

Ершад Пур М. М.
магістрант;
Дергачова В. В.
д-р. екон. наук, професор
завідувач кафедри менеджменту підприємств
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»,
м. Київ, Україна
ORCID 0000-0003-0317-8675

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МІЖНАРОДНОГО ПАРТНЕРСТВА У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЗОВНІШНЬО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

На сучасному етапі розвитку світу панує ера глобалізації. Для неї є характерним: посилення впливу революційних технологічних інновацій, які зумовлюють соціальні, політичні та економічні зміни; активний розвиток телевізійних комунікацій; залежність кожної країни від міжнародного бізнесу.

Можливість розширити збут, придбати ресурси та диверсифікувати джерела постачання та збуту приваблює кожного підприємця, проте щоб закріпитись на міжнародному ринку не обійтись без вибору надійних партнерів.

Поняття «партнерство» має різне трактування. Так, ряд авторів, включно з Гетьманом В. Г розуміє під «партнерством»: «прояви інтеграційних зв'язків між підприємствами». В свою чергу, Карпунін М. Г., Майданчик Б. І та Любинецький Я. Г, описують партнерство, як: «горизонтальні взаємовідносини партнерів у господарській діяльності».

Такі науковці, як Крупська Л. П., Тимченко І. Є. та Чорна Т. І, трактують поняття «партнерство», наступним чином: «це фірма, організована кількома особами, що спільно володіють та управляють підприємством».

Таким чином, узагальнюючи представлені трактування, під поняттям «партнерство» можна розуміти: «господарський процес під час якого всі учасники (компанії, споживачі, інвестори та країни) роблять той чи інший вибір».

Міжнародне партнерство – це процес взаємодії міжнародних суб'єктів, який направлений на розширення збуту і отримання якісних та доступних ресурсів для подальшого функціонування фірми, і збільшення прибутків. На сьогодні існує багато різновидів міжнародного партнерства, проте серед українських підприємств особливою популярністю користується саме міжнародне виробниче партнерство та такі його підвиди, як лізинг, проектне фінансування та спільне підприємство.

Оскільки для ефективного міжнародного партнерства необхідно обрати надійного партнера, були розроблені різні методи його пошуку, зокрема вивчення ринку шляхом проведення обстеження, аналіз наявних «заморожених» та втрачених клієнтів, реклама, рекомендації від клієнтів та дослідження продукції.

Незалежно від обраного методу пошуку потенційного партнера при його остаточному виборі оцінюється платоспроможність компанії, її маркетингова та виробнича спроможність, ділова репутація. Оцінити всі ці фактори можна при ознайомленні з юридично-правовим, техніко-технологічним, науково-технічним, організаційним та економічним аспектами роботи потенційного зарубіжного партнера.

Література:

1. Про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони: Угода № 984_a11 від 22.11.2021. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_a11#Text(дата звернення 09.11.2022).
2. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України №959-XII від 01.08.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12> (дата звернення 28.09.2022).
3. Азаренкова О. В. Комплекс навчально-методичного забезпечення з дисципліни «Управління ЗЕД». Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2018. 120 с.