

Телетов Олександр Сергійович,
д-р екон. наук, професор, професор кафедри маркетингу та УІД
Сумського державного університету;
Провозін Микола Васильович,
аспірант кафедри маркетингу та УІД Сумського державного університету

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СТРАТЕГІЧНОГО ПАРТНЕРСТВА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розглянуто причини диспропорцій економічного розвитку окремих регіонів України. Охарактеризовано передумови, що викликають необхідність розвитку підприємств шляхом розбудови економіки сталого розвитку на основі встановлення стратегічних партнерств підприємств. Запропоновано організаційні заходи вдосконалення діяльності підприємств у регіонах, спрямовані на поліпшення взаємовідносин суб'єктів господарювання з урядовими та громадськими організаціями.

Ключові слова: сталий розвиток, стратегічне партнерство підприємств, регіональний розвиток, маркетинг партнерських стосунків.

Постановка проблеми. Сучасна економіка провідних країн світу переживає перехідний період розвитку, коли початковий імпульс науково-технічних відкриттів XIX-XX століть певною мірою вичерпав себе і подальший розвиток можливий лише за рахунок удосконалення вже існуючого продукту (заміна менш ефективних пристроїв більш ефективними, зменшення розмірів, збільшення швидкості, різних видів заощаджень тощо), або ж за рахунок створення нових потреб, що виникають на перетині наук чи в нових науках: дослідженні космічного простору, нанотехнологіях, біоінженерії і т.ін.). Тому для успішної протидії ринковим викликам сучасні підприємства повинні мати значні ресурси. Виходячи з цього, останнім часом досить поширеним явищем в економіці України стала координація діяльності суб'єктів господарювання, кооперація та об'єднання підприємств, що мають спільні інтереси та стратегії розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми сталого економічного розвитку підприємств і територій, стратегій підприємства, а також маркетингу партнерських стосунків розглядались у роботах Л.Г. Мельника, І.Б. Дегтярьової [1], С.М. Ілляшенка, Н.В. Куденко [2], Я.Х. Гордона [3], В.Г. Герасимчука [5], у яких проаналізовано практику застосування стратегій підприємств, компаній, фірм на ринках України, досліджено довгострокові зв'язки з постачальниками сировини, партнерами та споживачами у сфері виробництва та розподілу продукції.

Ще з 70-х років XX століття набуває популярності новий погляд на економічний розвиток світової спільноти. Римський клуб уперше заговорив про необхідність ощадливої економіки сталого розвитку, що передбачає соціальну відповідальність бізнесу перед суспільством (як перед безпосередніми споживачами, так і майбутніми поколіннями), що зазначено А. Печеї в [4]. Однак аналіз досліджень і публікацій вищезазначених та деяких інших авторів дає змогу стверджувати, що питання економіки сталого розвитку окремих територій і ролі, яку в цьому відіграє партнерський маркетинг, є недостатньо дослідженими й здебільшого не знаходять застосування в економічній діяльності. Недостатня економічна обґрунтованість переваг

економіки сталого розвитку взагалі й налагодження партнерських взаємовідносин між підприємствами зокрема зумовлюють актуальність досліджень. Тому **метою** цієї статті є необхідність проаналізувати пропорційність сучасного економічного розвитку регіонів та країни в цілому, дослідити роль партнерських стосунків у взаємодії підприємств зі споживачами й суспільством та запропонувати можливі шляхи налагодження взаємовигідних відносин між підприємствами на мікро-, мезо- та макро-економічних рівнях діяльності.

Не вирішені раніше питання, що є частиною загальної проблеми, якій присвячується стаття. На сьогодні в результаті повного розриву зв'язків між колишніми підприємствами, що належали до різних міністерств Радянського Союзу, відбулося різке зменшення обсягів виробництва, а іноді й припинення роботи деяких із них. Це ускладнило соціально-економічний стан міст, районів та країни в цілому, що призвело до диспропорції в розвитку окремих регіонів. Завданням цієї статті є спроба запропонувати шляхи вирішення цієї проблеми.

