

УДК 334.722.2
JEL O330

Микитюк О.П., к. э. н., ассистент
КНУ имени Тараса Шевченко
Магомедова А.М., к. э. н., ассистент
КНУ имени Тараса Шевченко
Онисенко Т.С., к. э. н., ассистент
КНУ имени Тараса Шевченко

ПАРТНЕРСТВО КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИЙ

В статье рассматриваются основные формы партнерства, как необходимого и достаточного фактора формирования целостной конкурентной стратегии современного предприятия.

В условиях глобализации экономики и динамичности рыночной среды любое предприятие нуждается в партнерских связях, которые считаются главным условием его эффективного функционирования в конкурентной среде. Поэтому на современном этапе имеет место тенденция, побуждающая предприятий к сотрудничеству и формирования партнерских отношений, результатом которых становится переориентация деятельности в соответствии с условиями рынка, поскольку партнерство позволяет достичь, сохранить и укрепить конкурентные позиции.

Ключевые слова: партнерство, конкурентоспособность, лизинг, аутсорсинг, франчайзинг.

Постановка проблемы. Конкуренция является главным элементом рыночного механизма и неотъемлемой составляющей предпринимательской среды. В современных рыночных условиях, когда конкуренция является отражением отношений соревнования между хозяйственными элементами, особенно актуально для случаев, когда их самостоятельная деятельность эффективно ограничивает возможности каждого субъекта хозяйствования повлиять на общие условия производства, обращения, реализации товаров и услуг на том или ином рынке. С другой стороны, конкуренция между предприятиями стимулирует производство тех товаров и услуг, в которых нуждается потребитель. Тогда деятельность участников рыночных отношений приобретает динамический характер, она связана с экономической ответственностью и риском предпринимателя, превращает его в своеобразный социальный двигатель экономического развития. Наиболее актуальным в современной экономической среде становится механизм формирования эффективных подходов к выбору конкурентных стратегий предприятий в условиях кооперационных взаимодействий.

Сегодняшняя ситуация в экономике страны опосредуется критическим ограничением финансовых ресурсов, изменениями в правовом поле, застойными процессами на многих рынках. Она требует особых подходов к решению указанной проблемы путем развития взаимовыгодной рыночной интеграции в любом секторе экономики, изучения зарубежного и лучшего отечественного опыта, их обобщения

и дальнейшего внедрения. Это касается, прежде всего, проблемы оптимизации организационных форм экономических взаимоотношений в различных сферах экономики и определение их эффективности.

В любом случае, следует особое внимание уделить экономическому симбиозу предприятий. Важное значение приобретает на фоне таких отношений именно взаимосвязь малого и большого предприятий - бизнес-партнеров, взаимовыгодный для обеих сторон. Другими словами - это такое устойчивое экономическое взаимодействие, которое дает положительный конечный эффект, в связи с этим величина эффекта от совместной деятельности больше суммы экономических эффектов отдельно действующих предприятий, в долгосрочном периоде повышает конкурентоспособность предприятий-участников такого сотрудничества.

Кроме того, партнерские отношения по своей экономической природе позволяют каждому из участников получить ряд преимуществ за счет обмена результатами деятельности, независимо от страны принадлежности и территориального признака. То есть речь идет о том, что партнерская деятельность выступает драйвером глобального сотрудничества между субъектами хозяйствования и определяет современные особенности предпринимательской конкуренции в целом.

Аналіз последних публикаций. Партнерские отношения между предприятиями - динамическое экономическое явление, содержание которого приобретает новые масштабы и формы проявления, некоторые из которых только начинают исследоваться в отечественной литературе. Так, исследованиями в данной отрасли занимались: М. Барановский, В. Геец, С. Генсирука, Б. Данилишин, Л. Дейнеко, С. Дорогунцова, Д. Клинов, В. Куценко, В. Шевчук, Т. Хайндл, Дж. Б. Хейвуд.

