УДК 65.012

Панченко В.П., *асистент*
Національний технічний університет України «КПІ»

ГАРМОНІЗАЦІЯ ІНТЕРЕСІВ ЗАЦІКАВЛЕНИХ СТОРІН В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН ПІДПРИЄМСТВА

В статье рассмотрены вопросы гармонизации интересов стейкхолдеров (заинтересованных сторон) в обеспечении формирования партнерских отношений на предприятии. Предложено классифицировать взаимодействия экономических субъектов и ценности, создаваемые в ходе этих взаимодействий, с точки зрения их влияния на потенциал экономического субъекта.

Ключевые слова: *партнерские отношения, партнерский потенциал, стратегическое партнерство, гармонизация интересов.*

The article deals with the harmonization of stakeholders (interested parties) interests to ensure the formation of enterprise partnership. The classification of economic agents interaction and values produced during these interactions, in terms of their influence on the capacity of economic entity.

Key words: *partnership, partnership potential, strategic partnership, harmonization of interests.*

Постановка проблеми. Світовий досвід впровадження ідеї партнерства як альтернативи успішного довготривалого розвитку підприємства свідчить про явні переваги і широкі горизонти використання такої моделі поведінки в сучасних соціально-політичних та техніко-економічних умовах світових, регіональних, національних і місцевих ринків. В умовах трансформаційної економіки України особливої актуальності набувають процеси формування відносин довготривалої та стратегічно важливої співпраці між підприємствами та організаціями різних типів і бізнес-профілів на засадах гармонізації їх інтересів [1, с. 23].

Аналіз останніх джерел та публікацій. Питання партнерських відносин розглядаються такими науковцями, як: Б. Гаррет і П. Дюссож, С. Рід і А. Лаж, Дж. Стоунхаус, Б. Мільнер, Є. Добренькова, С.А. Колот, В.І. Терпак, В.А. Верба та ін. Частина цих робіт присвячена аналізу реалій міжфірмових відносин. Частина – огляду тенденцій розвитку партнерського потенціалу підприємства. Досліджується сутність партнерських відносин. Вказується на розширення предметної області стратегічного партнерства в сторону управління взаємодією з колом ключових стейкхолдерів підприємства.

Формулювання цілей статті. Метою статті є обґрунтування теоретичних засад формування та розвитку партнерських відносин у забезпеченні гармонізації інтересів зацікавлених сторін.

Виклад основного матеріалу. Слід визнати, що дефініція стратегічного партнерства залишається неусталеною, дослідниками вкладається різний зміст в це поняття [1, с. 24]. Як правило, під партнерським потенціалом мається на увазі внутрішня здатність підприємства акумулювати внутрішні і зовнішні впливи, результатом яких є кількісно-якісні зміни синергетичного характеру. Такий потенціал містить у собі здатність накопичувати та використовувати нові знання, навички, вміння а також генерувати нові ідеї щодо вдосконалення діяльності організації [2, с. 236]. Виходячи з цього, під стратегічним партнерським потенціалом ми розуміємо специфічну модель розвитку підприємства шляхом залучення та використання знань і здатностей сторонніх організацій задля досягнення стратегічних цілей та набуття (та/або зміцнення набутих) конкурентних переваг [1, с. 24]. Але в загальному розумінні, як правило, під стратегічним партнерством мається на увазі певний формат взаємодії двох (або більше) економічних організацій, що передбачає створення спільної цінності з розподілом набутих результатів між партнерами. Виходячи з цього, пропонуємо під стратегічним партнерством розуміти специфічну модель розвитку підприємства шляхом залучення та використання знань і здатностей сторонніх організацій задля досягнення стратегічних цілей та набуття (та/або зміцнення набутих) конкурентних переваг [1, с. 24]:

Стратегічний характер партнерської взаємодії підприємств визначається:

1) наявністю спільної для партнерів стратегії для досягнення певної мети;

2) унікальністю внеску кожного з партнерів у досягнення спільної мети;

3) розподілом між партнерами відповідальності за успіх у створенні конкурентної переваги для учасників партнерства.

Виходячи з цього, можна виділити такі принципи партнерських відносин з його стейкхолдерами [3, с. 188]:

– Безперервність зусиль і постійне поліпшення.

– Довгострокові часові горизонти.
– Рішення, що ґрунтуються на реальному часі і роботі в команді.
– Обмін знаннями.
– Відкрите спілкування.
– Механізми вирішення суперечок.
– Ідентифікація умов, за яких відносини зміняться.

