

*Міністерство освіти і науки України  
Сумський державний університет  
Азадський університет  
Каракалтакський державний університет  
Київський національний університет технологій та дизайну  
Луцький національний технічний університет  
Національна металургійна академія України  
Національний університет «Львівська політехніка»  
Одеський національний політехнічний університет  
Сумський національний аграрний університет  
Східно-Казахстанський державний технічний  
університет ім. Д. Серікбаєва  
ТОВ «НВО «ПРОМІТ»  
Українська асоціація якості  
Українська інженерно-педагогічна академія  
Університет Барода  
Університет ім. Й. Гуттенберга  
Університет «Politechnika Świętokrzyska»  
Харківський національний університет  
міського господарства ім. О. М. Бекетова  
Херсонський національний технічний університет*

## **СИСТЕМИ РОЗРОБЛЕННЯ ТА ПОСТАВЛЕННЯ ПРОДУКЦІЇ НА ВИРОБНИЦТВО**

Матеріали I Міжнародної науково-практичної  
конференції

(м. Суми, 17–20 травня 2016 року)

Сайт конференції: <http://srpv.sumdu.edu.ua>.

Суми  
Сумський державний університет  
2016

## НЕГАТИВНІ СТОРОНИ У ДІЯЛЬНОСТІ СТРАТЕГІЧНИХ ПАРТНЕРСТВ

*Провозін М.В., СумДУ, м. Суми*

Стратегічні партнерства між промисловими підприємствами це приклад довгострокової співпраці суб'єктів господарювання з метою збереження ринків збуту, більш раціонального використання ресурсів та впровадження передових технологій у свою діяльність. Однак, оскільки кожне підприємство від початку є самостійним його інтереси можуть дещо відрізнятися від інтересів партнерів. Це може стати причиною крихкості відносин та припинення спільної діяльності у разі зіткнення із непередбачуваними ринковими змінами (появою нових конкурентів, зміною технологій, зміною ринкових вподобань споживачів тощо).

Слід відрізнити стратегічні партнерства від інших видів довгострокових відносин між підприємствами. Серед головних можна виділити такі особливості, що притаманні у більшій мірі саме стратегічному партнерству промислових підприємств:

- пріоритет виживання на ринку перед одержанням додаткового прибутку за рахунок партнера;
- перевага загальних цілей розвитку партнерства над цілями окремих його учасників;
- територіальна близькість підприємств та тісний взаємозв'язок як виробничих потужностей, так і технологічного ланцюга;
- відповідальність перед суспільством, зокрема в збереженні робочих місць, забезпеченні соціального захисту та розвитку місцевої інфраструктури;
- чітке розуміння місця партнерства в економіці та ролі в конкретній галузі.

Враховуючи вищесказане, стратегічне партнерство в собі виключає певні недоліки звичайних довгострокових відносин між підприємствами, зокрема питань щодо врегулювання конфлікту інтересів, розмежування прав на інтелектуальну власність та проблем ефективної координації ресурсів.

Однак залишається кілька негативних сторін стратегічного партнерства, у чому воно може програвати звичайним конкурентним відносинам між підприємствами.

До таких недоліків можна віднести певне *відмежування від економіки в цілому*. Відмежування проявляється у наданні переваг пропозиціям підприємств-партнерів навіть за наявності на ринку більш дешевих аналогів. з одного боку така поведінка зберігає ресурси в межах партнерства, але з іншого підприємства-партнери можуть піти в іншому технологічному

напряму ніж їх конкуренти, і якщо напрям виявиться помилковим – цілком програти й ризикувати припинити свою діяльність у майбутньому. Проте з іншого боку, на відміну від конкурентних відносин, у стратегічному партнерстві вільні кошти спрямовуватимуться на вдосконалення технологій у напрямку підвищення ефективності та більш раціонального використання наявних ресурсів. В конкурентних умовах досить значна частина коштів витрачається на внесення у модернізовані товари властивостей, які можуть зацікавити споживачів, «переманити» їх від конкурентів або ж навіть вносити такі технологічні зміни до товару, які б призводили до штучного заниження життєвого циклу таких товарів (передчасного виходу з ладу тих чи інших незамінних агрегатів чи занадто швидкого оновлення поколінь виробів). Від компетенції керівництва, на основі рекомендацій фахівців щодо вибору більш перспективних напрямів розвитку технологій залежить таким чином вірність чи хибність розвитку партнерства. Тому зростає необхідність вірного визначення підприємств-партнерів та технологій які варто спільно розвивати з самого початку створення стратегічного партнерства.

Одним із недоліків є наявність в партнерстві підприємств із застарілими технологіями, у яких скорочується чи може повністю зникнути ринок збуту (наприклад у результаті переходу на новий технологічний рівень розвитку). В такому випадку під тяжкий економічний удар підпадають всі підприємства партнерства, оскільки їх виробництва є взаємопов'язаними, а випадання однієї ланки технологічного процесу може призвести до її повного руйнування. Кожен партнер має усвідомлювати розвиток ринку у найближчій перспективі та напрямках збереження ринків збуту у майбутньому.

Створення стратегічних партнерств є виправданим лише у окремих сферах господарювання, коли підприємства розташовані географічно близько та дещо відокремлено від конкурентів, коли існують юридичні та соціально-економічні відмінності у господарюванні з іншими підприємствами, що не входять до партнерства, коли витрати на підтримання відносин в партнерстві є економічно виправданими та дійсно дають змогу як більш ефективно використовувати ресурси, так і розвивати інфраструктуру прилеглих територій. А для того, щоб переваги стратегічного партнерства переважали недоліки, необхідно, щоб підприємства були технологічно пов'язані; взаємно доповнювали один одного а не боролись за одні й ті ж ринки збуту; обмін інформацією, науковими розробками не загрожував жодній із сторін; мають бути чітко встановлені цілі та завдання партнерства, окремі показники, намічені для досягнення; співпраця має бути доцільною, не штучною і приносити вигоду як окремим підприємствам, так і довколишнім територіям.