

Шкатулова Татьяна Валерьевна

магистрант

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский горный университет»

г. Санкт-Петербург

МЕЖДУНАРОДНЫЙ АЛЬЯНС КАК СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ НЕФТЕГАЗОВЫХ КОМПАНИЙ

Аннотация: в статье рассмотрены стратегические альянсы как форма объединения усилий компаний в достижении желаемого результата путем синергетического эффекта. Помимо этого, альянсы были рассмотрены как способ развития и повышения конкурентоспособности нефтегазовых компаний. Актуальность выбранной темы очевидна, поскольку этот вид кооперации набирает популярность в силу удобства реализации и большого количества преимуществ, которые получают участники таких объединений. При рассмотрении темы были использованы методы анализа и систематизации для определения места стратегических альянсов в механизмах развития компаний.

Ключевые слова: международный альянс, стратегия развития, нефтегазовая компания, взаимовыгодное взаимодействие.

В современном мире, как никогда раньше, конкуренция становится механизмом, стимулирующим развитие новых технологий и инноваций в борьбе за расширение доли компаний на рынке и, соответственно, увеличение выгод от деятельности организаций.

Отдельные компании, корпорации и даже целые государства через участие в акционерном капитале госкомпаний, желая сохранить свои конкурентные преимущества и улучшить показатели экономической деятельности, стараются максимально рационально использовать имеющиеся у них ресурсы и придумать решение проблемы нехватки каких-либо из них, например, финансовых.

Помимо этого, эти организации могут преследовать цель уменьшения затрат как на всех этапах деятельности, так и в каком-то конкретном, например,

производственном или сбытовом сегменте. При этом, решение такой поставленной задачи обычно осуществляется за счет эффекта масштаба от деятельности [4].

А также, если брать во внимание важнейшую тенденцию современности - глобализацию, которая формирует новые формы, виды и условия взаимодействия общества – можно однозначно сказать, что именно этот процесс обусловил всеобщее стремление к международным взаимовыгодным отношениям. Возможность взаимодействовать, например, американской корпорации с китайскими партнерами для обмена опытом и знаниями, для увеличения рынка сбыта, для совершенствования технологического процесса, на сегодняшний день благодаря развитым информационным и коммуникационным технологиям стала намного проще и перспективнее.

Надо отметить, что стратегические альянсы – это не новая форма взаимоотношений компаний: их создание датируется 80-ми годами прошлого столетия. Однако, именно в сложных условиях современной внешней среды, в ее ускоренном изменении стратегические альянсы предоставляют участникам объединения большой спектр возможностей [1].

Кроме того, изменения взглядов людей в сторону открытой науки, открытых технологий, которые подразумевают обмен наработками, знаниями, ресурсами в желании создать что-то более уникальное, более совершенное, соответствующим образом трансформируют и подходы к организации деятельности компаний.

Теперь организации нацелены на своё развитие путем выгодного взаимообмена с внешними партнерами, нежели чем стратегии индивидуального, самостоятельного развития, то есть без какого-либо участия в деятельности компании сторонних организаций с привлечением их ресурсов. Примером такого обособленного существования и функционирования организации можно назвать вложение средств в разработку инноваций из собственных фондов или решение о реализации нового проекта только за счёт своих ресурсов, имеется в виду технических, трудовых, сбытовых и т.д. [2].

В современном мире управленческий аппарат компании совершенно четко отдает себе отчет в том, что существование организации без вовлечения в выгодные виды сотрудничества является менее конкурентоспособным, более рискованным, а также более трудоемким. Естественно, решение о создании альянса еще зависит от уровня развития компании, ее амбиций, потенциала и возможностей [5].

Существует много примеров, когда компания, относительно недавно созданные, имеет хорошую идею, технологии, знания, и даже необходимые финансовые ресурсы, однако, ввиду недолгого существования не обладают наработанной клиентской базой, рынками сбыта, то есть отсутствует непосредственно потребитель – один из самых главных элементов для функционирования компании. Так, в нефтегазовой сфере можно рассмотреть фирмы, занимающиеся нефтесервисом, вполне реальным примером такой компании. На рисунке 1 представлены возможные участники стратегического альянса конкретно в нефтегазовой отрасли.

Многие организации видят решение имеющихся у них проблем именно в объединении сил и ресурсов между потенциальными партнерами. Поэтому создание какого-либо альянса выступает в качестве стратегического решения, которое в будущем потенциально может стать не только решением изначально поставленной задачи или проблемы, но и открыть новые возможности и перспективы для организации, на которые изначально не рассчитывали.



Рис. 1. Потенциальные участники партнерских отношений
в стратегическом альянсе

Источник: [3].

ННК – национальная нефтяная компания, МНК – международная нефтяная компания.

Анализируя вышесказанное, можно сделать вывод, что стратегический альянс – это вид взаимоотношений между участниками для достижения цели, которая была бы невозможно без совместного сотрудничества, при этом экономическая и правовая независимость вступающих в альянс организаций является важнейшим условием.

Создание альянса возможно в 3-х формах – создании совместного предприятия, участие в акционерном капитале, а также создании альянса для реализации конкретного проекта. При этом компании руководствуются основополагающими принципами, такими как доверие, ориентированность на долгосрочные отношения и взаимодополняемость ресурсами, первое из которых играет важнейшую роль в будущем успехе такого сотрудничества.

На сегодняшний день для многих компаний создание альянса выступает в качестве их стратегии развития, поскольку в эпоху глобализации и открытой

науки это дает больше возможностей и перспектив. Организации нацелены на взаимовыгодные отношения, обмен знаниями, опытом и ресурсами для достижения желаемого результата, поэтому такие союзы служат для них подходящим инструментом, сохраняя их юридическую и экономическую независимость.

Список литературы

1. Асланов Д.И. Международные стратегические альянсы / Д.И. Асланов, А.А. Ларионова // Символ науки. – 2016. – №2. – С. 1–4.
2. Дмитриева Д.М. Стратегические альянсы как форма международного экономического сотрудничества: на примере стратегического альянса Renault-Nissan-АвтоВАЗ / Д.М. Дмитриева. – СПб., 2014. – С. 23–25.
3. Митрова Т. Технологические партнерства в нефтегазовом секторе: применим ли мировой опыт кооперации в России / Т. Митрова, Е. Грушевенко. – Центр энергетики Московской школы управления СКОЛКОВО, 2018. – С. 10–25.
4. Сибирская нефть. Партнерства/ Совместные проекты в нефтяной отрасли: журнал / учредитель: ПАО «Газпром нефть». – СПб., 2019. – №164. – С. 28–56.
5. Dubrovski D. Strategic Partnership and Equity Alliances in the Function of Crisis Prevention and Elimination // Modern Economy. 2016. Vol. 7. No. 12. – P. 85–95.