

13. Митко А. М. Інформаційне забезпечення транскордонного співробітництва України: теоретичні аспекти: кол. моногр. / А. М. Митко, Б. М. Юськів, Н. П. Карпчук [та ін.] ; наук. ред. Є. Б. Тихомирова, за заг. ред. А. М. Митко. — Луцьк : Вежа-Друк, 2013. — 268 с.
14. Мікула Н. Євро регіони: досвід та перспективи : [монографія] / Н. Мікула. — Львів : ІРД НАН України, 2003. — С.11.
15. Мокій А. Л. Основні аспекти забезпечення інформаційної підсистеми інноваційної моделі транскордонного співробітництва / А. Л. Мокій, І. П. Бабець // Зовнішньоекономічний кур'єр. — 2006. — № 1–2. — С. 15–18.
16. Нечаева И. В. Словарь иностранных слов: 4000 слов / И. В. Нечаева. — М. : АСТ, 2007. — 538 с.
17. Пінчук Н. С. Галузинський Г. П., Орленко Н. С. Інформаційні системи і технології в маркетингу : навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. — К. : КНЕУ, 2001. — 296 с.
18. Пономаренко В. С. Інформаційні системи в управлінні персоналом : навчальний посібник / В. С. Пономаренко, І. В. Журавльова, І. Л. Латішева. — Харків : Вид. ХНЕУ, 2008. — 336 с.
19. Пономаренко В. С. Інформаційні системи в сучасному бізнесі / В. С. Пономаренко, І. О. Золотарьова, Р. К. Бутова та ін. — Х. : Вид. ХНЕУ, 2011. — 484 с.
20. Стеченко Д. М. Розміщення продуктивних сил і регіоналістика : [підручник] / Д. М. Стеченко. — К. : Вікар, 2006. — 396 с.
21. Стрелец И. А. Новая экономика и информационные технологии / И. А. Стрелец. — М. : Экзамен, 2009. — 254 с.
22. Студенников І. Регіональна політика в країнах Європи: Уроки для України / І. Студенников ; за ред. С. Максименка. — К. : Логос, 2000. — 171 с.
23. Товканець С. А. Інформаційне забезпечення міжнародного бізнесу в рамках транскордонного співробітництва / С. А. Товканець, Г. В. Товканець // Актуальні проблеми економіки. — 2010. — № 10 (112). — С. 284–286.
24. Шило С. Г. Інформаційні системи та технології / С. Г. Шило, Г. В. Щербак, К. В. Огурцова. — Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. — 220 с.
25. Щедрин А. Н. Электронные информационные ресурсы в информационной экономике / А. Н. Щедрин. — Донецк : ИЭП, 2003. — 231 с.
26. Яковенко В. Я. Інформаційні ресурси : навч. посіб. / В. Я. Яковенко. — Донецьк : ДонНУ, 2005. — 202 с.

Поступила до редакції 15.11.14

© К. І. Серебряк, 2014

УДК 338.486.3

М. В. Босовська*

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО ПАРТНЕРСТВА СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті доведено, що формування стратегічного партнерства визначено пріоритетним напрямом розвитку економіки та наукових досліджень. Обґрунтовано необхідність розгляду проблеми підвищення результативності функціонування партнерських структур як цільову умову їх ефективного розвитку. Розроблено комплексний методологічний підхід дослідження результативності реалізації стратегічної партнерської взаємодії суб'єктів туристичної діяльності шляхом розрахунку комплементарних ефектів від участі у стратегічному партнерстві, врахування сфери їх виникнення, визначення кількісних та якісних параметрів оцінки. Запропоновані методичні підходи слугуватимуть прийняттю управлінських рішень щодо доцільності розвитку партнерського об'єднання.

Ключові слова: інтеграція, інтеграційний процес, інтеграційна взаємодія, партнерство, стратегічне партнерство, ефективність, туризм.

В статье доказано, что формирование стратегического партнерства определено приоритетным направлением развития экономики и научных исследований. Обоснована необходимость рассмотрения проблемы повышения результативности функционирования партнерских структур как целевое условие их эффективного развития. Разработан комплексный методологический подход исследования результативности реализации стратегического партнерского взаимодействия субъектов туристической деятельности путем расчета комплементарных эффектов от участия в стратеги-

* Босовська М. В. — канд. екон. наук, доцент, докторант Київського національного торговельно-економічного університету, м. Київ.

