аналізу ми виявили три типи альянсу:

- 1)Партнерство;
- 2)Об'єднання;
- 3)Комерційна угода.

Проведений аналіз дав нам можливість визначитися з методами дослідження. У даному випадку, щоб визначити пріоритетність стратегічного альянсу, із запропонованих нами визначень, є необхідність у використанні Методі аналізу ієрархій.

Метод аналізу ієрархії дає можливість визначити, який із видів є найбільш ефективним.

Метод аналізу ієрархій (МАІ) – математичний інструмент системного підходу до складних проблем прийняття рішень [2].

Практичне застосування МАІ. МАІ може успішно використовуватися для вирішення простих завдань, проте його ефективність проявляється при пошуку вирішення складних проблем, які потребують системного підходу та залучення великої кількості експертів. Існує безліч завдань, для вирішення яких може бути застосований МАІ, в нашому випадку сама головна - це визначення пріоритетів альтернатив і критеріїв у задачах багатокритеріального вибору [3].

Обґрунтування доцільності формування 1, 2, 3 альянсу, можливо за допомогою функції корисності. Вона, в даному випадку, являє собою економічну модель для визначення переваг економічних суб'єктів. Основною умовою концепту функції корисності є раціональна поведінка споживача, що виражається у виборі з численних альтернатив саме тих, які виводять його на більш високий рівень корисності.

Функція корисності є цільовою функцією задачі нелінійного програмування, в якій ця функція повинна досягати максимуму при оптимальному внесок кожного члена альянсу. При цьому необхідно враховувати і приватні інтереси членів альянсу, які виступають в якості системи обмежень задачі оптимізації.

Кожен член альянсу прагне максимізувати корисність від участі в альянсі. Тому він буде вимагати, щоб передана їм для загального використання частина його активів, приносила максимальну корисність саме йому.

Проте жорстке виконання цієї вимоги може вступити в протиріччя з вимогою максимальної ефективності роботи альянсу. Тому доцільно деяке зниження рівня корисності підприємств для підвищення ефективності спільної справи.

Тепер у нас є всі вихідні дані для вирішення багатокритеріальної нелінійної задачі оптимального розподілу ресурсу. Це завдання можна вирішити, використовуючи методи нелінійного програмування, що і буде зроблено в подальшому [1].

Висновки. Таким чином, стратегічний альянс являє собою принципово новий об'єкт управління, що ґрунтується на нових відносинах планування і управління, виникнення якого обумовлено зміною характеру і способів ведення конкурентної боротьби і досягнення конкурентоспроможного переваги. Вони характеризують особливий тип співробітництва фірм (підприємств) та формування їх коаліцій, що ґрунтуються на задоволенні взаємних потреб.

Стратегічні альянси розглядаються в якості рушійної сили стратегічного розвитку, що передбачає розробку стратегічного плану з метою зміни конкурентних позицій підприємства, що входять до його складу. Альянси покликані допомогти цим підприємствам перетворити їх діяльність та отримати доступ до нових технологій і ринку збуту, отримати нові навички та компетенції, освоєння яких надзвичайно важко для підприємств самостійно.

Діяльність стратегічних альянсів є дилемою, в якій співпраця з партнером може перерости в конкуренцію з ним з метою запозичення в нього нових технологій, навичок та компетенцій. Тому, створюючи стратегічний альянс, слід враховувати його двоїсту природу.

До теперішнього часу багато теоретичні та практичні аспекти створення та функціонування стратегічних альянсів залишаються недостатньо точно розробленими і вимагають проведення подальших досліджень.

Бібліографічний список

1. **Ячменева В.М.** Оптимизация имущественного участия предприятий в стратегическом альянсе / В.М. Ячменева, Н.И. Клевец // Ученые записки. Зб. наук. праць Таврійського національного університету – 2010. - № 27. – С. 257-263.

2. **Гречко А.** Анализ особенностей современного рынка авиаперевозок в Украине / А. Гречко // Экономист. – 2009. – №2. – С. 36-39.

2. **Сухарев М.Г.** [Методы прогнозирования: \[Учебное пособие\]./](#) М.Г. Сухарев. — М.: РГУ нефти и газа, 2009 г., 208 с.

3. **Санабрія Сальвадор. Беллмана Біографія Річарда.** Режим доступу: – www-math.cudenver.edu