Нерешенные части проблемы Отсутствие глубоких теоретических исследований партнерства в бизнесе, а также конкретных методов определения надежности деловых партнеров стали причинами низкой экономической эффективности некоторых отечественных предприятий. Вместе с тем, значительное количество отечественных предпринимателей на практике уже смогли выделить ряд преимуществ и недостатков формирования и развития бизнеса на основе партнерства.

Учитывая то, что в экономической литературе существует множество различных подходов к трактовке и выделению форм партнерских отношений, нами были рассмотрены три из них, а именно аутсорсинг, франчайзинг и лизинг. Такой выбор обусловлен эффективностью вышеуказанных форм и перспективностью их развития на глобальном уровне.

Цель статьи. Исследование теоретических и практических аспектов партнёрских взаимоотношений между предприятиями с целью достижения весомых конкурентных преимуществ в современном мире.

Результаты исследования. В условиях мирового экономического кризиса и приостановки темпов развития украинской экономики в частности, большинство конкурентных стратегий предприятий не оправдались. При таких условиях хозяйствования, аутсорсинг становится одним из элементов, который может

обеспечить поступательное развитие и повышение эффективности функционирования современных предприятий в конкурентных условиях. Именно поэтому аутсорсинг, как одна из форм партнерства в развитых странах мира, становится неотъемлемым инструментом повышения эффективности работы предприятий и обеспечения их конкурентоспособности на глобальном рынке.

Делегирование выполнения части своих бизнес-функций дает возможность предприятию сконцентрироваться на ключевых компетенциях, что является эффективным инструментом рыночной трансформации партнерства и тем самым обеспечивает ему конкурентные преимущества. Именно по этим причинам, субъекты хозяйствования применяют аутсорсинг в разных сферах своей деятельности (кадровой, маркетинговой, обслуживающей, охранной логистической, финансовой, информационной и других). Такое широкое использование аутсорсинга объясняется тем, что, во-первых - делегирование части бизнес-функций узкоспециализированным субъектам хозяйствования может обеспечить их эффективное выполнение; во-вторых - это обуславливает совершенствование производственных отношений между предприятиями в условиях рынка.

Стоит отметить, что понятие «аутсорсинг» составляет целенаправленное выделение определенных бизнес-процессов и их реализацию другими организациями, которые имеют соответствующий опыт, знания, средства и выполняют свои обязанности в конкретной сфере лучше, чем организация-заказчик, и на договорной основе. Таким образом, использование аутсорсинга сводится к тому, что предприятие концентрирует все ресурсы на том виде деятельности, который является основным и передает другие функции надежному партнеру.

Так, результаты исследований Headhunter, UCMS Group и Intercomp показывают, что в настоящее время аутсорсинг является наиболее популярным среди крупных компаний. Например, 42% организаций, с численностью персонала менее 50 человек, используют аутсорсинг для оптимизации собственной деятельности, в то время как этот показатель составляет уже 33% для компаний со штатом в более чем 500 сотрудников. Также, аутсорсинг, является, в основном особенностью иностранных компаний, расположенных в Украине -55% из всех предприятий с иностранным капиталом активно используют аутсорсинг для сокращения расходов своей деятельности [1, с.2].

Аутсорсинг на предприятии реализуется в несколько этапов, первым из них является - исследование рынка услуг аутсорсинга. Для предприятий проводится по следующим направлениям:

- анализ потенциала рынка услуг аутсорсинга по удовлетворению спроса на выполнение определенных функций предприятия;
- анализ готовности потенциальных аутсорсеров (наличие технологического, кадрового, административно-управленческого и финансового ресурса);
- уточнение рыночной стоимости функций, переданных на аутсорсинг;
- прогноз развития рынка услуг аутсорсинга.

В ходе проведения анализа рынка услуг аутсорсинга формулируются предварительные требования, предъявляемые к потенциальному аутсорсеру, в том числе, по уровню качества, уровня цен, соблюдение сроков выполнения и способности выполнить специфические требования заказчика. [6].

