

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ

УДК 658.114.5

О. М. Гребешкова,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

ЕФЕКТИВНОСТЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПАРТНЕРСТВА ПІДПРИЄМСТВ: ПРОБЛЕМИ ВИЯВЛЕННЯ ТА СПОСОБИ ОЦІНКИ

В статті запропоновано узагальнення і систематизація на міждисциплінарних засадах сучасних поглядів на проблеми виявлення та способи оцінки ефективності стратегічних партнерств підприємств у сучасних умовах господарювання.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: стратегічне партнерство, ефективність, партнерські відносини підприємств, стратегія, ефект взаємодії підприємств, синергійний ефект.

Актуальність. На сучасному етапі становлення економічних систем різних рівнів розгортаються якісно нові процеси, що зумовлюють пошук принципово відмінних способів забезпечення успішного довгострокового розвитку підприємств і організацій. В умовах глобалізації, зміщення акцентів з матеріальних та фінансових ресурсів, на інтелектуальні та знаннєві активи, докорінної трансформації традиційних моделей і механізмів функціонування підприємств у конкурентному середовищі та перетворення природи самої конкуренції постає проблема розв'язання та впровадження нових, відмінних від класичних, форм реалізації економічних інтересів основних дієвих суб'єктів ринку — підприємств, компаній, фірм. У такому контексті одним з перспективних способів забезпечення успішної конкурентної позиції сучасних підприємств визнається їх партнерська взаємодія в форматі стратегічного союзу (альянсу), практика створення яких у

зарубіжних країнах налічує вже майже тридцять років. У цих процесах не залишаються осторонь і вітчизняні підприємства і компанії, які все частіше утворюють різноманітні партнерства задля досягнення своїх стратегічних цілей і при цьому зберігаючи стратегічну автономність та господарську самостійність.

Постановка проблеми. Отже, пошук та впровадження нових способів та прийомів надбання сучасними підприємствами конкурентних переваг зумовлює необхідність наукового узагальнення практики створення, функціонування та розвитку стратегічних партнерств як перспективної форми реалізації різноманітних інтересів їх учасників з урахуванням ефективності та результативності подібних коопераційних організаційно-економічних утворень.

Аналіз опублікованих надбань. Останніми десятиліттями різні аспекти існування стратегічних партнерств підприємств активно обговорюються в науковій та науково-популярній спеціальній літературі. Проте, слід визнати, що на прискіпливу увагу дослідників заслуговують лише окремі питання в межах означеної предметної сфери. Зокрема, багато досліджень присвячено міжнародним аспектам взаємодії компаній у формі міжнародних стратегічних альянсів, які почали активно формуватися наприкінці 1980-х рр. [1]. З поширенням партнерської форми взаємодії між підприємствами та компаніями з'явилися дослідження, спрямовані на узагальнення та систематизацію проявів функціонування стратегічних альянсів в організаційно-правовому (наприклад, у [2]) та фінансовому [3] аспектах. Останнім часом у науковому суспільстві активізувалися дискусії навколо проблем стратегічного співробітництва підприємств як перспективного напрямку розвитку сучасного стратегічного менеджменту [4]. Триває активний науковий пошук нових джерел конкурентних переваг в умовах становлення «нової» економіки — економіки знань [5].

Невирішені частини загальної проблеми. Проте, низка питань у сфері виявлення необхідних та достатніх передумов забезпечення ефективного функціонування стратегічних партнерств підприємств залишаються відкритими. На наше переконання, особливої актуальності на даному етапі розвитку економічних відносин в Україні та світі набуває пошук дієвих способів виявлення та достовірної оцінки ефективності утворення стратегічних партнерств з урахуванням необхідності забезпечення «поновлюваної відмітності та прибутковості» його учасників [9, с. 23]. Однак, навіть поверховий огляд літератури з проблематики стратегічних партнерств підприємств дозволяє робити висновок, що на

сьогодні не склалося універсального підходу до оцінки ефективності партнерської взаємодії підприємств з урахуванням різноманітності форм такого співробітництва, сфер його реалізації, поліваріантності цілей учасників цього процесу.

