

# ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ПАРТНЕРСЬКОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Шуть О.Ю.

Національний фармацевтичний університет

[ksu.okey@gmail.com](mailto:ksu.okey@gmail.com)

Протягом останніх років дослідженню взаємовідносин підприємств присвячено чимало робіт, які висвітлюють різноманітні аспекти партнерського менеджменту.

Актуальність даного питання пов'язана із низкою передумов, серед яких слід виділити підвищення ролі стратегічного менеджменту, посилення інтеграційних процесів, впровадження практики побудови логістичних ланцюгів, підвищення важливості «медійного іміджу» підприємств та інші.

За оцінками американських спеціалістів, лише 40% поразок у бізнесі припадають на неправильну оцінку ринку та конкуренцію, а причиною 60% є неправильна взаємодія з партнерами, нехтування стратегічними цілями клієнтів, недостатній рівень управління партнерством.

Таким чином, обґрунтування підходів та методів партнерського менеджменту набуває особливого значення.

Згідно класичних підходів до структурування партнерських відносин, виділяються такі складові: а) Стратегічна; б) Економічна; в) Психологічна. Розвиток зазначених елементів у рамках управління взаємозв'язками і створює основу цінності партнерського менеджменту.

У зв'язку із зміною пріоритетів бізнесу, ускладненням управлінської діяльності, підвищенням рівня освіченості та культури підприємців і менеджерів, зростанням ролі особистості в діяльності підприємства, зміною структури та змісту мотивації особливої актуальності набуває розвиток саме психологічної складової партнерського менеджменту.

Розвиток психологічних аспектів партнерського менеджменту, заснований на створенні цінності через формування довіри та прихильності до партнерства, формує у підсумку спільну систему цінностей. А це, в свою чергу, дозволяє отримати впевненість у прагненні партнерів до збереження та розвитку взаємовідносин.

Отже, розробка та впровадження заходів у цьому напрямку дозволить підприємству з одного боку – встановлювати та підтримувати ділові відносини, впливати на партнерів по діловій сфері, попереджувати та вирішувати конфлікти, проводити ділові зустрічі, переговори, створювати діловий імідж.

А з іншого боку, розвиток партнерського менеджменту – запорука реалізації економічних інтересів партнерів.