

3. http://www.experts.in.ua/ua/baza/analytic/index.php?ELEMENT_ID=11391
4. Денисюк В., Марков А. Фактори та модель інноваційно-орієнтованого економічного розвитку/ Денисюк В., Марков А. // Економіст. — 2009. — №4. — С. 20—25. Режим доступу: http://www.uiis.com.ua/files/Denisiuk_24_05_09.pdf
5. http://www.bishelp.ru/svoe_delo/detail.php?ID=78890
6. Інституційні засади формування економічної системи України: теорія і практика / За ред. З. Ватаманюка. — Львів: Новий Світ – 2000, 2005. — 648 с.
7. Друкер П.Ф. Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальные решения: Пер. с англ. М. Котельниковой. — М.: ФАИР-ПРЕСС, 1998. — 288 с.
8. Леоненко П.М., Юхименко П.І. Історія економічних учень: Підручник. — 2-ге вид., перероб. і доп. — К.: Знання, 2008. — 639 с.
9. Грант Р.М. Современный стратегический анализ: 5-е изд. / Пер. с англ. под. ред В.Н. Фуктова. — СПб.: Питер, 2008. — 560 с.

Стаття надійшла до редакції 18.08.2010.

УДК 338.487:659.1

Г.В. Махова,

доцент кафедри стратегії підприємств
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

СТРАТЕГІЧНІ ПАРТНЕРСТВА ПІДПРИЄМСТВ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ІМПЕРАТИВ В УМОВАХ «НОВОЇ ЕКОНОМІКИ»

Анотація. У статті розглянуто фактори «нової економіки», що спонукають підприємства вступати до стратегічних партнерств, основні причини формування партнерств. Визначено сутність стратегічних партнерств як необхідного в динамічних ринкових умовах заходу щодо забезпечення подальшого розвитку підприємств та набуття і підтримки конкурентних переваг.

Аннотация. В статье рассматриваются факторы «новой экономики», способствующие вступлению предприятий в стратегические партнерства, основные причины формирования партнерств. Определяется суть стратегических партнерств как необходимого в динамических рыночных условиях способа обеспечения дальнейшего развития предприятий, приобретения и поддержания конкурентных преимуществ.

Summary. Factors of «new economy», which promote forming of strategic partnership, main causes of forming of partnership are described in articles. Essence of strategic partnership as necessary in dynamic market terms method of providing of development of enterprises, acquisition and maintenance of competition advantages.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: стратегічні партнерства підприємств, «нова економіка», конкурентні переваги, співробітництво, співконкуренція.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: стратегические партнерства предприятий, «новая экономика», конкурентные преимущества, сотрудничество, соконкуренция.

KEY WORDS: strategic partnership of enterprises, «new economy», competition advantages, «co-competition».

Актуальність проблеми. В останні роки активізація в економічному середовищі процесів глобалізації, конвергенції галузей, прискорення розвитку технологій та інформаційних систем призвела до зміщення акцентів у ресурсному забезпеченні підприємств, зміни правил ведення конкурентної боротьби та пошуку шляхів набуття нових конкурентних переваг. Все частіше керівники підприємств при вирішенні стратегічних питань звертають увагу на можливість утворення різноманітних стратегічних партнерств підприємств.

Аналіз останніх наукових досліджень. Питанням формування та функціонування стратегічних партнерств присвячена значна кількість робіт як іноземних, так і вітчизняних дослідників. Так, практику формування та функціонування партнерств розглядають Б. Гаррет та П. Дюссож, Р. Уоллес та С. Карделл присвячують свої роботи проблемам вибору підприємства-партнера та налагодженню відповідних відносин з ним у межах партнерства. Серед вітчизняних дослідників слід відзначити О.М. Гребешкову, О.О. Пилипенка, О.Б. Чернегу, О.М. Ястремську та ін. Їх дослідження, зокрема, присвячено питанням ефективності стратегічних партнерств, проблемам стратегічної інтеграції підприємств у межах партнерств та іншим аспектам функціонування стратегічних партнерств.

Постановка проблеми. Формування стратегічних партнерств підприємств, з одного боку, порушує традиційні погляди на конкурентну боротьбу між підприємствами, з іншого — є актуальною відповіддю на динамічні, важко передбачувані умови функціонування сучасних підприємств, що забезпечує їх подальший розвиток. Така дуальність стратегічних партнерств зумовлює ряд проблем теоретичного та прикладного характеру, зокрема виявлення причин та мотивів утворення стратегічних партнерств, забезпечення стратегічної незалежності підприємства у партнерстві, налагодження довірчих відкритих відносин між підприємствами-партнерами, наслідки утворення партнерств та ін.

Мета статті. У межах даної статті визначимо, які саме чинники сучасного ринкового середовища зумовлюють формування стратегічних партнерств та їх сутність як стратегічної необхідності у діяльності підприємств.