Основний матеріал дослідження. У довгостроковому періоді ефективність діяльності підприємства прямо залежить від стабільності ринків збуту та наявності достатньої кількості споживачів, які будуть спроможні та матимуть бажання придбати його продукцію. Тому промислові підприємства зацікавлені у встановленні довгострокових контактів із своїми партнерами. При плановій економіці такі взаємозв'язки встановлювались для підприємств, незважаючи на розташування та власне економічні потреби самих підприємств. Тому досить часто витрачалися значні кошти на транспортування промислової продукції від місць виробництва до місць експлуатації. Але всі взаємовідносини між підприємствами, що були завантажені замовленнями, керувалися відповідним міністерством, практично все населення мало роботу, розвивалась інфраструктура міст і селищ тощо. На межі 80-90-х років минулого століття спочатку розпалися всесоюзні зв'язки, пов'язані з промисловістю відповідних міністерств, а потім значною мірою і міністерств колишніх республік, що входили до складу Радянського Союзу.

Зі здобуттям незалежності підприємства отримали свободу у виборі напрямів діяльності та пошуку партнерів, унаслідок чого відбулася зміна економічних взаємовідносин між підприємствами. Кожен суб'єкт господарської діяльності отримав змогу підвищувати ефективність своєї діяльності шляхом налагодження взаємодії з іншими підприємствами. Однак стихійний, неконтрольований та недостатньо продуманий перехід від планової до ринкової економіки викликав низку негативних явищ. Значна кількість підприємств, що втратили своїх замовників практично припинили своє існування. Наприклад, у Північно-східному регіоні України – це Сумське АТ «Селмі», Шосткинська «Свема», Конотопський «Червоний металіст», Путивльський «Сейм», Тростянецький «Машзавод». Вітчизняних власників поступово змінюють іноземні. Приватизація та банкрутство підприємств спричинили звільнення робітників і викликали зростання безробіття та негативних явищ у суспільстві: підвищився рівень злочинності, пияцтва, жебрацтва тощо. Внаслідок недосконалої податкової системи більше постраждали невеликі та середні населені пункти. За період 1990-2008 рр. індекс ВВП в Україні зменшився до 74,1 %. Упродовж 2009 року він знизився ще до 62,9 % [5]. Для порівняння, протягом останніх п'яти років виробництво промислової продукції в Україні, зокрема в Сумській області, практично не змінилося. У той час як ціни на промислову продукцію зросли приблизно вдвічі, а заробітна плата лише на третину (табл. 1, 2).

Таблиця 1 – Співвідношення індексу споживчих цін до індексу промислової продукції по Україні за 2007-2011 роки [6]

Рік	Індекс цін виробників промислової продукції (у % до попереднього року)	Індекс промислової продукції (у % до попереднього року)	Індекс середньої реальної заробітної плати
2007	123,3	107,6	112,5
2008	123,0	94,8	106,3
2009	114,3	78,1	90,8
2010	118,7	111,2	110,2
2011	114,2	107,6	108,7
Загалом за 2007-2011 роки	235,0	95,3	130,1

Таблиця 2 – Співвідношення індексу споживчих цін до індексу промислової продукції Сумської області за 2007-2011 роки [7; 8]

Рік	Індекс цін виробників промислової продукції (у % до попереднього року)	Індекс промислової продукції (у % до попереднього року)	Індекс середньої реальної заробітної плати
2007	112,5	108,0	109,5
2008	116,5	105,8	108,6
2009	115,9	82,9	94,5
2010	109,9	93,5	107,9
2011	107,7	107,7	111,5
Загалом за 2007-2011 роки	190,6	95,4	135,2

На сьогодні економіка та соціальна сфера України знаходяться в кризовому стані: упродовж 20 років зменшилася тривалість життя, знизилася народжуваність і зростає смертність, маємо негативне сальдо міграції молоді з невеликих населених пунктів у потужні промислові й наукові центри. Диспропорції розвитку окремих регіонів викликають занепокоєння, адже поряд із вимиранням сіл непомірно зростає місто Київ. З одного боку, збільшується конкуренція у великих промислових центрах, що змушує підприємства оптимізувати витрати, а з іншого – їм стає не вигідно постачати продукцію чи надавати послуги в сільській місцевості, оскільки там відсутні перспективи зростання ринку збуту. Унаслідок цього підприємства вимушені зменшувати обсяги виробленої продукції, скорочувати штат робітників та позбавлятися від обтяжливої інфраструктури (гуртожитків для працівників, стадіонів та спортивних залів, їдалень, дитячих садків, профілакторіїв та таборів відпочинку тощо), тому вирішення цих проблем усе більше й більше лягає на місцеву владу, що зумовлює негативні тенденції у соціальному забезпеченні працівників підприємств. Динаміку деяких соціально-економічних показників показано в табл. 3, 4.

