

ПАРТНЕРСЬКІ ЗВ'ЯЗКИ ТА ЇХ РОЛЬ У СУЧАСНОМУ БІЗНЕСІ

Анотація. Проведено аналіз сутності партнерських відносин як однієї з форм взаємодії між ринковими суб'єктами та обґрунтовано необхідність налагодження і підтримки партнерських зв'язків.

Аннотация. Проведен анализ сущности партнерских отношений как одной из форм взаимодействия между рыночными субъектами, обоснована необходимость налаживания и поддержания партнерских связей.

Annotation. Effective forms of cooperation between market subjects have been considered. The need to establish and maintain partnerships the basic essence of partner relations was actualized.

Ключові слова: партнерські зв'язки, конкурентні переваги, взаємодія.

В умовах глобалізації економіки, прискорення соціально-економічних і політичних процесів перед господарюючими суб'єктами господарювання постають нові завдання, зумовлені необхідністю визначення ефективних шляхів і способів досягнення конкурентних переваг для забезпечення стійкого розвитку підприємств. Практична неможливість вирішення завдань, пов'язаних із забезпеченням конкурентоспроможності тільки за рахунок внутрішніх ресурсів, призводить до розповсюдження різноманітних форм партнерських зв'язків.

Проблеми теорії та практики з питань визначення та налагодження партнерських відносин є предметом дослідження таких вчених, як Криворучко Я. Ю., Р. Патора, Хотей Н. І., Чухрай Н. І., Шубін О. О. та ін. Незважаючи на велику кількість наукових праць та досліджень, присвячених проблемам формування та розвитку підприємствами партнерських відносин, досі відсутнє чітке й однозначне розуміння сутності та необхідності партнерства в бізнесі.

Метою дослідження є узагальнення теоретичних підходів до визначення сутності партнерських відносин та обґрунтування необхідності налагодження і підтримки партнерських зв'язків.

Сучасний етап розвитку економічної системи характеризується появою ефективних форм та механізмів взаємодії промислових підприємств. Взаємодія між ринковими суб'єктами в теорії управління розглядається з двох позицій: суперництва і партнерства [1, с. 525].

Жорстка конкуренція на ринках, яка обумовлена глобалізацією світової економіки, стрімким розвитком інформаційних технологій та удосконаленням виробничих процесів, змушує підприємства в нових умовах ведення бізнесу переходити від суперницьких відносин до формування довгострокових взаємовигідних відносин. Основою даного підходу є процес налагодження партнерських відносин, що дозволяють компаніям уникати протистояння в діяльності на спільному ринку, встановлюючи зв'язки із зацікавленими сторонами, переслідуючи спільні інтереси.

Терміни "партнерські зв'язки", "партнерські відносини" останнім часом стали досить уживаними в ділових, правових, політичних колах, засобах масової інформації. Така форма взаємодії стала об'єктом наукового дослідження в останні десятиліття, однак про існування даного феномену відомо з кінця XIX століття.

Однією з перших сфер, яка почала використовувати поняття "партнерські зв'язки", стала сфера міжнародних відносин. Так статусом партнерів, зокрема, володіють усі країни-члени Європейського Союзу. Україна проводить політику "рівних партнерських відносин у рамках СНД", формує партнерські відносини з різними країнами, про що свідчать підписані міжнародні документи, наприклад, Угода про партнерство і співпрацю між Україною та Європейським Співтовариством і його державами-членами (1994 рік), Хартія про особливе партнерство між Україною та НАТО (1997 рік) [2, с. 230–234], Східне партнерство (2008) – проект Європейського Союзу, що має на меті зміцнення стосунків з країнами східного напрямку, зокрема з Україною, тощо.

Аналіз літературних джерел виявив, що сучасне трактування сутності партнерства можна представити у розрізі різнобічних наукових підходів. Так, частина авторів [3, с. 27–31] розглядають партнерські відносини як прояв інтеграційних зв'язків між підприємствами, інші [4, с. 340] – як взаємовідносини партнерів у господарській діяльності, які передбачають об'єднання зусиль, а не створення нового об'єднання. Значна кількість наукових праць присвячена дослідженню партнерства підприємств з комерційними банками, державними структурами на рівні зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання.

