

## ПАРТНЕРСЬКІ ВІДНОСИНИ ПІДПРИЄМСТВ В МАШИНОБУДІВНІЙ ГАЛУЗІ

Ус М.І., канд. екон. наук, викладач

(Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, Харків, Україна)

*Визначено сутність, стан та особливості налагодження партнерських відносин машинобудівними підприємствами. Проаналізовано специфіку вітчизняних партнерств в машинобудівній галузі.*

**Ключові слова:** партнерські відносини, машинобудівні підприємства, взаємодія підприємств, характер партнерських відносин.

*Определены сущность, состояние и особенности налаживания партнерских отношений машиностроительными предприятиями. Проанализирована специфика отечественных партнерств в машиностроительной отрасли.*

**Ключевые слова:** партнерские отношения, машиностроительные предприятия, взаимодействие предприятий, характер партнерских отношений.

*The nature, state and characteristics of partner relationships of machine building enterprises were determined. The specifics of domestic partnerships in machine-building industry were analyzed.*

**Key words:** partner relationship, machine building enterprises, interaction of the enterprises, character of partner relationships.

Ускладнення умов ведення конкурентної боротьби, прискорення процесу глобалізації економіки та необхідності виходу національних виробників на світовий ринок обумовлюють потребу пошуку більш ефективних форм та механізмів взаємодії промислових підприємств. В зв'язку з цим особливої уваги потребують підприємства машинобудування як провідної галузі індустріального комплексу України.

Дослідженню сутності економічної взаємодії, питанням формування та розвитку промисловими підприємствами партнерських відносин присвячені наукові праці провідних вітчизняних та зарубіжних учених, зокрема, Н. Бутенко, Я. Гордона, Т. Крема, С. Куца, М. Макаренко, Г. Махової та інших. Проте, незважаючи на наявність чисельних теоретичних розробок, проблеми визначення сутності та специфіки встановлення партнерських відносин машинобудівними підприємствами для досягнення ними визначених цілей функціонування та розвитку залишаються фрагментарно дослідженими і потребують подальшого наукового розгляду.

Метою дослідження є визначення та аналіз стану та специфіки формування партнерських відносин за участю вітчизняних машинобудівних підприємств.

Під партнерським відносинами розглядається форма довготривалих, взаємовигідних відносин суб'єктів ринку, які ґрунтуються на добровільності та рівноправності діяльності сторін з метою реалізації економічного інтересу партнерів.

Головною метою партнерських відносин підприємств є правильний вибір характеру, напрямів співпраці та форм їх реалізації.

Основними напрямками формування підприємством партнерських відносин, відповідно до складу їх учасників є: партнерство з постачальниками, з покупцями, з посередниками та зацікавленими групами, з конкурентами.

Проведене дослідження дозволяє виділити п'ять основних характеристик формування партнерських відносин відповідно до напрямків діяльності підприємств, а саме: виробничий, інвестиційний, інноваційний, торговельний та фінансовий, які відповідатимуть за реалізацію економічних інтересів в результаті налагодження підприємством партнерства і зумовлюють способи поведінки та властивості цих відносин.

Історично партнерства підприємств з'явилися в машинобудівній та металургійній промисловості, що було зумовлено необхідністю виходу на нові ринки збуту та пошуку іноземних замовлень [1]. На сьогоднішній день партнерські відносини існують майже в усіх галузях економіки України та стають необхідним чинником їх зростання.

В промисловості поширені партнерства як вертикального типу (між виробником та покупцем), так і горизонтального – між підприємствами, що перебувають на одній ланці ланцюга створення цінності. Галузь машинобудування характеризується значною кількістю партнерств, наприклад, в автомобілебудуванні існують партнерства як між виробниками автомобілів, так і між постачальниками комплектуючих, запасних частин і кінцевими виробниками. Участь вітчизняних підприємств у партнерських відносинах у цій галузі пов'язана і з випуском продукції під світовими марками, і з організацією складального виробництва в якості материнських компаній. Лідером за кількістю спільних проектів є Запорозький автомобілебудівний завод [2]. Серед українських підприємств у ролі материнських компаній, що організують складальне виробництво за межами України можна виділити корпорацію «Богдан», яка ще декілька років тому відкрила в Росії підприємства з виробництва вантажних автомобілів та автобусів [3].

Слід відмітити, що галузева специфіка поширення партнерських відносин відповідає світовим тенденціям, проте їх формування в Україні та машинобудуванні зокрема дещо відрізняється від практики та досвіду іноземних підприємств у цій сфері. Це пояснюється економічними та політичними умовами функціонування та взаємодії.