Ще за радянських часів у кінці 70-х років на початку 80-х років минулого століття для забезпечення того чи іншого регіону продукцією певного різновиду почали створюватися виробничі об'єднання, які давали змогу спеціалізації тих чи інших підприємств, що входили в них. Таким чином, намагалися покращити забезпечення потреб населення регіону. Здебільшого такі об'єднання стосувалися місцевої, легкої та

харчової промисловості. У той самий час було створено й низку науково-виробничих об'єднань для швидкого впровадження в комерційне виробництво результатів наукових та науково-технічних досліджень і забезпечення виробленою на їх підставі продукцією вже не лише України, а й інших радянських республік, а також країн Східної Європи, Індокитаю та окремих країн Африки та Південної Америки. Разом з тим на теренах Радянського Союзу склалися постійно діючі господарські зв'язки.

Таблиця 3 – Динаміка виробництва окремих видів продукції, кількості та зайнятості населення України за 1990-2010 роки [9]

Показник	1990	1995	2000	2005	2010
Виробництво електроенергії, млрд кВт·год	298,5	194,0	171,4	186,1	188,8
Виробництво цукру із цукрових буряків, тис. т	5 388,0	3 500,0	1 552	1 900	1 546
Виробництво сталі, млн т	48,5	18,7	25,8	27,9	17,5
Виготовлення труб, млн т	6,5	1,6	1,7	2,4	2,0
Випуск тракторів, тис. шт.	106,0	10,4	4,0	5,5	5,2
Виготовлення пральних машин, тис. шт.	788,0	213,0	125,0	322,0	167,0
Кількість зайнятого населення, млн осіб	...	24,1	20,2	20,7	20,3
Кількість населення, млн осіб	51,6	50,9	48,7	46,7	45,6

Таблиця 4 – Динаміка виробництва окремих видів продукції, кількості та зайнятості населення Сумської області за 1990-2010 роки [10]

Показник	1990	1995	2000	2005	2010
Виробництво електроенергії, млн кВт·год	856,7	429,5	316,9	559,8	434,9
Виробництво цукру із цукрових буряків, тис. т	325,0	187,9	89,0	59,3	... ¹
Виробництво фарб та лаків на основі полімерів, тис. т	52,0	5,0	11,2	1,8	18,8
Виробництво елементів конструкцій для будівництва, тис. м ³	520,7	85,6	19,3	20,9	17,4
Випуск вакуумних насосів, тис. шт.	11,8	1,1	0,5	1,0	0,6
Виготовлення електропрасок, тис. шт.	936,0	88,0	96,0	42,0	... ²
Кількість зайнятого населення, тис. осіб	...	677,2	513,8	546,0	497,0
Кількість населення, тис. осіб	1432,7	1392,7	1313,0	1224,2	1159,3

Примітки: ¹ – конфіденційна інформація відповідно до Закону України «Про державну статистику»; ² – виробництво не здійснювалося

У наш час підприємства вже самостійно намагаються налагоджувати довготривалі взаємовідносини та координувати власні зусилля. Об'єднання підприємств з метою

спільної координації виробничої діяльності стає одним із варіантів підвищення їхньої конкурентоспроможності та подовження життя на ринку. Поєднують зусилля виробники, постачальники сировини, посередники тощо. Переваги об'єднань підприємств очевидні: доступ до нових ресурсів – трудових, ринкових, технологічних, фінансових та ін.; сприятливіші можливості для концентрації зусиль на інноваційній діяльності; нові можливості використання найбільш сильних брендів, що наявні в підприємств-партнерів, і т. ін.

Скоординована діяльність дозволяє розробляти збалансований довготривалий план дій та забезпечити комплекс підприємств необхідним ринком збуту, а отже, і роботою на тривалий час. Крім того, координованістю дій можливо досягти ефекту синергії і реалізувати приховані резерви підприємств. Саме на базі налагодження стратегічного партнерства, створення кооперацій та об'єднань підприємств ми вбачаємо можливість відродження та подальший сталий розвиток економіки України.