Метою цієї статті є узагальнення і систематизація сучасних поглядів на проблеми виявлення та способи оцінки ефективності стратегічних партнерств підприємств у сучасних умовах господарювання. Ураховуючи складність і багатогранність обраної для дослідження проблеми, а також неможливість висвітлення всіх її аспектів у межах однієї статті, основну увагу приділимо двом основним моментам: 1) виявленню обставин, що зумовлюють складність (а іноді — неможливість) ідентифікації ефектів партнерської взаємодії підприємств, зокрема з урахуванням специфіки української економіки; 2) узагальненню концептуальних підходів до оцінки ефективності стратегічного партнерства з урахуванням варіативності сучасних теоретико-методологічних засад такої оцінки та поліаспектності проявів результатів партнерства в практиці господарювання підприємств різних форм та бізнес-профілів.

Вклад основного матеріалу. Перш, ніж починати дискусію щодо ефективності стратегічного партнерства, слід зазначити, що основна причина існування цієї проблеми, на наше переконання, полягає у неусталеності понятійно-категоріального апарату визначеної проблемної сфери. По-перше, термін «стратегічне партнерство підприємств» має чимало дефініцій, які фокусують увагу дослідника на різних проявах природи цього явища, зокрема: 1) на організаційно-правовій формі взаємодії підприємств (партнерство як угода); 2) на способі досягнення партнерами спільних стратегічних цілей (партнерство як конкурента стратегія); 3) на формі налагодження та підтримання довірчих довгострокових відносин з іншими учасниками ринку (партнерство як реляційна стратегія, спрямована на формування цінності взаємовідносин [6]); 4) на форматі вибудовування міжнародних економічних відносин та способі проникнення на нові географічні ринки (міжнародні альянси підприємств) тощо. Тому, для уточнення вихідних позицій дослідження джерел та умов виникнення ефектів взаємодії підприємств у межах стратегічного партнерства надалі під останнім будемо розуміти форму договірних відносин між підприємствами з приводу досягнення ними стратегічних цілей на основі спільного використання ресурсів та отримання синергійного ефекту [7].

Виходячи з наведеного визначення, слід визнати існування низки проблем ідентифікації ефектів партнерської взаємодії під-

приємств. По-перше, спектр форм договірних відносин між підприємствами-партнерами є доволі широким — від двосторонньої угоди про узгодження інтересів до утворення спільного підприємства з виробництва та/або просування товарів на ринок. По-друге, стратегічні цілі учасників партнерства та відповідні інтереси, що покладені в основу їх визначення, є найменш формалізованими та найбільш прихованими від дослідника «параметрами» партнерської взаємодії. По-третє, механізм спільного використання ресурсів може суттєво відрізнятись залежно від форми, інтересів, ступеню відкритості та міри «довіри» між партнерами. Кожна із зазначених проблем окремо та з урахуванням поліваріантності їх комбінацій у конкретних ситуаціях ускладнює пошук джерел виявлення ефектів стратегічної взаємодії підприємств у межах партнерства: залежно від вихідних умов змінюється природа та оцінка вигід і витрат партнерства, внеску та втрат кожного з його учасників. До того ж у процесі оцінки ефективності стратегічного партнерства, зокрема за участю вітчизняних підприємств, слід враховувати високу неформалізованість та нерозвиненість концептуальних засад виявлення інформаційного простору дослідження стратегічних партнерств підприємств в Україні [8], що пояснюється (поряд із зазначеними причинами) непрозорістю соціально-економічних процесів та нормативно-правового поля країни.