Із вищевикладеного випливає, що визначення цілей формування стратегічного партнерства для окремого підприємства є складним завданням. Емпіричний досвід зарубіжних компаній свідчить, що найчастіше подібні цільові настанови зводяться до двох груп [1, с. 24]:

1) економія часу у досягненні встановлених стратегічних цілей;

2) доступ до нових знань через використання можливостей співробітництва з іншими учасниками ринку.

Підприємство в процесі своєї діяльності вступає у взаємодію з безліччю контрагентів. Ці взаємодії різняться за ступенем їх впливу на потенціал підприємства. З цієї точки зору, можна виділити такі два типи взаємодії [3, с. 189]:

1) взаємодія, призначена переважно для реалізації потенціалу економічного суб'єкта (наприклад, взаємодія з покупцями на засадах ринкових безособових відносин);

2) взаємодія, призначена переважно для накопичування потенціалу суб'єкта (наприклад, взаємодія з вузами і науково-дослідними центрами).

Міра впливу взаємодії з контрагентами на потенціал економічного суб'єкта визначається тим, якого роду цінності набуває суб'єкт в процесі цієї взаємодії. З точки зору завдання нарощування потенціалу, корисною є класифікація цінностей, зображена на рис. 1.

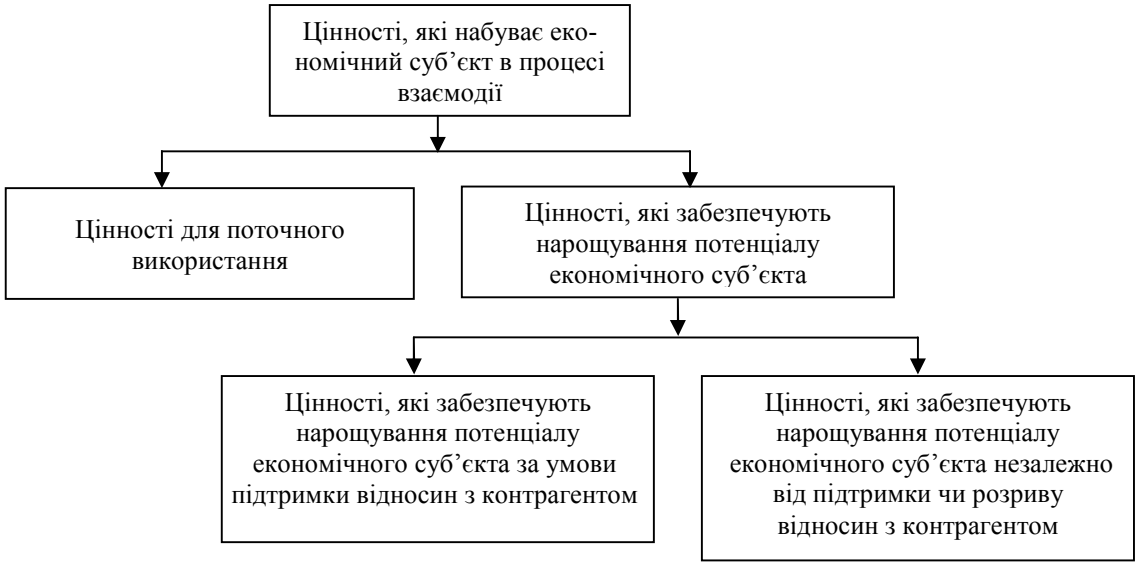

Рис. 1. Класифікація цінностей з точки зору їх впливу на потенціал економічного суб'єкта [3, с. 189]

У загальному випадку кожна взаємодія тією чи іншою мірою сприяє накопиченню потенціалу взаємодіючих суб'єктів. При цьому можна помітити, що ідея партнерства якраз пов'язана із завданням забезпечення потенціалу для майбутньої діяльності. Можна виділити три основні характеристики партнерських відносин, що відрізняють їх від безособових ринкових відносин [3, с. 190]:

1) довготривалість (довгостроковість);
2) орієнтація на взаємну вигоду;
3) відкритий інформаційний обмін.

Також необхідно зазначити, що партнерські відносини мають кілька шляхів впливу на потенціал контрагентів. Система взаємозв'язків між партнерськими відносинами і потенціалом контрагентів включає такі види причинно-наслідкових залежностей [3, с. 193]:

1) прямий вплив партнерських відносин на різні компоненти потенціалу кожного суб'єкта (наприклад, довготривале відкрите спілкування партнерів приводить до формування налагоджених каналів обміну інформацією, отже, до нарощування інформаційного потенціалу партнерів);

2) взаємний вплив різних компонентів потенціалу суб'єкта (наприклад, нарощування інформаційного потенціалу веде до посилення управлінського потенціалу);

3) вплив підвищення потенціалу одного партнера на потенціал іншого (наприклад, нарощування інформаційного потенціалу постачальника сприяє тому, що ним будуть більш повно враховані інтереси його покупця, і це забезпечить нарощування ресурсного потенціалу покупця);

4) вплив підвищення потенціалу партнерів на зміцнення їх партнерських відносин.