Виклад основного матеріалу. Зміни, що відбуваються в економічному середовищі, дали підстави для стверджень про формування «нової економіки», якісно іншої у порівнянні із всім її попереднім розвитком. У «новій економіці» головним ресурсом стали знання, які у вигляді інформації як систематизованих даних, все зростаючими темпами змінюють образ сучасного світу.

В «новій економіці» змінюється традиційне сприйняття і роль часу та простору. Час визначає економічну цінність знань, що відображається у прискоренні технологічного розвитку, постійній появі нових продуктів та послуг. «Нова економіка» призводить до усунення географічних та національних кордонів: весь світ стає потенційним клієнтом компанії, будь-яка фірма є її потенційним конкурентом.

За таких умов основним завданням для сучасного підприємства, яке намагається забезпечити свій успішний довгостроковий розвиток, стає пошук джерел створення нових та підтримання вже набутих конкурентних переваг, які дозволяють бути відмінним та неповторним серед учасників ринку, враховуючи цілу низку факторів, якими характеризується зовнішнє середовище (рис. 1).



Рис. 1. Фактори впливу «нової економіки» на діяльність підприємств

«Нова економіка» ставить перед підприємствами принципово нові завдання, вимагаючи нових способів забезпечення конкурентоспроможності, нових підходів до управління. В таких умо-

вах компаніям недостатньо тільки власних ресурсів, необхідно пристосовуватися до нових умов співробітництва з клієнтами, постачальниками і конкурентами. Відображенням цього є концепція «співконкуренції» (co-opetition — співробітництво плюс конкуренція), яка зосереджується на прийнятті правильного рішення щодо конкуренції або співпраці [1, с. 229—232].

Традиційними у сучасному бізнесі є принципи ділової поведінки «co-makership» та «win-win», які означають «разом зробимо — разом перемаємо». Партнерство між фірмами в багатьох випадках виявляється значно вигіднішим, ніж конкуренція. Зміна природи конкуренції призводить до того, що бізнес вже не розглядається традиційно як «війна», суперництво [5].

В умовах «нової економіки» особливої актуальності набувають управлінські рішення щодо визначення шляхів подальшого розвитку підприємств, які мають базуватися не тільки на власному потенціалі, а й на можливостях зовнішнього середовища та співпраці із іншими компаніями. Партнерства вже не являються стратегічною альтернативою виживання та розвитку підприємств, вони є необхідністю, стратегічним імперативом у світовій економіці. Практика підтверджує, що стратегічні партнерства існують майже у всіх галузях і стають необхідним чинником зростання і розвитку фірм. Однією з головних причин вступу компаній до партнерств є невизначеність у зовнішньому середовищі та явища у світовій та національній економіці, які вимагають від сучасних компаній пошуку нових шляхів розвитку (рис. 2).



Рис. 2. Причини формування стратегічних партнерств підприємств

Поява перших партнерств у 70—80-х роках ХХ століття була зумовлена необхідністю спільного проведення науково-дослідних

робіт, спрямованістю на забезпечення великих технологічних проєктів, оскільки вирішення таких завдань потребувало значних фінансових, матеріально-технічних, людських ресурсів, що не під силу окремому підприємству. Коли переваги спільної діяльності стали очевидні, до відносин, які в певній мірі набули характер стратегічних, став застосовуватися термін «альянсінг». Сьогодні, коли для забезпечення успішного функціонування підприємств будь-яких галузей об'єктивною потребою стає взаємодія не тільки із постачальниками та клієнтами, а й із конкурентами та підприємствами неспоріднених галузей, більш доцільним стає термін «партнерство». Під партнерством пропонуємо розуміти взаємодію двох (або більше) економічних організацій, що передбачає створення загальної цінності з розподілом результатів між партнерами.

Вступ підприємства до партнерства виступає, з одного боку, як спосіб отримання нових (збереження наявних) конкурентних переваг унаслідок збільшення масштабів виробництва або підвищення своєї компетентності; з іншого — як спосіб зменшити невизначеність зовнішнього середовища та ступінь ризику функціонування внаслідок формування партнерських відносин з іншими учасниками ринку. Прийняття рішення про доцільність формування стратегічного партнерства відбувається за певних умов, а саме, якщо підприємство не має необхідних компетенцій для досягнення встановлених стратегічних цілей, а набуття таких компетенцій власними силами неможливо або значно ускладнено. При цьому на ринку існують інші підприємства (організації, фахівці), які володіють необхідними для подальшого розвитку підприємства компетенціями.

За думкою Г. Хемела та К. Прахалада, саме «...створюючи або розвиваючи компетенції в одному чи більше учаснику...» партнерства набувають стратегічний характер [9, с. 317].