В рамках этого этапа также определяется форма аутсорсинга. В связи с тем, что аутсорсинг применяется во многих направлениях деятельности компаний, были выделены следующие виды аутсорсинга:

- полный аутсорсинг, что подразумевает передачу аутсорсеру полностью функции предприятия, включая контроль над этой функцией, активы функционального подразделения;
- частичный аутсорсинг, что подразумевает совместное с аутсорсером управление функцией предприятия;
- трансформационный аутсорсинг, предусматривающий передачу аутсорсеру полностью функции компании или функционального подразделения с целью оптимизации работы данного направления с последующим возвращением предприятию;
- аутсорсинг совместных предприятий (создание совместного предприятия для управления выделенной функцией).

Следующим шагом проводится оценка возможных рисков передачи на аутсорсинг непрофильной функции. По итогам данного этапа формируется предложение по решению возможных негативных последствий, связанных с передачей функции на аутсорсинг. С учетом полученной информации решение о передаче функции на аутсорсинг, принятое на предыдущих этапах, может быть изменено.

Если на указанном этапе принято решение о возможности работы по такой системе партнерства, как аутсорсинг, то далее проводится разработка описания количественных и качественных требований к функциям, которые будут передаваться на аутсорсинг. Результатом работы на данном этапе является техническое задание, проект контракта на аутсорсинг и другая документация.

На следующем этапе происходит заключение контракта на аутсорсинг. Основная задача этапа состоит в обеспечении выполнения функций на уровне ожиданий предприятия-заказчика. После формализации отношений предприятия-заказчика и аутсорсера в виде заключения контракта становится необходимой разработка и внедрение управленческих решений, связанных с аутсорсингом. В рамках работы на данном этапе разрабатывается план организационно-структурных и других административных изменений, связанных с передачей видов деятельности на аутсорсинг и назначаются ответственные лица за решение технологических вопросов. Далее разрабатывается и внедряется систем мониторинга и контроля качества выполнения функций, переданных на аутсорсинг.

Заключительным этапом является оценка эффективности применения аутсорсинга.

Таким образом, стоит выделить тот аспект, что аутсорсинг - это стратегия управления компанией, а не просто вид партнерского взаимодействия, он

предполагает определенную реструктуризацию производства корпорации и ее связей.

Важным является тот факт, что мировой опыт деятельности предприятий свидетельствует, что успешность функционирования во многом зависит от материально-технического и финансового обеспечения. Одной из форм решения этих вопросов является применение аренды в форме лизинга. Одновременно лизинг можно рассматривать как форму производственно-финансовых кооперационных отношений или партнерских взаимодействий. Лизинг как форма взаимодействия между субъектами хозяйствования охватывает довольно широкий спектр хозяйственных отношений и отраслей экономики. К тому же предприятия могут брать в лизинг любое оборудование (от простого офисного до самого сложного). Часто в сети лизинговых отношений предприятий присутствуют и посредники- специализированные лизинговые компании.

Лизинг и лизинговые отношения являются неотъемлемой составляющей современной финансовой системы. Лизинговая деятельность непосредственно связана с потребностями развития производства, освоения предприятиями новых технологий и внедрение инновационно-инвестиционной модели экономического роста. Как свидетельствуют данные экономической статистики, от 20% до 25% общего объема всех инвестиций в развитых странах мира финансируется на условиях лизинга. [2, с. 197]. Лизинг пришел к нам из США. В странах Западной Европы лизинг также приобрел важное значение. При этом до 80% лизингового бизнеса Западной Европы приходится на Великобританию, Германию и Францию. В Германии стоимость договоров лизинга составляет 66,34 млрд. долларов, Великобритании- 61,66 млрд. долларов, Франции 33,81 млрд. долларов. [3, с.9].