Зрозуміло, що для об'єднань підприємств існують певні ризики та загрози: ризики витоку конфіденційної інформації (патентів, ліцензій, науково-технічних розробок); труднощі в управлінні об'єднанням, які виникають при розбіжностях керівництва щодо довгострокового розвитку підприємств; протидія антимонопольних організацій та установ [11]. Недоліком сучасних альянсів є те, що, незважаючи на свою різноманітність, їхня переважна більшість створюється або в умовах кризи, коли підприємства стоять перед вибором закриття чи злиття, або коли ринок, на якому працюють підприємства, динамічно розвивається і об'єднання дозволяє значно збільшити прибутки. Тобто очевидним є той факт, що менеджмент таких підприємств керується короткостроковими потребами (термінове скорочення витрат чи збільшення прибутків), а тому значна кількість таких об'єднань руйнується. Однак найбільший недолік, який можна простежити на суб'єктах господарської діяльності, є те, що їхня діяльність сконцентрована на швидкому забезпеченні прибутку для ведення подальшої діяльності, а не залучення до споживання своєї продукції постійних партнерів-споживачів, що забезпечує маркетинг партнерських стосунків [2]. Оскільки зв'язок цілей такого підприємства й потреб регіону, у якому воно розташоване, практично відсутній, то нерідко такі підприємства одержують надприбутки у той час як регіони, у яких вони розташовані, деградують.

Ринкова економіка апріорі позбавлена справжнього стратегічного планування (на 5, 15, а іноді й до 50 років), тому час від часу потерпає від кризи перевиробництва, коли випущена продукція не знаходить свого споживача. Це пояснюється тим, що потреби ринку не є величиною постійною. Насправді, будь-який ринок переживає власний життєвий цикл і коли досягає свого насичення, може зменшувати потребу у виробленій продукції. Не кожне підприємство відслідковує ці зміни на ринку. Як правило, плани виробництва будуються на прогнозах, що виходять із попередніх обсягів випущеної продукції, необгрунтовано вкладаються значні кошти в розширення виробничих потужностей, тому деякі підприємства банкрутують. Оскільки останнім часом підприємства здебільшого створюють випадкові та недовготривалі зв'язки, що не дають впевненості в майбутньому, виникає необхідність створення таких систем взаємовідносин на регіональному та державному рівнях, що забезпечить там поступове покращення економічного стану.

Пропонується кілька таких рівнів організації економічної діяльності:

1-й рівень – *місцевий* (місто або район). Економічні взаємовідносини в середині району, як правило, стосуються харчової, сільськогосподарської та легкої

промисловості. Продукція зазвичай споживається також у межах такого району;

2-й рівень – *територіальний*, на якому два та більше районів мають довготривалі партнерські стосунки. Це підприємства, які розташовані неподалік одне від одного та історично взаємозв'язані між собою. За приклад можна взяти підприємства нафтохімічного і механічного виробництва на півночі Сумської області, туристичні заклади південного Криму тощо. На рис. 1 позначені цифрою 2;

3-й рівень – *регіональний*. Це кілька районів у двох та більше областях, наприклад, район Карпат, або декілька областей, підприємства яких пов'язані окремою галуззю, спільною транспортною системою, інфраструктурою та т. ін. За приклад можна взяти Донбас або Придніпров'я. На рис. 1 позначені цифрою 3;

4-й рівень – *країна в цілому*. Це підприємства державного рівня, що належать до стратегічних галузей економіки країни. Для України до таких належать: металургія, машинобудування, виробництво сільськогосподарської техніки, аерокосмічна промисловість, фундаментальна наука та науково-технічні розробки.



Рисунок 1 – Охоплення територій за рівнями соціально-економічних взаємозв'язків між підприємствами

Очевидно, що для поліпшення соціально-економічної ситуації в сільських та невеликих міських населених пунктах, необхідно відкривати підприємства та створювати нові робочі місця. Це, на перший погляд, потребує значних коштів та приходу потужних інвесторів. Однак такі інвестори більше зацікавлені власним прибутком, ніж благополуччям регіону. Принципово диспропорцію розвитку регіону можна зменшити завдяки концентрації зусиль місцевої та центральної влади, громадських організацій та безпосередньо населення, що проживає в ньому. Важливою у вирішенні питань нерівномірного розвитку є також роль місцевих підприємств, які мають бути зацікавлені не лише у власному добробуті, а й у соціально-економічному

розвитку тих регіонів, у яких вони розташовані. Такі підприємства координують зусилля не заради потреб даного моменту, а заради досягнення довгострокової стабільності на ринку та вдосконалення інфраструктури підприємств, облаштування конкретних населених пунктів, створення спортивних споруд, зон відпочинку тощо. Також для забезпечення сталого і взаємоузгодженого розвитку регіонів країни на рівні влади пропонується розроблення критеріїв мінімально допустимих потреб регіонів, які б забезпечували перелік основних потреб у продуктах харчування, житлі, постійних робочих місцях, одязі, медичному обслуговуванні, усе що можна задовольняти без використання посередників. Тут мають бути визначені умови взаємодії між підприємствами, районами та регіонами щодо обміну інформацією, ресурсами, науково-технічними здобутками та ін., що сприяє сталому розвитку не лише економіки, а й соціальної сфери.