ческом партнерстве, учета сферы их возникновения, определения количественных и качественных параметров оценки. Предложены методические подходы будут способствовать принятию управленческих решений в отношении целесообразности развития партнерского объединения.

Ключевые слова: интеграция, интеграционный процесс, интеграционное взаимодействие, партнерство, стратегическое партнерство, эффективность, туризм.

The formation of partnership structures is determined to be a prior direction of the economic development. The author has substantiated the necessity of consideration of a problem of the strategic partnership structure functioning efficiency enhancement as a target condition of their effective development. A complex approach to the research of the partnership structure functioning efficiency. The obtained results conduce to the improvement of management of the strategic interaction between entities and partners, namely to the formation and the application of relationships and the interrelation improvement. The proposed methodical approaches will facilitate managerial decision-making regarding the strategic partnership union development expediency.

Keywords: integration, the integration process, integration interaction, partnership, strategic partnership, effectiveness, tourism.

Постановка проблеми. Під впливом процесів розвитку економіки, що супроводжуються глобалізацією, інтернаціоналізацією, інформатизацією, консолідацією та кооперуванням, підприємства туристичної галузі зазнають глибоких перманентних трансформаційних перетворень, які виступають передумовами та актуалізують необхідність розвитку стратегічного партнерства. У межах заявленого формату інтеграційних відносин виникає потреба у формуванні методологічного базису щодо оцінки результативності стратегічного партнерства між суб'єктами туристичної діяльності як передумови та основного стимулу його формування.

Аналіз досліджень і публікацій. Панорама наукових досліджень вітчизняних та зарубіжних вчених із зазначеної проблеми є досить широкою. Одним з найпростіших способів оцінки ефективності партнерства є метод «порівняння результатів до участі в партнерстві та після» [1]. Для оцінки ефективності партнерства з позиції досягнення цілей організацій К. Редченко запропонував використовувати методи стратегічного аналізу [2]. Вперше комплексну оцінку господарської діяльності здійснили Р. С. Каплан та Д. П. Нортон на основі системи збалансованих показників, яку було адаптовано і для інтегрованих організацій [3]. Механізм оцінки ефективності партнерства для окремого підприємства було визначено Н. Струк [4]. Заслужують на увагу дослідження, проведені І. Ансофф, який в основу визначення доцільності партнерства визначення синергетичного ефекту [5]. Слід зазначити, що перераховані методологічні здобутки не можуть бути єдиною достатньою цільовою умовою для розвитку стратегічного партнерства та повною мірою не відображають її результативності. Численні наукові доробки є свідченням актуальності та багатогранності проблеми, які на принципах системності потребують узагальнення, уточнення та поглиблення.

Метою статті є викладення авторського бачення до обґрунтування методологічних засад оцінки результативності реалізації стратегічного партнерства для організації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Формування стратегічного партнерства між економічними суб'єктами тісно пов'язано з оцінкою та контролем його результативності. Це потребує формування методологічних засад оцінки результативності стратегічного партнерства.

З позиції автора, оцінка реалізації стратегічного партнерства забезпечується на основі виконання таких блоків завдань, як:

— діагностика виконання існуючих договірних зобов'язань, що забезпечує діагностику досягнення цілей кожного з учасників та слугує передумовою здійснення аналізу причин та наслідків порушень договірних зобов'язань;

— комплексна оцінка ефективності використання економічного потенціалу в умовах реалізації партнерства на основі розрахунку показників ефективності використання матеріальних, кадрових, фінансових, інформаційних ресурсів, нематеріальних активів;

— аналіз ефективності партнерства на основі визначення позитивних ефектів партнерської діяльності та доцільності розвитку (продовження) відносин.

