

DOI: <https://doi.org/10.37634/efp.2022.7.3>
УДК 339.9

Оксана Анатоліївна КОВАЛИК

к.е.н., доцент кафедри, Національний університет "Одеська політехніка"

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6936-6778>

e-mail: o.a.kovalik@mzeid.in

Дмитро Володимирович БІБІК

студент, Національний університет "Одеська політехніка"

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6775-5393>

e-mail: dmytro.bibik@mzeid.in

ОСОБЛИВОСТІ УКЛАДАННЯ МІЖНАРОДНИХ ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН ПІДПРИЄМСТВА

Основною темою статті є міжнародні партнерські відносини. Будь-яке підприємство, яке виходить на міжнародні ринки, не зможе ефективно здійснювати свою діяльність без укладання партнерських угод з іноземними компаніями. У статті пояснюється, чому укладання є важливим між підприємствами, які саме особливості мають партнерські відносини на міжнародному рівні та які саме пункти особливо повинні містити партнерська угода для застрахування від можливих ризиків. Виявлено, з чого саме починаються міжнародні партнерські відносини та як утримувати міцні стосунки з партнерами протягом усього терміну взаємовідносин між підприємствами.

Ключові слова: міжнародні партнерські відносини, підприємства, партнерська угода, партнерство

ВСТУП

Коли підприємства виходять на нові міжнародні ринки, їм необхідно одразу почати шукати та встановлювати стосунки з партнерами та компаніями, які здійснюють свою діяльність за кордоном, а також розвинути глибше розуміння культури та ділової практики на міжнародних ринках. Це важливо, оскільки вони зможуть надати підприємствам доступ до всіх видів ресурсів, які можуть підвищити їхню конкурентоспроможність або надати знання, які будуть необхідні для виходу на міжнародні ринки. Якість обслуговування та комфортний спосіб зв'язку між партнерськими підприємствами можуть стати додатковою перевагою для підписання партнерської угоди. Уміння об'єктивно розглядати факти в атмосфері конфлікту з партнерами є обов'язковим, тому ці умови ведення перемовин потрібно постійно вдосконалювати. Ведення взаємовідносин з іншими міжнародними компаніями дозволяє розширювати діяльність та покращувати існуючі пропозиції.

Тематику укладання міжнародних партнерських відносин підприємства розглядали у своїй роботі багато зарубіжних та вітчизняних вчених. А.В. Гандзюра розглянув стратегічне партнерство як інструмент реалізації міжнародних двосторонніх відносин [1], О.Л. Терещенко дослідив партнерські відносини у контексті розвитку малого та середнього підприємництва в Україні [2], Пол Тіг розбирався із сутністю партнерських відносин між підприємствами [3], К. Дональд, Т. Лайонс, Р. Триббі вивчали партнерство як об'єкт стратегічного планування та управління в громадській організації [5]. Але все-таки в їхніх роботах не достатньо приділено уваги укладанню міжнародних партнерських відносин підприємств.

МЕТА роботи – визначити особливості укладання міжнародних партнерських відносин підприємства.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Для вирішення поставлених у роботі завдань застосовано методи моніторингу, контролю, комунікацій між підприємствами тощо.

РЕЗУЛЬТАТИ

Партнерство – це взаємовигідна угода між двома компаніями, які безпосередньо не конкурують одна з одною. Ефективне управління є основою успішного партнерства, тому крайнє важливо, щоб старші керівники партнерських організацій продовжували брати участь у нагляді за партнерством. Принаймні кожен партнер повинен призначити старшого лінійного керівника компанії в якості спонсора угод – людину, яка може зосередити увагу операційних керівників і менеджерів альянсів на пріоритетах, і загалом створювати середовище, в якому кожен може діяти з більшою впевненістю та координацією [1].

Культурне різноманіття світу є результатом безпосереднього контакту людей різних культур. Глобалізація економічної діяльності, яка є невід'ємною частиною процесу діяльності компаній, ще більше підкреслює важливість соціокультурних впливів, зумовлених історичною спадщиною окремих країн. Важливим стало не тільки розуміти особливості культур різних народів, а й співпрацювати, використовуючи сильні сторони окремих культур і водночас поважаючи індивідуальність та автономію, поважаючи традиції та звичаї. Усе це робить знання про специфіку менеджменту у міжкультурному середовищі на тлі глобалізаційних процесів все більш необхідними. Ознайомлення з цими питаннями можна вважати однією з основних умов функціонування міжнародної організації.

Відносини починаються з кількох переговорів або зустрічей, під час яких партнери досліджують потенційні проблеми спільної роботи, вивчають відмінності, розробляють спільні протоколи для управління цими відмінностями та встановлюють процедурні механізми для своєї повсякденної роботи. Отримані домовленості та ясність прокладають шлях до швидшого прийняття рішень, зменшення розчарування та вдосконалення механізму контролю та моніторингу. Коли організації вкладають час і ресурси для спільного ведення партнерських відносин, партнерство створює набагато більшу

додану вартість, ніж коли вони зосереджуються лише на бізнес-цілях, юридичних і офіційних контрактах тощо.