Проте, незважаючи на складність ідентифікації ефектів партнерської взаємодії та з урахуванням теоретико-методологічних надбань у сфері наукового пояснення природи та результативності коопераційних зв'язків між підприємствами, вважаємо за можливе визначити дві основні групи підходів до оцінки ефективності партнерства: 1) на основі «прямого» співставлення результатів партнерства та ресурсів, залучених для їх досягнення, що передбачає фінансову оцінку вигід і витрат партнерської взаємодії як на рівні партнерства в цілому (ефективність стратегічного партнерства), так й на рівні окремого його учасника (ефективність участі підприємства в партнерстві); 2) на основі «непрямої» оцінки досягнутих ефектів партнерських відносин його учасниками, у т.ч. у соціально-психологічному аспекті трактування ними набутих результатів спільної взаємодії, що, в свою чергу, позначається не тільки у врахуванні «неекономічних» ефектів (покращення ділової репутації, створення атмосфери довіри між клієнтами та постачальниками тощо), а й у розширенні когнітивних меж оцінки ефективності партнерства з боку його учасників.

Найпоширенішою та найрозвинутішою у теоретично-методологічному сенсі концепцією оцінки ефективності стратегічного партнерства слід визнати концепцію синергізму, яка попри зазначеного не позбавлена певних обмежень. При оцінці синергійного ефекту стратегічної взаємодії підприємств найчастіше згадуються такі проблеми, як: багатогранність та поліаспектність партнерських відносин як таких; асиметричність інформації про результати взаємодії для кожного з партнерів; переважання експертних методів оцінки впливу факторів та результатів стратегічного партнерства внаслідок неявної природи деяких з об'єктів такої оцінки тощо.

За результатами узагальнення існуючих дефініцій можемо констатувати, що під синергійним ефектом стратегічної взаємодії доречно розуміти зміну ефективності діяльності підприємства внаслідок взаємодії з іншими економічними організаціями, що зумовлюється виникненням так званого системного ефекту (ефекту емерджентності) та супроводжується частковою втратою кожним з партнерів їх стратегічної автономності (або незалежності у прийнятті стратегічних рішень). Одразу слід зауважити, що подібний ефект може мати як позитивний (безпосередньо синергійний), так й негативний (або диссинергійний) прояв, про що у відповідних теоретичних дослідженнях згадується нечасто. Диссинергія може бути обумовлена високими витратами, що виникають у процесі адаптації компаній, що об'єднуються в певну інтеграційну структуру, або внаслідок зниження керованості більш складною системою.

З несуттєвими розбіжностями дослідники (зокрема, Є. Брікхем 3, с. 867—871, І. Ансофф 9) сходяться у розумінні основних джерел синергійних ефектів, що супроводжують процеси стратегічної взаємодії підприємств, до яких відносять: 1) економія операційних витрат, що пов'язана з операційною діяльністю; 2) економія фінансових (у т.ч. інвестиційних) ресурсів; 3) економія витрат на управління; 4) економія «ринкових» витрат за рахунок посилення влади на ринку. Проте неоднозначними виявляються способи вимірювання синергійного ефекту та сфери їх застосування.

За результатами дослідження застосовуваних у практиці підходів до оцінки синергійного ефекту партнерських угод між підприємствами вважаємо за можливе виділити чотири групи: 1) відстеження динаміки ринкової (конкурентної) позиції підприємств-партнерів та/або партнерства в цілому; 2) оцінка на основі динаміки показників фінансового стану підприємств-партнерів

[10]; 3) оцінка з позиції концепції співставлення вигід і витрат стратегічної взаємодії, яка складає методологічне підґрунтя прийняття та оцінки проектних рішень; 4) оцінка на основі урахування когнітивно-компетенційних аспектів партнерських відносин. Кожна з визначених груп підходів має свою прийнятну сферу застосування, але й свої обмеження та недоліки (табл. 1).

