

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО ПАРТНЕРСТВА СУБ'ЄКТА ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Оцінка результатів діяльності стратегічного партнерства необхідна для порівняння економічних результатів до і після укладання угоди про співробітництво. Вона дає змогу визначити керівництву суб'єкта необхідність подальшої співпраці, зважити всі переваги і недоліки цього партнерства. Однак оцінити вплив саме стратегічного партнерства на діяльність підприємств досить складно (особливо у короткостроковому періоді).

Оцінка ефективності діяльності стратегічного партнерства ускладнюється і через наявність різного трактування самого поняття «стратегічне партнерство» у вітчизняних та закордонних вчених: 1) організаційно-правова форма взаємодії підприємств (партнерство як угода); 2) спосіб досягнення партнерами спільних стратегічних цілей (партнерство як конкурентна стратегія); 3) форма налагодження та підтримання довірчих довгострокових відносин з іншими учасниками ринку (партнерство як стратегія, спрямована на формування цінності взаємовідносин); 4) формат вибудовування міжнародних економічних відносин та спосіб проникнення на нові географічні ринки (міжнародні альянси підприємств) тощо.

Можна виділити два основні напрями оцінки ефективності стратегічного партнерства. Перший полягає у прямому співставленні результатів партнерства, тобто через розрахунок співвідношення доходів та витратків, що супроводжують спільну діяльність. Так, наприклад Іващенко Н.С. [1] розраховує ефективність партнерських відносин як:

$$ЕПВ = 3 / (НП+ФП) \quad (1)$$

де 3 – збиток від недопоставок і порушення домовленостей; НП – недоодержаний прибуток; ФП – фактично одержаний прибуток. Діапазон ЕВП від 0 до 1, менше значення є кращим.

Другий напрям оцінки ефективності стратегічного партнерства – на основі «непрямої» оцінки досягнутих ефектів партнерських відносин його учасниками, у т.ч. у соціально-психологічному аспекті трактування ними набутих результатів спільної взаємодії. Це може бути покращення ділової репутації, створення атмосфери довіри між партнерами, забезпечення у довгостроковому періоді стабільних ринків збуту. Також це може бути співпраця з органами влади та місцевими громадськими організаціями, зменшення негативного впливу на екологію тощо.

Досить поширеною є концепція оцінки ефективності стратегічного партнерства через визначення синергічного ефекту. У разі довгострокової взаємодії підприємства можуть одержувати наступні синергетичні ефекти: 1) економія 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 [2].

У цілому оцінка результатів стратегічного партнерства буде більш реалістичною, якщо щороку здійснювати проміжні розрахунки, а потім побудувати динаміку економічних результатів за аналізований період. Однак оцінка ефективності стратегічного партнерства все ж не має зводитися лише до оцінки прибутків і збитків окремих підприємств. Адже від довгострокової співпраці є й інші вигоди, що стосуються розвитку інфраструктури, стабільних робочих місць, незмінних ринків збуту. Оцінити ефекти у цих сферах не просто і не завжди є очевидною для економічного аналізу, адже їх достатньо важко представити вартісними показниками.

Узагальнюючи сучасні погляди на способи оцінки ефективності стратегічних партнерств підприємств в сучасних умовах господарювання можна сказати, що на сьогодні залишаються відкритими питання виявлення джерел формування ефектів стратегічної взаємодії та розробки методичних прийомів оцінки результатів партнерства адекватних умовам господарювання. Складнощі пов'язані саме з різноманітністю економічних, соціальних та екологічних ефектів від стратегічного партнерства. В цілому оцінка є актуальною, оскільки все більше підприємств утворюють стратегічні партнерства та ведуть спільну діяльність як на вітчизняному так і на міжнародних ринках.

1. Іващенко Н.С. Оценка уровня партнерских связей как одного из факторов конкурентоспособности организации / Н.С. Іващенко, И.А. Гаврилов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. – № 3. – С. 77-86.

2. Гребешкова. О.М. Ефективність стратегічного партнерства підприємств: проблеми виявлення та способи оцінки / О.М. Гребешкова // Економіка і підприємництво: зб. наук. пр. молодих учених та аспірантів. Відп. ред. С.І. Дем'яненко. Вип. 22. – К.: КНЕУ, 2009. – С. 78-84.

Провозін, М.В. Оцінка ефективності стратегічного партнерства суб'єкта економічної діяльності [Текст] / М.В. Провозін // Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу : збірник тез доповідей VII Міжнародної науково-практичної конференції, 26-28 вересня 2013 р. / Відп. за вип. Ю.М. Гладенко. - Суми : ТОВ "ДД "Папірус", 2013. - С. 233-235.