Методологічною основою прийняття рішень про рівень ефективності реалізації стратегічного партнерства є порівняння величин витрат, необхідних для досягнення цілей учасників в умовах інтегрування окремих процесів та функцій та при самостійній реалізації аналогічних завдань або цільових настанов. Умовою забезпечення ефективності партнерства є зменшення обсягу витрат, спрямованих на досягнення цілей учасників, в порівнянні з витратами при самостійному досягненні аналогічних цільових орієнтирів, та збільшення вигід (доходу, прибутку) порівняно з незалежною діяльністю.

$$E_{cn} = E_{nf} / B_{nf}, \quad \begin{cases} E_{nf} > E_{cf}; \\ B_{cn} < B_{cf}. \end{cases} \quad (1)$$

де E_{cn} — ефективність стратегічного партнерства підприємств в розрізі досягнення цільових орієнтирів; B_{nf} — витрати, пов'язані із реалізацією стратегічного партнерства; B_{cf} — витрати, необхідні для самостійного досягнення підприємством встановлених цілей; E_{nf} — ефект від досягнення підприємством встановлених цільових критеріїв в умовах стратегічного партнерства; E_{cf} — ефект від самостійного досягнення підприємством встановлених цільових критеріїв.

Розрахунок економічного ефекту від участі у стратегічному партнерстві можливо здійснювати на основі трьох базових підходів. Перший підхід пов'язаний з використанням методології СВР-аналізу. На основі змін обсягів витрат або обсягів реалізації послуг визначаються обсяги беззбитковості в умовах стратегічного партнерства, сила операційного важелю, поріг рентабельності для підприємств-учасників. Другий підхід базується на синергетичній концепції, етимологія якої знаходиться у міждисциплінарній науковій площині. Вперше термін «синергія» був введений у соціальну психологію Р. Бенедиктом, який використовувався для визначення результату міжособистісної комунікації у суспільстві. Розгляд синергетичного ефекту з позиції економічного підходу був здійснений І. Ансоффом [5], який в основу дослідження синергії поклав відповідність ресурсів та можливостей. Науковець виокремив такі види синергії, як збутова, інвестиційна, управлінська та виробнича. Сфера виникнення синергії, що проявляється через економію витрат або збільшення доходів, визначається структурно-функціональними особливостями учасників, специфікою знань та компетенцій, типом співпраці та цільовими орієнтирами учасників. Приріст доходу або економія витрат — індикатори результативності спільної діяльності учасників. Формалізований вираз синергії має вигляд [6, 7]:

$$S = \frac{\Delta D + \Delta B}{D - B} * 100\%, \quad (2)$$

де S — синергетичний ефект; ΔD — зміна доходу підприємства, обумовлена участю в стратегічному партнерстві; ΔB — зміна витрат внаслідок реалізації партнерства; D — дохід при самостійній діяльності підприємства; B — витрати для автономного здійснення аналогічної діяльності підприємством.

Третій підхід базується на визначенні комплементарного ефекту. В наукових дослідженнях часто ототожнюють синергетичні та комплементарні ефекти [6, 7]. Проте, на нашу думку, це

не є правомірним. Комплементарність як ефект взаємодоповнення та більш оптимального використання ресурсного потенціалу має власну природу виникнення. Комплементарний ефект є результатом прогнозованих змін, які відбуваються на основі реалізації стратегічних рішень щодо здійснення партнерства суб'єктів господарювання. При цьому, отримання комплементарного ефекту може бути як пов'язане із збільшенням доходу через зростання обсягів діяльності (спеціалізація, диверсифікація), так і без зміни обсягів діяльності (економія витрат, оптимізація активів, удосконалення систем управління, спільні бізнес-проекти тощо). В наукових дослідженнях не визначено повною мірою джерела (сфери виникнення) комплементарного ефекту. Вважаємо за доцільне розмежувати синергетичний та комплементарний ефекти та розглянути їх сутнісно-змістовне наповнення. Сферами виникнення комплементарного ефекту є фінансова, технологічна, операційна, ринкова, управлінська та конкурентна (табл. 1).

Крім показників економії витрат та збільшення доходів, оцінювання результативності реалізації партнерства на засадах комплементарності доповнюється рядом інших показників, які визначають результати спільної діяльності для партнерів (див. табл. 1).

Узагальнення найбільш типових джерел отримання комплементарного ефекту дозволяє на основі

Групування комплементарного ефекту за окремими сферами його виникнення дає можливість отримати сумарний комплементарний ефект (E_k), який розраховується за формулою:

$$E_k = \Delta K_m \times K_\phi + K_o + K_p + K_y + K_k, \quad (3)$$

Значення показника відображає наскільки результати функціонування економічних суб'єктів за стратегічного партнерства перевищують результати від самостійної діяльності підприємств.