Наиболее развитым считается лизинг в Германии, а лизинговые компании этой страны - ведущими в Европе. Это объясняется довольно высоким уровнем квалификации кадров и большим опытом работы компаний на рынке лизинговых услуг (по 35-40 лет). Так, в Германии финансовый лизинг определяется как сделка, которая заключается на определенный договором срок, в течение которого обычно невозможно расторжение этого договора, а лизинговые платежи во время этого периода покрывают как минимум расходы лизингодателя, которые он понес на приобретение или производство объекта лизинга. Эта схема позволяет успешно функционировать лизингу в Германии уже многие годы [4, с. 152].

В Азии лидером лизинговых операций является Япония, где стоимость договоров лизинга составляет 69,95 млрд. долларов США. Для рынка лизинговых услуг этой страны характерна острая конкуренция, передача технологий и творческий поиск лизингодателей [3, с.9].

На фоне общего спада украинской экономики переживает не лучшие времена и рынок лизинговых услуг. Однако, несмотря на свертывание других видов финансирования, отмечался подъем развития лизинга в 2007-2012 годах, сейчас наблюдается стремительное падение данного вида партнерских отношений хозяйствующих субъектов. К 2014 году темпы прироста объемов лизингового портфеля стали повышаться, но не были стабильными и за год стремительно

полетели вниз. Такая тенденция наблюдается и сейчас. Хотя лизинг сегодня выступает единственным ресурсом долгосрочного финансирования в стране [5].

Сегодня лизинговое финансирование стало доступнее: снизились процентные ставки, изменились программы, условия получения положительного решения по лизинговому соглашению, увеличился авансовый платеж, сократился срок лизинговой сделки, изменились условия оценки рисков.

Анализируя как зарубежную практику, так и украинские реалии, стоит отметить, что сегодня лизинг уже не является новым инструментом. Поэтому необходимо искать новые формы лизинга, обеспечивающие большую эффективность хозяйственной деятельности предприятия. Одной из таких форм может выступать инновационный лизинг, то есть такой вид лизинга, объекты которого обеспечивают инновационную деятельность предприятия. Инновационный лизинг можно охарактеризовать как инвестирование в инновационную деятельность или продукт. В таком случае инновационный лизинг можно рассматривать как симбиоз двух направлений деятельности предприятия: инновационного и инвестиционного.

От осуществления лизинговых операций преимущества получают все стороны, вовлеченные в этот процесс: лизингополучатели, предприятия-производители, лизингодатели, другие стороны многостороннего договора лизинга, а это особенно важно в процессе развития партнерских отношений между предприятиями.

В данном контексте, важно учесть так же и франчайзинг, как один из наиболее распространенных видов партнерских взаимоотношений в условиях динамической конкурентных преобразований внешней экономической среды. Франчайзинговая форма партнерских отношений прошла длительный процесс эволюции. Несколько десятилетий назад она была актуальна лишь в некоторых отраслях экономики, но сегодня охватывает практически все сферы занятости. Также стремительно расширяются и географические горизонты франчайзинга. Франчайзинг является выгодным для всех участников партнерских отношений (рис. 1).

Привлекательность франчайзинга также определяется преимуществами, которые он обеспечивает для всей экономики страны, а именно:

- франчайзинговая форма партнерства, прежде всего, способствует созданию новых рабочих мест на рынке и таким образом дает возможность частично решить проблему занятости в стране;
- использование франчайзинговой формы партнерства активизирует распространение на рынке различных достижений науки и техники. По условиям партнерского сотрудничества франчайзор должен постоянно обеспечивать франчайзи собственными разработками и достижениями. Как правило, франчайзор передает определенный опыт и технологию изготовления продукта. Таким образом, на рынке постепенно появляются новые средства коммуникации и наблюдения; вычислительная, измерительная и компьютерная техника; новейшие технологии производства и сбыта продукции и тому подобное;



Рис. 1. Преимущества франчайзинговой деятельности для участников партнерских отношений