Міра впливу взаємодій з контрагентами на потенціал економічного суб'єкта визначається тим, якого роду цінності набуває суб'єкт в процесі цих взаємодій. У загальному випадку кожна взаємодія тією чи іншою мірою сприяє накопиченню потенціалу взаємодіючих суб'єктів. При цьому можна помітити, що ідея партнерства якраз пов'язана із завданням забезпечення потенціалу для майбутньої діяльності. Тобто партнерські взаємодії роблять більш інтенсивний вплив на нарощування соціально-економічного потенціалу підприємства порівняно з безособовими ринковими відносинами [3, с. 190]. Таким чином, встановлення партнерських відносин запускає механізм інтенсифікації нарощування партнерського потенціалу підприємства, а ключовим елементом забезпечення розвитку партнерського потенціалу підприємства є його інтереси, а саме – їх реалізація шляхом гармонізації з інтересами суб'єктів зовнішнього та внутрішнього середовища (зацікавленими сторонами) [4; 5, с. 9].

У широкому розумінні гармонізація інтересів – це дії із задоволення інтересів двох або більше взаємодіючих сторін. З економічної точки зору, гармонізацію визначають як процес взаємного узгодження, зведення до системи, уніфікацію, координування, упорядкування, забезпечення взаємної відповідності економічних інтересів, процесів та відносин, подолання невиправданих розбіжностей, що виникають по горизонталі, які можуть створити уявлення про нерівність становища суб'єктів економічних відносин. Тобто при гармонізації немає односторонньої переваги одного економічного суб'єкта над іншим у сфері задоволення інтересів. Кожен з учасників взаємодії задовольняє певну сферу власних інтересів завдяки взаємодії з іншими суб'єктами [4].

Визначення інтересів, їх групування та аналіз на предмет конфліктності, а також реалізація через гармонізацію є сполучною ланкою між різними складовими діяльності підприємства, між поточним та стратегічним рівнями управління. Гармонізація має багатовекторний характер. Певні вектори є ендоспрямованими, вони відповідають за реалізацію соціально-економічних інтересів усередині підприємства за рахунок внутрішнього потенціалу у взаємодії із внутрішніми суб'єктами діяльності. Ці вектори також характеризують гармонізацію інтересів підприємства з інтересами інсайдерів та власників. Інші вектори – екзогенноспрямовані, їх призначення – у реалізації власних інтересів за рахунок гармонізації з інтересами суб'єктів зовнішнього оточення [5, с. 11].

Гармонізаційний підхід до забезпечення партнерських відносин базується на активній діяльності підприємства у взаємодії з усіма зацікавленими сторонами. На концептуальному рівні як підґрунтя забезпечення розвитку партнерських відносин пропонується розглядати різновекторну гармонізацію інтересів підприємства. Гармонізація інтересів розуміється як процес досягнення компромісу в масштабі задоволення інтересів суб'єктів соціально-економічного розвитку підприємства.

Сутність реалізації способу гармонізації інтересів полягає в розробці списку конкретних варіантів рішень, аналізі їх переваг і недоліків або зон переважного вживання, а потім вибору конкретного рішення залежно від особливості конкретної ситуації. Цілі, методи та способи гармонізації інтересів багато в чому залежать від суб'єкта взаємодії підприємства. Адже у взаємовідносинах навколо інтересів завжди активними є більше однієї сторони, і кожна сторона має власні інтереси, які треба зіставити та узгодити. Баланс інтересів, який є метою гармонізації, означає відсутність причин загрози, бо немає протиріччя, що може породити проблемну ситуацію. Але, враховуючи весь спектр діяльності підприємства, зокрема великого промислового підприємства, можна говорити про практичну неможливість гармонізації всіх інтересів. Це зумовлено рухливістю кількісних та якісних характеристик інтересів, невідповідністю потенціалу підприємства гармонізаційним діям, недоцільністю способу гармонізації за певними інтересами, коли результат гармонізації не є доцільним за її витрат тощо. Вже активна діяльність на основному та перспективному для підприємства ринках поряд з можливостями породжує ряд негативних дій. Все це висуває вимоги до формування набору пріоритетних інтересів, що потребують першочергової реалізації за рахунок гармонізації як всередині підприємства, так і у взаємодії із суб'єктами зовнішнього середовища [4].