Для характеристики взаємодії підприємств у стратегічних партнерствах використовуються поняття «співробітництво», «співпраця», «спільна діяльність», «інтеграція» та «кооперація». «Співробітництво», «співпраця», «спільна діяльність» відображають характер взаємовідносин підприємств у партнерствах — спрямованість на досягнення спільної мети спільними зусиллями, а «інтеграція» та «кооперація» ступінь та силу взаємодії підприємств у партнерствах. Так, *інтеграція* (від лат. *integer* — цілий, цілісність) характеризує такі відносини між підприємствами, при яких вони повністю або в значній мірі втрачають юридичну та економічну самостійність та організують свою діяльність під єдиним управлінням на основі внутрішньогалузевої та міжгалузевої спеціалізації. При *кооперації* (від

лат. cooperation — спільна робота, співробітництво) підприємства здійснюють спільну діяльність на договірній основі без втрати юридичної та господарської самостійності. Тому, для характеристики відносин у межах партнерських відносин більш доцільно використовувати поняття «кооперація».

Стратегічні партнерства як модель стратегічної поведінки підприємств можна розглядати двояко: з одного боку, партнерства є важелем розвитку певної переваги в конкурентній боротьбі, тобто конкурентною стратегією підприємства, з іншого — співробітництво є одним зі способів уникнути конкуренції і може розглядатися як реляційна стратегія, тобто така, в основі якої прагнення підприємств до встановлення відносин («реляцій») між собою [2, с. 57].

Встановлюючи зв'язки з різними партнерами, підприємства намагаються «організувати ринок» з метою уникнення небезпечних ситуацій. У деяких випадках компанії замість максимізації прибутку та мінімізації витрат намагаються знайти «задовільні» з економічної точки зору рішення, які дозволять суттєво знизити ризик та невизначеність на ринку. В економічному житті обидва типи поведінки підприємства — реляційний та конкурентний — можна спостерігати одночасно.

На противагу загальноприйнятому уявленню про конкуренцію, само по собі поняття «партнерство» свідчить про союз між підприємствами, зобов'язання здійснювати взаємну підтримку, взаємодопомогу між партнерами. Підприємства приймають ці умови для забезпечення безпеки кожного з них, протистояння зовнішній загрозі. Але це не означає, що вступаючи до партнерства, компанія відмовляється від методів конкурентної боротьби. Вона змінює правила конкурентної боротьби та створює своєрідну «зону стабільності», яка характеризується зниженням ризику.

Висновки. Отже, стратегічні партнерства підприємств є невід'ємним елементом сучасних ринкових відносин. Їх формування є одним зі способів забезпечення розвитку підприємств в умовах «нової економіки». Спільна діяльність у межах партнерства базується на взаємовигідному використанні партнерських ресурсів, досвіду, знань, спільному взаємному навчанні. Взаємодія підприємств носить характер стратегічної, а цільовою настановою партнерських відносин та одночасно індикатором успішності взаємодії підприємств у межах партнерства є досягнення синергійного ефекту.

Подальшого дослідження потребують питання, пов'язані із чинниками внутрішнього по відношенню до підприємства характеру, що спонукають їх до формування стратегічних партнерств, а також пов'язані із наслідками формування стратегічних партнерств.

Література

1. *Бойетт Дж.Г.* Путеводитель по царству мудрости: лучшие идеи мастеров управления / Дж. Г.Бойетт, Дж.Т. Бойетт; пер.с англ. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2001. — 416 с.
2. *Гаррет Б.* Стратегические альянсы / Б. Гаррет, П. Дюссож; пер. с англ. — М.: ИНФРА-М, 2002. — XX, 332 с. — (Серия «Менеджмент для лидера»).
3. *Карделл С.* Стратегическое сотрудничество: Креативный бизнес-курс / Стивен Карделл. — Пер. с англ. К. Ткаченко. — М.: ФАИР-ПРЕСС, 2005. — 256 с.
4. *Кембелл Э., Саммерс Л.* Стратегический синергизм: 2-е изд. — СПб.: Питер, 2004. — 416 с.
5. *Кузнецов А.В.* Новая экономика и новая экономическая парадигма // Экономическая наука современной России. — 2002. — №2. <http://www.ifs.ru/upload/neco.pdf>
6. *Петров А.Н.* Стратегические альянсы: теория и зарубежный опыт. — М.: Пресс-сервис, 1997. — 126 с.
7. Стратегический менеджмент / Под ред. Петрова А.Н. — СПб.: Питер, 2005. — 496 с.
8. *Уоллес Р.Л.* Стратегические альянсы в бизнесе / Пер. с англ. — М.: Добрая книга, 2005. — 288 с.
9. *Хэмел Г.* Стратегическая гибкость / Г. Хэмел, К. Прахалад, Г. Томас, Д.О'Нил; пер. с англ. — СПб.: Питер, 2005. — 386 с.

Стаття надійшла до редакції 22.10.2010.

УДК 658.5:330.1

О.О. Недобега, аспірантка кафедри оподаткування
Східноукраїнського національного університету
імені Володимира Даля

ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Розкрито сутність проблем оцінювання ефективності соціально-економічного розвитку підприємств. Запропоновано використовувати ключові показники ефективності для оцінювання системи управління соціально-економічним розвитком підприємств.

Аннотация. Раскрыта сущность проблем оценки эффективности социально-экономического развития предприятий. Предложено использовать ключевые показатели эффективности для оценки системы управления социально-экономическим развитием предприятий.