Головні відмінності партнерських відносин підприємств в Україні полягають у: 1) цілях, для досягнення яких утворюються партнерства; 2) неформальному характері партнерських угод, що ускладнює вимірювання результатів; 3) відсутності на законодавчому рівні регулювання партнерських відносин підприємств (окрім державно-приватних партнерств).

Аналіз діяльності підприємств – виробників машинобудівної продукції дозволив відокремити існуючі особливості налагодження партнерських відносин в машинобудуванні. Одним з її проявів є багаточисельність зв'язків з іншими підприємствами, проте найбільш тісні відносини спостерігаються з постачальниками сировини, матеріалів та комплектуючих й покупцями машинобудівної продукції, що пояснюється їх стратегічною важливістю в умовах специфіки галузі та продукції (інноваційності, ресурсоемності, матеріалоемності), яка виробляється підприємствами. Проте посилення конкурентної боротьби, підвищення значення відносин як нематеріального активу та джерела конкурентних переваг підкреслює доцільність формування ефективних партнерських відносин і за іншими напрямками їх розвитку.

Взаємодія підприємств з партнерами, яких вони самі відносять до стратегічних, у більшій мірі сконцентрована на питаннях просування продукції, і тільки в поодиноких випадках на розробці та виробництві нової продукції. Такі приклади формування партнерських відносин за участю українських підприємств наведено в табл. 1 (складено на основі [1; 3; 4]).

Таблиця 1

Приклади партнерства за участю українських машинобудівних підприємств

Учасники партнерських відносин	Напрямок діяльності
ПАТ «Автомат» (Україна) виробник-постачальник; ЗАТ «КЗА» (Росія) - покупець	Ексклюзивне постачання дизельних та автомобільних поршнів
ПАТ «ХЕЗ «Укрелектромаш» (Україна); ТОВ «Компанія Раско» (Україна)	Закупка електродвигунів асинхронних загальнопромислових
ПАТ «НВО ім. М.В. Фрунзе» (Україна) - виробник; ПАТ «Турбоатом» (Україна) виробник; ПАТ «Насосенергомаш» - виробник	Постачання продукції та будівництво об'єктів паливно-енергетичного комплексу на території Росії
ХДАВП (Україна) - виробник; ЗАТ «Авіатор» (Росія) – виробник-конкурент	Виробництво та реалізація (в тому числі єдина цінова політика) літаків АН-140
ПАТ «Завод ім. Фрунзе» (Україна) - виробник; ПАТ «Завод «Павлоградхіммаш» (Україна) – виробник - постачальник	Спільна збірка вакуумних трубчатих сонячних колекторів
ПАТ «Автаромат» (Україна) – виробник-постачальник; ПП «Мелітопольський моторний завод» (Україна) - виробник; ПАТ «Запорізького автомобілебудівного заводу» (Україна) – виробник - постачальник	Виробництво та постачання поршневої 307.1004015Н-10 для двигунів МемЗ-307 екологічного класу «Євро-4»
ПАТ «Електромашина» (Україна) виробник; Концерн «MERSEN» (Франція) - постачальник	Отримання поставок щіток, для комплектації стартер-генераторів, спільна участь у виставках
ДП «Антонов» (Україна) – виробник-постачальник; Казанське авіаційне ВО ім. С. П. Горбунова (Росія) – виробник-покупець	Виробництво літаків АН-148-158, АН-140, серійне виробництво АН-70 модернізація АН-124 Руслан
ВАТ «Русал» (Росія) – постачальник; ТФК «Львівський автобусний завод «Лаз» (Україна) – виробник; ВАТ «Автомобільний завод «Урал» (Росія) – виробник-покупець;	Спільна діяльність машинобудівних підприємств та постачальника сировини-металу, а також інвестиції у розробки нової продукції
ПАТ «Турбоатом» (Україна) – виробник; ДП «Електроважмаш» (Україна) - виробник; РАТ ЕЕС (Росія) - покупець	Спільне постачання парових турбін потужністю 325-330 МВт

Аналіз прикладів формування партнерських відносин за участю українських підприємств дозволив констатувати обмежені напрямки діяльності при встановленні відносин з партнерами, а саме: торгівля, спільне виробництво та збут продукції. У видовому аспекті поширення партнерських відносин в машинобудівному комплексі України виокремлюються спільні підприємства, аутсорсинг та франчайзинг [3].

Практика формування спільних підприємств в Україні свідчить про доцільність створення партнерства у формі спільного підприємства з можливістю для сторін вивчити один одного у процесі спільної діяльності, а також заощадити на юридичному оформленні угоди купівлі-продажу бізнесу.