Висновок. Отже, об'єктивна необхідність вирішення проблем активізації інтеграційних процесів на партнерських засадах визначила проблему необхідності розроблення методології оцінки результативності партнерської співпраці. Поглиблення методологічних засади визначення комплементарних ефектів від участі у стратегічному партнерстві на основі врахування сфери їх виникнення, розрахунку кількісних та якісних параметрів дозволить приймати управлінські рішення щодо доцільності розвитку зазначеного різновиду інтеграційних відносин суб'єктів господарювання у підприємницькому середовищі. Пропозиції дозволять у подальшому реалізу-

**Сфера виникнення комплементарних ефектів від участі у стратегічному партнерстві в туризмі
(удосконалено автором за джерелами: [5, 6, 7, 8])**

Сфера виникнення ефекту	Якісні параметри ефекту	Кількісні параметри ефекту
Фінансова (K_f)	удосконалення структури активів, зростання ринкової вартості бізнесу, розширення доступу до джерел фінансування	обсяг беззбитковості діяльності, оборотність ресурсів, прибутковість, рентабельність, стійкість, ліквідність, платоспроможність тощо
Технологічна (K_m)	швидкість впровадження інновацій, захист нематеріальних активів, удосконалення матеріально-технічної бази, розширення доступу до активів, спільні програми підготовки персоналу	частка нових туристичних продуктів в загальному асортименті, коефіцієнт автоматизації діяльності, частка витрат на інновації, обсяг беззбитковості інноваційних проектів, ефективність використання ресурсного потенціалу
Операційна (виробничо-обслуговуюча), (K_o)	підтримка іміджу, забезпечення якості діяльності, покращення якості туристичних продуктів, оптимізація обсягів діяльності, оптимізація взаємовідносин з партнерами	собівартість послуг, економія витрат, рівень якості послуг, час обслуговування, кількість реалізованих турів, вартість реалізованих турів
Ринкова (K_p)	спільне просування туристичного продукту, оптимізація асортиментної структури, удосконалення збутової системи, оптимізація цінової політики, створення позитивного іміджу	обсяги продажів, структура продажів, доходи, витрати на просування, маркетинг, збут, частка постійних клієнтів
Управлінська (K_y)	оптимізація організаційної структури, централізація управління, виключення дублювання управлінських функцій	обсяг управлінського персоналу, трудомісткість виконання управлінських функцій
Конкурентна (K_k)	удосконалення конкурентної позиції, формування ділової досконалості, здобуття конкурентних переваг, відомість брэнда, підвищення гнучкості, встановлення довіри	частка ринку, рівень конкурентоспроможності (конкурентна сила), рівень лояльності споживачів, рівень ділової досконалості

вати дієві механізми управління стратегічним партнерством.

Література

1. Линовичка С. А. Методи оцінки ефективності пристосування вітчизняних підприємств до змін зовнішнього середовища / С. А. Линовичка // Актуальні проблеми економіки. — 2006. — № 5 (59). — С. 49–57.
2. Редченко К. І. Стратегічний аналіз у бізнесі : навч. посібник / К. І. Редченко. — Львів : Новий світ-2000, 2003. — 272 с.
3. Каплан Р. Організація, орієнтована на стратегію. Як у новому бізнес-середовищі процвітають банки, які застосовують збалансовану систему показників / Р. Каплан, Д. Нортон. — М. : Олімп-Бізнес, 2004. — 416 с.
4. Струк Н. С. Економічний аналіз ефективності ділового партнерства підприємства / Н. С. Струк // Вісник Львівського ун-ту. — 2008. — Випуск 34. — С. 50–54.
5. Ансофф І. Стратегическое управление : [сокр. перевод с англ.] / Игорь Ансофф. — М. : Экономика, 1989. — 519 с.
6. Гохан П. А. Слияния, поглощения и реструктуризация компаний / Патрик А. Гохан; [пер. с англ. — 3-е изд.] — М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. — 741 с.
7. Депафилис Д. Слияния, поглощения и другие способы реструктуризации компании / Доналд Депафилис ; [пер. с англ.]. — М. : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2007. — 960 с.

Поступила до редакції 19.11.14

© М. В. Босовська, 2014