Примечание. Сформировано на основании материалов авторских исследований

- представители франчайзинговой деятельности, учитывая современные рыночные реалии, стремятся достичь не только максимального экономического эффекта от хозяйственной деятельности, но и обеспечить социальную ответственность своего бизнеса. Благодаря такому прогрессивному подходу появляются перспективы для развития регионов, где разворачивают деятельность предприятия-франчайзи. Их ответственность, прежде всего, направлена на улучшение экологической ситуации в определенной местности. Также происходит активное привлечение населения

региона к общественным работам, значительное внимание уделяется воспитанию молодежи, ее духовному развитию и обучению. Часто при финансовом участии франчайзинговых предприятий проводятся различные спортивные и развлекательные мероприятия. Таким способом непосредственно осуществляется влияние на сознание общества, формируется положительное отношение к здоровому образу жизни, и развивается инфраструктура спорта и досуга. Иначе говоря, деятельность франчайзинговых предприятий, благодаря социальной ответственности, способствует развитию как областей, так и целых регионов.

- стремительное развитие франчайзинга осуществляет непосредственное влияние на формирование конкурентной среды функционирования субъектов предпринимательства;
- субъекты хозяйствования, выбирая франчайзинговую форму партнерства, преимущественно регистрируются как субъект малого предпринимательства. Франчайзером, как правило, выступает предприятие как малого, так и среднего или даже крупного размера с длительной историей развития, широким кругом потребителей, многочисленным штатом сотрудников и стабильным финансовым состоянием. Благодаря этому появляются возможности и создаются перспективные условия для формирования и укрепления кооперационных связей между представителями крупного, среднего и малого бизнеса. Таким образом, осуществляется обмен достижениями и наработками хозяйственной деятельности между партнерами, а также обеспечивается компетентная поддержка друг друга (финансовая, маркетинговая, организационная, управленческая помощь).
- франчайзинг выступает популярным инструментом привлечения инвестиций в национальный сектор предпринимательства;
- как известно, продажа франшизы осуществляется как на территории страны ее происхождения, так и за ее пределами. Обычно, приобретение франчайзингового пакета осуществляют хозяйственные единицы-представители разных государств, способствуя, таким образом, мировой популярности бренда. С одной стороны, такая географическая разветвленность создает для франчайзера ряд трудностей, связанных с контролем и координацией франчайзи. Тем более, если в компании сотни франчайзинговых точек, то этот процесс приобретает масштабы. Однако, с другой стороны, появление франчайзи в каждой новой стране обеспечивает франчайзеру дополнительный рынок сбыта товаров, который генерирует финансовые дивиденды и позволяет франчайзинговой сети реализовать собственную масштабную маркетинговую стратегию.

Таким образом, партнерские отношения - это новая философия бизнеса и современный способ формирования и развития предпринимательской деятельности как на национальном, так и глобальном уровнях. Выбор формы партнерских отношений зависит, как правило, от сферы занятости, стратегической цели сотрудничества, а также от обеспеченности и доступа к материально-

технічним ресурсам учасників партнерського соглашения. В роботі проаналізовані динамічні і перспективні форми партнерських відносин, а саме: франчайзинг, лізинг і аутсорсинг. Ураховуючи доступність розуміння і прозорість механізму взаємодії партнерів, однією з найпоширеніших форм партнерських відносин між підприємствами є франчайзинг, оскільки він довів свою ефективність майже у всіх сферах економіки.

Висновки. Ітак, виступаючи ефективною формою фінансування інноваційної діяльності кооперативних взаємодій суб'єктів господарювання, аутсорсинг, лізинг і франчайзинг дозволяють підприємствам вирішити ряд проблем, притаманних іншим формам партнерства.

Таким чином, прикладне значення дослідження полягає в тому, що сучасний етап розвитку економіки характеризується постійним зростанням конкуренції і нестабільністю умов зовнішнього середовища, тому підприємства прагнуть оптимізувати свою діяльність і зменшити кількість виконуваних функцій. При реалізації цього бажання вони стикаються з необхідністю налагодження партнерських відносин з іншими суб'єктами господарювання. На основі цього в світі активно розвивається необхідність дослідження і розвитку аутсорсингу, лізингу і франчайзингу.