Крім зазначених видів та форм партнерських відносин в галузі машинобудування існують й інші – на підставі угод, які важко віднести до

---

конкретного виду партнерських відносин та визначити їх характер.

Головними чинниками, що стримують розвиток партнерських відносин в Україні є низький рівень ділової етики, проблема недобросовісної конкуренції, недосконалість законодавчої бази та судової системи. Найчастіше лише жорстко формалізований контракт або угода здатні чинити певний вплив на партнера і контролювати процес реалізації партнерських відносин, а також гарантувати виконання ним зобов'язань. Таким чином, поєднання діяльності кількох підприємств у формі партнерських відносин є складним і ризикованим процесом. Партнерська взаємодія відкриває для вітчизняних машинобудівних підприємства нові перспективи, проте вносить у роботу значні складнощі та додаткові витрати. За таких умов важливого значення набуває визначення меж співпраці, цілей, форм та способів реалізації відносин з урахуванням специфіки кожного окремого підприємства – учасника партнерства.

**Список літератури:** 1. Бутенко Н. В. Партнерські відносини на промисловому ринку: монографія / Н. В. Бутенко. – Кам'янець-Подільський: Аксіома, 2013. – 320 с. 2. Макаренко М. С. Комплексне аналітичне оцінювання діяльності та взаємодії машинобудівних підприємств / М. С. Макаренко // Економіст. – 2014. – № 7. – С. 33–49. 3. Стратегія підприємства: адаптація організації до впливу світових суспільно-економічних процесів: монографія / А. П. Наливайко, Т. І. Решетняк, Н. М. Євдокимова та ін.; за ред. д-ра екон. наук, проф. А.П. Наливайка. – К.: КНЕУ, 2013. – 454 с. 4. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

УДК 658.56

## ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В МЕНЕДЖМЕНТІ

**Бутенко Д.С.**, канд. екон. наук, доц.

*(Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, Харків, Україна)*

*Розглянуто особливості інформаційних технологій в менеджменті. Наведено основні сфери використання інформаційних технологій при управлінні підприємством.*

**Ключові слова:** менеджмент, інформація, підприємство, управління, інформаційні технології.

*Рассмотрены особенности использования информационных технологий в менеджменте. Приведены сферы, в которых применяются информационные технологии при управлении предприятием.*

**Ключевые слова:** менеджмент, информация, предприятие, управление, информационные технологии.

*Features of information technology management. The basic areas of information technology in the management of the company.*

**Key words:** management, information, enterprise management, information technology.

На сьогоднішній день запорукою ефективного управління на підприємстві є використання ІТ-технологій. Воно забезпечує дотримання основних критеріїв якості інформації, а саме точності, надійності, доступності і своєчасності, оперативності та високої швидкості обробки та передачі. Інформація в менеджменті [2]: 1. відомості, які зменшують ступінь невизначеності знання керівника



*XXII Міжнародна науково-  
практична конференція*

# ФІЗИЧНІ ТА КОМП'ЮТЕРНІ ТЕХНОЛОГІЇ

*7 – 9 грудня 2016 р.*

**м. Харків**

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця**  
**Публічне акціонерне товариство «ФЕД»**  
**Приватне акціонерне товариство ХМЗ «ПЛІНФА»**  
**(м. Харків, Україна)**  
**ТОВ Технічний центр «ВаріУс»**  
**(м. Дніпро, Україна)**  
**ДП «УкрНТЦ «Енергосталь»**  
**(м. Харків, Україна)**  
**Приазовський державний технічний університет**  
**(м. Маріуполь, Україна)**  
**Одеський національний політехнічний університет**  
**(м. Одеса, Україна)**  
**Луцький національний технічний університет**  
**(м. Луцьк, Україна)**  
**Національний технічний університет «ХПІ»**  
**(м. Харків, Україна)**  
**ПАТ «Завод «Південкабель»**  
**ПАТ «Світло шахтаря»,**  
**ТОВ «Імперія металів»**  
**Інститут надтвердих матеріалів ім. В.М. Бакуля**  
**НАН України (м. Київ, Україна)**  
**Харківський національний технічний університет сільського господарства**  
**ім. Петра Василенка**  
**Університет, Делі (Індія)**  
**Політехнічний університет (м. Валенсія, Іспанія);**  
**Грузинський технічний університет (м. Тбілісі, Грузія)**  
**ДНВО «Центр» НАН Білорусі (м. Мінськ)**  
**Вища технічна школа механіки (Сербія)**  
**Технічний університет (м. Кишинів, Молдова)**



**МАТЕРІАЛИ**  
**XXII МІЖНАРОДНОЇ**  
**НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**  
**«ФІЗИЧНІ ТА КОМП'ЮТЕРНІ ТЕХНОЛОГІЇ»**

**7 - 9 грудня 2016 року**

**м. Харків**

УДК 62-65: 621.382.82  
Ф 50

**Ф50 Фізичні та комп'ютерні технології.** Матеріали ХХІІ Міжнародної науково-практичної конференції, 7–9 грудня 2016, м. Харків. – Д. : ЛІРА, 2016. – 510 с.

