

СТРАТЕГІЧНІ ПАРТНЕРСТВА У ВІТЧИЗНЯНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Телетов О.С., Провозін М.В.

Сумський державний університет, м. Суми

Нерівномірний характер обсягів промислового виробництва в Україні викликаний такими проблемами вітчизняної економіки: 1) невисокою ефективністю праці (через застарілі технології та недостатнє фінансування необхідного переоснащення обладнання); 2) високою залежністю від коливань валютних курсів; 3) спрощеністю технологічного виробництва (значна частка вітчизняних підприємств є проміжною ланкою і виготовляє лише деталі та комплектуючі вироби для закордонних виробників кінцевої продукції).

Сучасна теорія маркетингу пройшла кілька етапів свого розвитку від ери виробництва і ери продажу до ери власне маркетингу та ери взаємовідносин. Закордонна практика переконливо свідчить про необхідність довготривалих взаємовигідних партнерських стосунків (ДВПС). Як правило, збільшення частки лояльних споживачів на 5% збільшує прибутки підприємства на 30-50%. Поглиблення співпраці вітчизняних підприємств із закордонними партнерами в умовах значної технологічної та фінансової залежності від них сприятиме зростанню промисловості лише в окремих галузях промисловості, пов'яже вітчизняну економіку зі світовою лише як ланку технологічного процесу та загрожуватиме їх перетворенню на своєрідний сировинний придаток. Більш перспективним вважаємо розвиток внутрішнього ринку промислової продукції на основі створення довгострокових взаємовигідних відносин промислових підприємств, що мали б характер стратегічного партнерства. Таке партнерство засноване на спільних інтересах підприємств у розвитку вітчизняного ринку промислової продукції та передбачає розроблення механізму розподілення ризиків – захисту підприємств від негативних зовнішніх ринкових явищ.

Формування стратегічних партнерств серед існуючих підприємств сприятливіше в умовах співпраці у кластерах, де підприємства мають спільний ринок, можуть поділити сфери впливу й розподілити ресурси на виробництво, та за допомогою створення відповідних технопарків і тіснішої співпраці з науково-дослідницькими навчальними закладами, як джерелами інноваційних ідей, технічних рішень та економічного забезпечення. На відміну від традиційної співпраці на міжнародних ринках стратегічні партнерства мають такі переваги: 1) першочерговим є портфель замовлень підприємства-споживача з його внутрішнім ринком розподілу; 2) споживачі-виробники не приймають кращі пропозиції конкурентів та розподіляють ризики рівномірно, чим забезпечують довгостроковий характер взаємодії; 3) кожне підприємство залишається самостійним суб'єктом господарювання, хоч пріоритетними є спільні цілі та завдання.

Створення стратегічних партнерств покликане забезпечити як відродження внутрішнього ринку промислової продукції, так і підвищення рівня технологій. Крім того, існування стратегічних партнерств передбачає і соціальний ефект: розбудову інфраструктури підприємства, створення додаткових робочих місць та соціальне забезпечення на основі досягнутого технологічного розвитку.