

СЕКЦІЯ «МЕНЕДЖМЕНТ»

ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЛОВОГО ПАРТНЕРСТВА ПІДПРИЄМСТВА – СУБ'ЄКТА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

*Варяниченко О.В., к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту
виробничої сфери, Коломієць А.В., студент,
Державний ВНЗ «Національний гірничий університет»,
м. Дніпропетровськ, Україна*

В умовах жорсткої конкуренції для підприємств – суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності виникає необхідність ретельного вибору та детальної оцінки потенційних партнерів з метою максимізації ефекту та мінімізації ризиків, пов'язаних з веденням зовнішнього бізнесу. В сучасному діловому середовищі змінилися уявлення про конкуренцію й стратегію. Поняття конкуренція сильно збагатилося за змістом, і зараз найбільш конкурентоспроможним є не те підприємство, яке прагне вивчити конкурента й перевершити його за критичними параметрами, а те, яке здатне побудувати кооперативні, надійні зв'язки з діловими партнерами. Тобто конкурувати підприємство повинно у наш час із самим собою. Ефективність такого погляду на ведення бізнесу забезпечується залученням талановитих співробітників і переходом до розгляду підприємства не як фабрики з переробки ресурсів у готовий продукт, а як соціальної системи, організації, сукупності людей, які мають не тільки економічні, але й соціальні цілі. При цьому якісна кооперація організації з такими ж динамічними партнерами по бізнесу перетворюються у головну складову його потенціалу конкурентоспроможності.

Сферою ділового партнерства вважаються будь-які відносини суб'єктів господарювання, які передбачають отримання соціально-економічної вигоди [1].

Партнерство – це форма організації бізнесу, за якої дві чи більше окремих юридичних або фізичних осіб вступають у ділові взаємовідносини.

Партнерські зв'язки в ринковій економіці – це такий же ресурс, як і інші економічні ресурси (засоби праці, предмети праці, персонал, інформація, тощо).

Для його придбання потрібні витрати. Економія таких витрат забезпечується свідомим управлінням пошуком та вибором таких зв'язків [2].

Партнерство передбачає певні права та обов'язки, пов'язані із володінням спільним підприємством або зі співучастю у певних роботах (компаньйонство), тобто воно може реалізовуватися як співпраця на договірних засадах об'єднаних спільною метою кількох контрагентів. Формами такої співпраці підприємств можуть бути контрактні відносини, надання фінансових і комерційних послуг на стійкій основі, оренда, у т.ч. франчайзинг, участь у капіталі, підприємницькі мережі тощо.

Важливим етапом просування підприємства на світовий ринок є пошук і вибір зовнішньоекономічного партнера, тобто контрагента. Контрагентами в зовнішньоекономічній діяльності називають сторони, що перебувають у договірних відносинах щодо купівлі-продажу товарів, надання послуг, міжкраїнного руху факторів виробництва тощо. Вдалий вибір іноземного партнера має важливе значення для забезпечення ефективності зовнішньоекономічній діяльності, запобігання непорозумінням, фінансових втрат.

Ефективність ділової взаємодії та розвиток партнерських відносин між підприємствами залежить від того, наскільки вміло здійснюється економічний аналіз цього процесу. Позитивний результат можна одержати тільки за умови комплексності й системності в економічному аналізі. Вивчення та оцінку потенційних партнерів різні вчені пропонують проводити по-різному. Одні з них виділяють тільки фінансові показники, як найважливіші характеристики для оцінки потенційного партнера, інші – показники стабільності та чесності діяльності підприємств. Недостатньо розкрито показники, які б могли оцінити контрагента в цілому [2].

Відомо, що головними завданнями економічного аналізу партнерських відносин є такі: об'єктивна оцінка виробничого потенціалу підприємства та його стану на внутрішньому і зовнішньому ринках; аналіз і оцінка ризику партнерських відносин; аналіз діяльності контрагентів, який охоплює оцінку їхніх виробничих можливостей, характеру діяльності та вірогідної інтеграції; об'єктивний аналіз діяльності ділового партнера; багатокритеріальний аналіз ефективності виробництва потенційного партнера; оцінка іміджу ділового співробітництва потенційного партнера у різних аспектах виробничо-господарської, фінансової та інших видів діяльності. Аналітична оцінка економічної ефективності ділового партнерства підприємства передбачає три

блоки аналітичних завдань, а саме: аналіз фінансової ефективності проекту майбутнього співробітництва; оцінку ефективності підприємницької діяльності при реалізації ділового партнерства підприємств; оцінку ефективності експортно-імпортного партнерства. Аналіз фінансової ефективності проекту ділового партнерства підприємств є одним з джерел формування аналітичного звіту про господарську діяльність підприємства в цілому. Особливу увагу доцільно звернути на вибір критеріїв оцінки ефективності [4].

Доцільно використовувати показники, що узагальнюють кінцеві результати ділової взаємодії, тобто інтегральний показник, на основі розрахунку якого можливо було б оцінити ефект від прийняття управлінських рішень з організації ділового партнерства в сфері зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Таким чином одним з перспективних способів забезпечення успішної конкурентної позиції сучасних підприємств задля досягнення своїх стратегічних цілей є виявлення джерел формування ефектів стратегічної взаємодії, або ділового партнерства та відповідно науково обґрунтована оцінка економічної ефективності цього процесу.

Список літератури :

1. А.О. Шавлюк Особливості аудиту ефективності ділового партнерства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vistnic.stu.cn.ua/index.pl?task=arcl&j=11&id=45>.
2. Дороніна М.С. Культура ділового спілкування і партнерства: навч. посібн. / М.С Дороніна, А.В Доронін. – Харків.: ХНЕУ, 2008. – 55 с.
3. Ю.О. Кахович, Н.В. Доценко, О.Р. Саксаганська. Вибір зовнішньоекономічних партнерів – основа успішного бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=448>.
4. Струк Н. Аналіз і оцінка ділового партнерства підприємств в умовах ринку / Н. Струк. - Львів: ІРДНАН України, 1997. - 93 с.