**ISBN 978-966-383-795-6**

Представлено наукові праці, в яких розглянуто наукові концепції розвитку технології машинобудування, механічної і фізико-технічної обробки; інноваційні технології, обладнання та інструменти; безпечні технології виробництва і охорони навколишнього середовища; проблеми економіки промисловості; проблеми динаміки та міцності машин, математики, механіки та управління.

Для спеціалістів промислового виробництва, науково-технічних працівників, економістів, студентів, аспірантів та викладачів.

**УДК 62-65: 621.382.82**

*Матеріали відтворено з авторських оригіналів*

**ISBN 978-966-383-795-6**

© Колектив авторів, 2016  
© ЛІРА, 2016

<b>Гоков А. М., Деточенко И. Н.</b> Экологические аспекты атмосферного электричества мегаполисов .....	358
<b>Гараненкова В.В., Шабанова Г.М.</b> Екологічні аспекти одержання та застосування будівельних матеріалів на основі каустичного доломіту .....	361
<b>Буц Ю.В., Барбашин В.В., Крайнюк О.В.</b> Технологія процесів постпірогенної релаксії у лісових ландшафтах після пожеж .....	364
<b>Попенко Г.С.</b> Утилізація промислових відходів як елемент забезпечення екологічної безпеки .....	368
<b>Іващенко М.Ю.</b> Порівняльна характеристика існуючих захисних матеріалів від електромагнітного випромінювання .....	370
<b>Безсонний В.Л., Третьяков О.В.</b> Вдосконалення технології водопідготовки питної води з поверхневих джерел водопостачання .....	373
<b>Беспалов О.Є.</b> Удосконалення камери гасіння коксу .....	376

#### 4. ЕКОНОМІКА ПРОМИСЛОВОСТІ

<b>Ачкасова С. А.</b> Автоматизація діяльності небанківських фінансових установ. ....	380
<b>Ус М.І.</b> Партнерські відносини підприємств в машинобудівній галузі .....	384
<b>Бутенко Д.С.</b> Використання сучасних інформаційних технологій в менеджменті .....	387
<b>Рожко В.І.</b> Формування системи збуту та розподілу товарів вітчизняного виробництва у сучасних умовах .....	389
<b>Савченко Н.Ф.</b> К оценке возможностей повышения потребительских свойств с позиций взаимодействия системы «потребитель-производитель» .....	394
<b>Свидерский В.П., Фридман Е.А.</b> Оценка и управление риском при внедрении новых технологий .....	397
<b>Свідерський В.П., Абрамова І.М.</b> Взаємозв'язок розвитку інновацій та глобальної конкурентоздатності України .....	401
<b>Свідерський В. П., Шаповалова Н.П.</b> Інноваційні процеси як поштовх для змін у підготовці майбутніх фахівців економічного профілю .....	404
<b>Новіков Д.Ф.</b> Взаємозв'язок підрозділів промислового підприємства та підготовка персоналу .....	408
<b>Небилиця О.А., Мумінова Ф.Р.</b> Особливості формування програми «Event-Маркетинг» для туристичного підприємства .....	411
<b>Гарафонов О.І., Дроздов А.В.</b> Марочна стратегія підприємства .....	414
<b>Кудлай В.С., Лисицька Д.Д.</b> Використання сучасних маркетингових інструментів у маркетинговій діяльності підприємства .....	416
<b>Ткачук І. І.</b> Проблеми інформаційного забезпечення інноваційного розвитку підприємства .....	418



Наукове видання

## **ФІЗИЧНІ ТА КОМП'ЮТЕРНІ ТЕХНОЛОГІЇ**

**Матеріали XXII Міжнародної науково-практичної конференції  
7–9 грудня 2016 р.**

Укладач: Новіков Федір Васильович

Відповідальний за випуск:  
Жовтобрюх В.О.

Оформлення оригінал-макету:  
Новіков Д. Ф.

Підп. до друку 24.11.2016 р.  
Формат 60x84 1/18. Друк офсетний. Ум.-друк. арк. 31,87.  
Наклад 300 пр. Зам. № 270

Видавництво і друкарня «Ліра»  
49000, м. Дніпро, вул. Наукова, 5  
Свідоцтво про внесення до Держреєстру  
ДК №188 від 19.09.2000.