У наш час зрозуміло, що адміністративно-територіальний устрій України впродовж другої половини XX століття в цілому відповідав соціально-економічним потребам її населення. За роки незалежності було здійснено декілька невдалих пропозицій його штучної зміни. На сьогодні якщо і є необхідність таких змін, то першим кроком для їхнього здійснення і є виділення запропонованих рівнів з можливою подальшою федералізацією політичного устрою України.

Висновки. Таким чином, із метою покращення соціально-економічного стану регіонів України пропонується налагодження стратегічного партнерства між підприємствами на чотирьох рівнях: місцевому, територіальному, регіональному та на рівні країни в цілому. Таке партнерство має базуватися на спільних соціально-економічних інтересах влади, громадських організацій та відповідних суб'єктів господарювання.

У подальшому перспективним є розроблення критеріїв оцінки ефективності розвитку територій за запропонованими рівнями, дослідження позитивного досвіду довгострокової співпраці та аналіз переваг і недоліків стратегічних партнерств для підприємств.

1. Мельник Л.Г. Досвід Європейського Союзу у формуванні інноваційної стратегії сталого розвитку / Л.Г. Мельник, І.Б. Дегтярьова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 1. – С. 190-200.
2. Гордон Ян. Х. Маркетинг партнерских отношений / Ян. Х. Гордон; пер. с англ.; под ред. О.А. Третьяк. – СПб.; М.; Харьков; Минск : Питер, 2001. – 384 с.
3. Куденко Н.В. Маркетингові стратегії фірми : монографія / Н.В. Куденко. – К. : КНЕУ, 2002. – 245 с.
4. Печчеи А. Человеческие качества / А. Печчеи; пер. з англ. О.В. Захарова. – М. : Прогресс, 1985. – 312 с.
5. Герасимчук В.Г. Освіченість, рішучість лідера як фактор успіху сталого розвитку / В.Г. Герасимчук // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 2. – С. 227-239.
6. Индекси промислової продукції за 2007-2011 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
7. Промисловість Сумської області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sumy.ukrstat.gov.ua/?menu=32>.
8. Индекси промислової продукції у 2011 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.sumy.ukrstat.gov.ua/?menu=183&article_id=946.
9. Статистичний щорічник Сумської області за 2010 рік. – Київ : ТОВ «Август Трейд», 2011. – 559 с.

10. Статистичний щорічник Сумської області за 2010 рік. – Суми : Головне управління статистики у Сумській області, 2011. – 672 с.

11. Ілляшенко С.М. Економічний ризик : навчальний посібник / С.М. Ілляшенко. – 2-ге вид., доп. перероб. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 220 с.

А.С. Телетов, Н.В. Провозін

Перспективы развития стратегического партнёрства промышленных предприятий

Рассмотрены причины диспропорций экономического развития отдельных регионов Украины. Охарактеризованы предпосылки необходимости развития предприятий по пути экономики устойчивого развития на базе установления стратегических партнёрств предприятий. Предложены организационные меры для усовершенствования деятельности предприятий в регионах, которые направлены на усовершенствование взаимоотношений субъектов хозяйствования с правительственными и общественными организациями.

Ключевые слова: устойчивое развитие, стратегическое партнёрство предприятия, региональное развитие, маркетинг партнёрских отношений.

A.S. Teletov, N.V. Provozin

Opportunities for the development of strategic industry partnerships

The causes of unbalanced economic development of certain regions in Ukraine are considered. Conditions, which raise the necessity of developing enterprises through formation of sustainable economics on the basis of establishing strategic partnerships between enterprises, are characterized. Organizational measures for improving the functioning of enterprises in regional aspect, which take on purpose improvement of relations between business entities, state and public organizations, are suggested.

Keywords: sustainable development, strategic partnership between enterprises, regional development, partnership relations marketing.

Отримано 09.10.2012 р.