Міжнародний процес управління партнерськими відносинами вимагає інтеграції багатьох бізнес-процесів, технологічних і розподільчих процесів для досягнення бажаного успіху на ринку. Розмір компанії не є перешкодою для здійснення закордонної експансії. Дослідження показують, що малі підприємства дуже швидко глобалізуються з самого початку своєї діяльності. Останніми роками все більше малих та середніх підприємств зазнали швидкої інтернаціоналізації, що призводить до швидких результатів у плані розвитку підприємства [2].

Звичайно, не зникають і вічні проблеми, пов'язані з управлінням з міжнародними партнерами, особливо в міру того, як компанії все частіше налагоджують відносини з партнерами у різних секторах та регіонах. Як зазначає журнал McKinsey&Company, основними з передбачуваних ризиків для стратегічних партнерств є розбіжність партнерів стосовно центральних цілей відносин, погана комунікаційна система між партнерами, погані процеси управління, а також нездатність партнерів визначити та швидко внести зміни, необхідні для успіху стосунків [3].

Комунікація між іноземними партнерськими відділами є складним процесом, і можна допустити багато помилок як від відправника, так і від одержувача повідомлень. У зв'язку з цим ще важливіше забезпечити правильний зв'язок між підприємствами-партнерами. Для функціонування партнерства вкрай важливо забезпечити наявність чітких інформаційних потоків між партнерами, між менеджером партнерства та їхнім персоналом, а також між самими партнерами (і будь-якими структурами, в яких вони беруть участь, наприклад, правління директорів). Це допоможе міжнародним партнерам зрозуміти, як насправді функціонує їхнє партнерство, обмеження, за яких воно діє, а також відповідні ролі інших залучених партнерів, організацій та людей [4]. Правильно організована система комунікації полегшить взаємодію між партнерами.

Міжнародні партнерські відносини можуть бути складними залежно від обсягу бізнес-операцій та кількості залучених партнерів. Для зменшення ймовірності виникнення складнощів або конфліктів між партнерами у рамках такого типу бізнес-структур необхідно створити партнерську угоду – юридичний документ, що визначає спосіб ведення бізнесу та деталізує відносини між кожним партнером.

Хоча кожна партнерська угода відрізняється залежно від бізнес-цілей, у документі повинні бути докладно описані певні умови, включаючи відсоток володіння, поділ прибутку та збитків, тривалість міжнародного партнерства, умови прийняття сумісних рішень та методи вирішення суперечок, повноваження партнерів. У рамках партнерської угоди окремі особи зобов'язуються зробити свій внесок у розвиток бізнесу. Партнери можуть погодитися внести капітал у компанію як грошовий внесок, щоб допомогти покрити витрати на запуск або обладнання, а послуги або майно можуть бути закладені в рамках партнерської угоди [1].

Щоб звести до мінімуму конфліктні ситуації, виявлено, що керівники обох сторін повинні прагнути спільно визначити та домовитися про те, як координувати та адаптувати дії, які є особливо важливими для відносин. Це вимагає від обох сторін тісної участі у своїй діяльності [5]. Так, міжнародні партнери повинні мати повну згоду стосовно цілей партнерства та процесу, за допомогою якого його цілі можуть бути досягнуті.

Правове регулювання партнерських відносин, що виникають під час здійснення спільної діяльності її учасниками, загалом передбачено Цивільним кодексом України (ЦКУ) (ст.ст. 1130 – 1143) [6]. Згідно зі ст. 1131 ЦКУ договір повинен укладатись у письмовій формі та участь у написанні цього договору повинні брати і визначатись за домовленістю обох партнерів, якщо інше не встановлено законом про окремі види спільної діяльності. Розподіл прибутку згідно зі ст. 1139 ЦКУ визначається пропорційно вартості вкладів учасників у спільне майно, якщо інше не встановлено договором простого товариства або іншою домовленістю учасників.

ВИСНОВКИ

Отже, можна сказати, що партнерство між підприємствами – це домовленість між двома або більше компаніями стосовно здійснення взаємовигідного проекту, водночас кожна з них зберігає свою незалежність. Компанії можуть вступати в партнерські відносини, щоб вийти на новий ринок, покращити свою продуктову лінійку або отримати перевагу над конкурентом. Партнерська угода дозволяє двом підприємствам працювати над досягненням спільної мети, яка принесе користь обом.

Основною проблемою управління міжнародними партнерськими відносинами підприємства є мультикультуралізм. Різна культура країн світу, глибоко вкорінена в свідомості людей, впливає на їхню поведінку також у ділових відносинах. Культурне середовище визначає підхід до мотивації працівників, керівництва, ступінь децентралізації влади, спосіб організації діяльності, координацію іноземних суб'єктів, вирішення конфліктів, управління відділами, прийняття рішень, ведення ділових переговорів тощо.