Відзначимо, що, коли відбувається гармонізація внутрішніх інтересів, то має місце взаємодія активної сторони (підприємства) з активними та пасивними суб'єктами внутрішнього середовища. Щодо гармонізації, вектор якої спрямований у зовнішнє середовище, то відбувається взаємодія двох активних сторін (жодна зі сторін не може повною мірою нав'язати свої інтереси контрагентам), або аналізоване підприємство відіграє пасивну роль у взаємовідносинах (наприклад, відносини з державними органами влади). Відповідно до векторного спрямування гармонізації інтересів необхідно використовувати й різні способи, які є підґрунтям забезпечення розвитку партнерського потенціалу великих промислових підприємств [4].

Висновки. З урахуванням практики успішних зарубіжних компаній та на підставі вивчення відповідних теоретичних надбань основними цілями проектів формування стратегічних партнерських відносин на засадах гармонізації інтересів зацікавлених сторін доцільно визнати збільшення передбачуваності ринкового оточення, отримання позитивного синергійного ефекту та набуття нових знань, здатних забезпечити отримання конкурентних переваг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гребешкова О.М. Проектний підхід до формування стратегічних партнерств підприємств / О.М. Гребешкова, Г.В. Махова // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. – 2008. – Вип. 22. – С. 23–27. – (Серія: Економічні науки).
2. Жуковська В.М. Партнерський потенціал у забезпеченні професійного розвитку персоналу підприємств торгівлі / В.М. Жуковська // Экономика Крыма: науч.-практ. журнал. – Симферополь, 2011. – № 2 (35). – С. 235–239.
3. Потрашкова Л.В. Влияние партнерских отношений на потенциал предприятия / Л.В. Потрашкова // Механізм регулювання економіки. – 2008. – Т. 1, № 4. – С. 188–193.
4. Безбожний В.Л. Гармонізаційний підхід до забезпечення соціально-економічної безпеки підприємства // В.Л. Безбожний // Економіка. Менеджмент. Підприємництво: зб. наук. праць Східноукр. нац. ун-ту ім. В. Даля. – 2010. – № 22 (ІІ). – Режим доступу до журналу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Emp/2010_22_2/08 Bezbo.h
5. Безбожний В.Л. Організаційні засади забезпечення соціально-економічної безпеки підприємства / В.Л. Безбожний // Вчені записки Університету «КРОК»: зб. наук. праць. – Вип. 18, т. 4. – К.: Ун-т економіки та права «КРОК», 2008. – С. 9–17.

Стаття надійшла до редакції 26.03.2012.

УДК.330.42

Загоруйко І.О., *к.е.н., доцент*
Черкаський державний технологічний університет

ЕЛЕМЕНТАРНА МОДЕЛЬ ЗАГАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ РІВНОВАГИ З ОЧІКУВАНИМИ РІВНЯМИ ЦІН ТА ДОХОДІВ

Предлагается модель общего экономического равновесия с ожидаемыми уровнями цен и доходов. Данные ожидаемые величины включаются в функции совокупного предложения и совокупного спроса. Динамика обеих величин описывается дифференциальными уравнениями на основе гипотезы адаптивных ожиданий.

Ключевые слова: *макроэкономическая модель, динамическое общее равновесие, ожидаемые цены и доходы.*

General economic equilibrium model with price and income expected level is offered. Given expected quantities are included in aggregate supply and aggregate demand functions. Both quantities dynamics is simulated with the help of differential equations based on adaptive expectations hypothesis.

Key words: *macroeconomic model, dynamic general equilibrium, expected prices and incomes.*

Постановка проблеми. Теорія загальної економічної рівноваги є найбільш складним розділом макроекономічного аналізу. Навіть у моделях рівноваги окремих ринків (наприклад, ринків товарів, праці, грошей та ін.) доводиться враховувати значну кількість чинників, вважаючи їх екзогенними. У моделях загальної рівноваги ці чинники (за винятком тих, що визначаються політикою держави) перетворюються на ендогенні, що призводить до суттєвого ускладнення моделей. До таких чинників належать очікування господарських суб'єктів щодо зміни цін та доходів.

Аналіз останніх джерел дослідження. В економічній літературі відомі моделі (неокейнсіанського характеру), що враховують очікування господарських суб'єктів. Найпростіша версія моделі, що розроблена послідовниками Фелпса, задається системою з трьох рівнянь – динамічної кривої IS, кривої Філіпса та грошової політики центрального банку. Ця версія враховує очікуваний темп інфляції в перших двох рівняннях, а очікуваний дохід – лише у першому [3, с. 9–11]. Інша модель – модель динаміки інфляції – складається з рівнянь динамічних кривих сукупної пропозиції та сукупного попиту. Вона враховує лише очікуваний темп інфляції [1, с. 284–303]. Перша з моделей має економетричний харак-