Проаналізувавши розмаїття визначень, можна зробити висновок, що партнерство – це, з одного боку, форма організації спільної діяльності фізичних і юридичних осіб на основі договору про регулювання участі у загальних витратах, розподілі прибутку, поділі майна; з іншого боку – процес співпраці фірм, компаній, підприємств, підтверджений відповідним договором, протоколом про корпоративне партнерство [5, с. 604].

Що стосується України, то нагальною є необхідність активізації розвитку партнерського співробітництва у промисловому секторі національної економіки. Ця необхідність насамперед обумовлена наявністю складного комплексу міжгалузевих та внутрішньогалузевих господарських зв'язків більшості вітчизняних підприємств-виробників. Так, у 2007–2010 рр. частка матеріальних витрат у структурі операційних витрат реалізованої продукції у промисловості в середньому становила 63,6 % (у першому півріччі 2011 р. – 64,7 %) [6]. Таким чином, стабільність виробничого процесу на більшості промислових підприємств, що виробляють складну кінцеву продукцію (наприклад,

у галузі машинобудування), значною мірою залежить від якості зовнішніх поставок та дотримання контрагентами умов постачань.

З іншого боку, високий ступінь залежності вітчизняних промислових підприємств від зовнішніх постачань сировини, матеріалів та покупних напівфабрикатів значно ускладнює економічні умови господарської діяльності. Наприклад, зростання цін на промислову продукцію у 2007–2010 рр. щорічно в середньому складало 19,83 % (у 2010 р. – 23,3 %), у тому числі в галузі металургії та оброблення металу – 20,33 % (у 2010 р. – 22,7 %), у машинобудуванні – 13,45 % (у 2010 р. – 12,2 %), при виробництві машин і устаткування – 11,38 % (у 2010 р. – 6,1 %). Найбільше коливання цін спостерігалось на виробництві коксу та продуктів нафтоперероблення – у середньому 26,7 % у період з 2007 по 2010 роки [7].

Безперервне підвищення цін на сировину, матеріали та покупні напівфабрикати об'єктивно стає однією з головних причин зростання витрат, погіршення фінансових результатів діяльності та послаблення конкурентних позицій виробників кінцевої продукції вітчизняних галузей.

Вирішення цих та інших проблемних питань української економіки можливе за рахунок формування підприємствами різних форм партнерських зв'язків. Серед основних переваг, які пов'язані зі встановленням партнерських відносин та одночасно є цілями партнерства, можна назвати такі:

- підтримка та розвиток конкурентних переваг сторін;

- більш ефективне використання ресурсів;

- покращення діяльності;

- мінімізація ризиків;

- покращення якості зв'язку між сторонами-партнерами, підвищення рівня їх взаєморозуміння та обмін знаннями;

- вдосконалення нововведень;

- зниження адміністративних витрат тощо.

Таким чином, у результаті проведеного дослідження визначено, що забезпечення ефективного функціонування промислових підприємств у сучасних умовах вимагає удосконалення використання форм їх взаємодії, які склалися за умови трансформації економіки і на цей час недостатньою мірою відповідають наявним ринковим вимогам. В економічних дослідженнях і практиці партнерські зв'язки виступають як складне (інтегроване) явище, тому вони потребують подальшого розгляду.

Наук. керівн. Лісна І.Ф.

Література: 1. Шубин А. А. Механизм функционирования предприятия с точки зрения теории взаимодействия / Шубин А. А. // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2007. – № 1(107). – С. 523–531. 2. Цыганков П. А. Международные отношения / Цыганков П. А. – 3-е изд. – М. : Новая школа, 2003. – 308 с. 3. Чухрай Н. І. Оцінювання і розвиток відносин між бізнес-партнерами : монографія / Н. І. Чухрай, Я. Ю. Криворучко. – Львів : Растр-7, 2008. – 360 с. 4. Чухрай Н. І. Партнерський маркетинг у постачанні: світовий і вітчизняний досвід / Н. І. Чухрай, Н. І. Хотей, Р. В. Патора // Вісник національного університету "Львівська політехніка". – 2004. – № 499. – С. 339–346. 5. Новый экономический и юридический словарь / под ред. А. Н. Азрилияна. – М. : Институт новой экономики, 2009. – 1088 с. 6. Обсяги реалізованої промислової продукції (робіт, послуг) за 2001–2010 роки. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua/>. 7. Індекси цін виробників промислової продукції у 2002–2010 роки. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua/>.