Щоб звести до мінімуму конфліктні ситуації, виявлено, що керівники обох сторін повинні прагнути спільно визначити та домовитися про те, як координувати та адаптувати дії, які є особливо важливими для відносин. Це вимагає від обох сторін тісної участі у своїй діяльності. Так, міжнародні партнери повинні мати повну згоду стосовно цілей партнерства та процесу, за допомогою якого його цілі можуть бути досягнуті.

Можна прийти до висновку, що критерії успіху проекту необхідно ретельно відстежувати та контролювати, щоб гарантувати усунення або принаймні мінімізацію відхилень, це входить до сфери операційної функції управління міжнародними партнерськими відносинами. Тому багато підприємств, які мають партнерів у різних країнах застосовуються різні інструментів і методів контролю та моніторингу.

Список використаних джерел

1. Гандзюра А.В. Стратегічне партнерство як інструмент реалізації міжнародних двосторонніх відносин. *Юридичний вісник*. 2020. №1. С. 376–383.
2. Терещенко О.Л. Партнерські відносини в контексті розвитку малого та середнього підприємництва в Україні. Київ, 2018. 254 с.
3. Teague P. What is Enterprise Partnership? *Organization*. 2019. № 1. pp. 567–589.
4. Гутарева Ю.В., Аннаєв Б.С. Особливості комерціалізації інноваційних розробок на умовах аутсорсингу. *Економіка. Фінанси. Право*. 2015. № 12(2). С. 88-90. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfipr_2015_12%282%29__22.
5. Donald Carrie G., Lyons Thomas S., Tribbey Rebecca C. A partnership for strategic planning and management in a public organization. *Public Performance & Management*. 2017. pp. 176–193.
6. Цивільний кодекс України: Кодекс від 16.01.2003 № 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>

References

1. Handziura A.V. Strategic partnership as a tool for the implementation of international bilateral relations. *Legal Bulletin*. 2020. №1. pp. 376–383. (in Ukrainian).
2. Tereshchenko O.L. Partnership relations in the context of small and medium business development in Ukraine. Kyiv, 2018, 254 p. (in Ukrainian).
3. Teague P. What is Enterprise Partnership? *Organization*. 2019. № 1. pp. 567–589.
4. Hutareva Yu.V., Annaiev B.S. Features of commercialization of innovative developments on the terms of outsourcing. *Economics. Finances. Law*. 2015. № 12 (2). pp. 88–90. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfipr_2015_12%282%29__22. (in Ukrainian).
5. Donald Carrie G., Lyons Thomas S., Tribbey Rebecca C. A partnership for strategic planning and management in a public organization. *Public Performance & Management*. 2017. pp. 176–193.
6. Civil Code of Ukraine: Code of 16.01.2003 No 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text> (in Ukrainian).

Oksana KOVALYK

PhD in Economics, Associate Professor of department, Odessa Polytechnic National University

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6936-6778>

e-mail: o.a.kovalik@mzeid.in

Dmytro BIBIK

student, Odessa Polytechnic National University

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6775-5393>

e-mail: dmytro.bibik@mzeid.in

FEATURES OF CONCLUDING INTERNATIONAL PARTNERSHIP OF THE ENTERPRISE

Introduction. The main topic of the article is international partnerships. Any company that enters international markets will not be able to operate effectively without concluding partnership agreements with foreign companies. The article explains why the conclusion is important between companies, what are the features of partnerships at the international level and what are the points that need to have a partnership agreement to insure against possible risks. It also revealed exactly where international partnerships begin and how to maintain strong relationships with partners throughout the life of the relationship between enterprises.

The purpose of the paper is to determine the peculiarities of concluding international partnerships of the enterprise.

Results When companies enter new international markets, they need to immediately start looking for and establishing relationships with partners and companies operating abroad, as well as develop a deeper understanding of culture and business practices in international markets. This is important because they will be able to provide businesses with access to all kinds of resources that can increase their competitiveness or provide the knowledge they will need to enter international markets. The quality of service and the comfortable way of communication between partner companies can be an additional advantage for signing a partnership agreement. The ability to objectively consider the facts in an atmosphere of conflict with partners is a must, so these conditions for negotiation need to be constantly improved. Keeping in touch with other international companies allows you to expand your business and improve existing offerings.

Conclusion. It can be concluded that the main problem of managing international partnerships of the company is multiculturalism. Different cultures of the world, deeply rooted in the minds of people, influence their behavior in business relationships. To minimize conflict, it was found that the leaders of both sides should seek to jointly identify and agree on how to coordinate and adapt actions that are particularly important to the relationship. This requires both sides to work closely together. Thus, international partners must fully agree on the goals of the partnership and the process by which its goals can be achieved.

Keywords: international partnerships, enterprises, partnership agreement, partnership