Таблиця 1

ХАРАКТЕРИСТИКА ПІДХОДІВ ДО ОЦІНКИ СИНЕРГІЙНОГО ЕФЕКТУ СТРАТЕГІЧНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ПІДПРИЄМСТВ

Підхід до оцінки	Основне джерело виникнення синергії	Сфера застосування підходу	Обмеження для застосування
Дослідження динаміки ринкової (конкурентної) позиції підприємств-партнерів та/або партнерства в цілому	Переважаю комерційна та управлінська сфери стратегічної взаємодії	Обґрунтування доцільності утворення довгострокових стратегічних партнерств	Неоднозначність результатів оцінки у короткостроковому періоді
Оцінка на основі методів фінансового аналізу підприємств-партнерів	Переважаю операційна сфера стратегічної взаємодії	Обґрунтування ефективності операцій злиттів&поглинань, створення СП	Неоднозначність (а іноді — неможливість) результатів оцінки для партнерства в цілому
Оцінка з позиції концепції співставлення вигід і витрат стратегічної взаємодії	Переважаю інвестиційна сфера стратегічної взаємодії	Пріоритет інтересів «інвестора» в обґрунтуванні ефективності стратегічної взаємодії підприємств	Складність виявлення всіх релевантних вигід і витрат спільної взаємодії
Оцінка на основі когнітивно-компетенційних аспектів партнерства	Переважаю соціально-економічна сфера взаємодії	Встановлення довірчих відносин між партнерами, розширення їх «сфер впливу», покращення ділової репутації	Нерозвиненість методичних інструментів виявлення компетенцій організації, «непрозорість» кореляції між соціально-психологічними наслідками та економічними результатами діяльності партнерства та його учасників

Однак розглядати зазначені групи підходів до оцінки синергійних ефектів як методично автономні, на наше переконання, недоцільно.

Висновки. Узагальнюючи результати дослідження сучасних поглядів на проблеми виявлення та способи оцінки ефективності

стратегічних партнерств підприємств в сучасних умовах господарювання вважаємо за можливе констатувати, що на сьогодні залишаються відкритими питання виявлення джерел формування ефектів стратегічної взаємодії та розробки адекватних новим умовам господарювання методичних прийомів оцінки результатів партнерства. Проте, запровадження міждисциплінарного підходу до вирішення окресленої проблеми з урахуванням фінансових, ринкових, когнітивних та інших аспектів досягнення підприємствами конкурентних переваг в умовах «нової» економіки має сприяти подальшому розвиненню теоретико-методологічних засад створення стратегічних партнерств підприємств та в перспективі забезпечить досягнення ними конкретних позитивних результатів реалізації стратегії «співконкурентції».

Література

1. *Карпущина Е. А.* Международные стратегические альянсы. Опыт исследования. — М.: Дело и Сервис, 2004. — 176 с.
2. *Владимирова И. Г.* Организационные формы интеграции компаний // Менеджмент в России и за рубежом. — 1999. — № 6.
3. *Брікхем С.* Основи фінансового менеджменту: Пер. с англ. — К.: Молодь, 1997. — 1000 с.
4. *Гарретт Б., Дюссож П.* Стратегические альянсы: Пер. с англ. — М.: ИНФРА-М, 2002. — XX, 332 с.
5. *Уелборн Р.* Деловые партнерства: как преуспеть в совместном бизнесе: Пер. с англ. — М.: Вершина, 2004. — 327 с.
6. *Смирнова М. М.* Управление взаимоотношениями на промышленных рынках как источник конкурентных преимуществ компании // Российский журнал менеджмента. — 2006. — Т. 4. — № 3. — С. 27—54.
7. *Гребешкова О. М., Махова Г. В.* Стратегічні партнерства підприємств: слайд-курс (на правах рукопису). — К.: ХНЕУ, 2008. — 260 с.
8. *Гребешкова О. М., Махова Г. В.* Проблеми визначення та способи структуризації інформаційного простору дослідження стратегічних альянсів підприємств в Україні. Збірник наукових статей «Управління розвитком». — Х.: ХНЕУ, 2008. — № 18. — С. 20—23.
9. *Ансофф И.* Стратегическое управление / Пер. с англ.; науч. ред. и авт. предисл. Л.И. Евенко. — М.: Экономика, 1989. — 519 с.
10. *Маренный М. А.* Методы финансового анализа кооперационных взаимодействий малых промышленных предприятий // Аудит и финансовый анализ. — 2001. — № 3.

Стаття надійшла до редакції 08.10.2008