Література.

1. Смирнова Т. А., Голей Ю. М. Тенденції розвитку українського ринку аутсорсингу іт-послуг [Електронний ресурс] // Strategy of economic development of countries in globalization. Режим доступу http://confcontact.com/2014_02_meshko/39_Smyrnova.htm ,
2. Грін'ко А.П. Теоретико-методологічні засади бухгалтерського обліку відтворення основного капіталу в умовах нової управлінської парадигми: монографія/ А.П.Грін'ко. – Х.: ХДУХТ, 2015.- 328с.
3. Global Leasing Report 2014. [Електронний ресурс] // White Clarke Group's. Режим доступу [http://www.whiteclarkegroup.com/knowledge centre/category/global_leasing_report](http://www.whiteclarkegroup.com/knowledge%20centre/category/global_leasing_report).
4. Розкошна, О. А. Українські реалії розвитку лізингу в контексті світових тенденцій / О. А. Розкошна, М. С. Нагорна // Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції студентів і молодих вчених «Розвиток міжнародних відносин та зовнішньоекономічної діяльності підприємств України за сучасних умов» 26-27 жовтня.- Донецьк, 2010.– С.150-155.
5. Ринок лізингу України: основні тенденції та прогнози 2015. [Електронний ресурс] //Українське об'єднання лізингодавців Режим доступу http://www.uul.com.ua/experts/leasing_market/
6. Рижак О. Ю. Категорійні ознаки аутсорсингу вітчизняних підприємств / О. Ю. Рижак // Бізнес Інформ. – 2011. – №1. – С. 61 – 63.
7. Соломонов А. Аутсорсинг: допомога із зовні / А. Соломонов // Справочник економіста. — 2013. — № 1. — С. 77—84.

References.

1. Smirnova, T.A. and Goley, U.M. (2014) «Development tendencies of Ukrainian IT-outsourcing market» / Materialy V Mizhnarodnoii naukovo-praktychoii confrentsii, [Strategy of economic development of countries in globalization], available at http://confcontact.com/2014_02_meshko/39_Smyrnova.htm , (last accessed 17 May 2016)
2. Grin'ko A.P. Teoretyko-metodologichni zasady` buxgalters`kogo obliku vidtvorennya osnovnogo kapitalu v umovax novoyi upravlins`koyi parady`gmy`: monografiya [Theoretical and methodological principles of accounting reproduction of capital in the new management paradigm: monograph]. – Х.: ХДУХТ, 2015.- 328р.

3. Global Leasing Report 2014. [Electronic resource] // White Clarke Group's. Access mode http://www.whiteclarkegroup.com/knowledge-centre/category/global_leasing_report.

4. Rozkoshna, O. A. Ukrayins`ki realiyi rozvy`tku lizy`ngu v konteksti svitovy`x tendencij [Ukrainian realities of leasing in the context of global trends] // Materialy` III Mizhnarodnoyi naukovo-prakty`chnoyi konferenciyi studentiv i molody`x vcheny`x «Rozvy`tok mizhnarodny`x vidnosy`n ta zovnishn`oekonomichnoyi diyal`nosti pidpry`emstv Ukrayiny` za suchasny`x umov» 26-27 zhovtnya.- Donecz`k, 2010.– S.150-155.

5. Leasing Market in Ukraine: trends and forecasts 2015 [Electronic resource] // Ukrainian Union of Lessors. Access mode http://www.uul.com.ua/experts/leasing_market

6. Ryzhak O. Yu. Katehoriyni oznaky aut-sorsynhu vitchyznyanykh pidpryemstv / O. Yu. Ryzhak // Biznes Inform. – 2011. – #1. – S. 61 – 63.

7. Solomonov A. Aut-sorsynh: pomoshch' yzвне / A. Solomonov // Spravochnyk ekonomysta. — 2013. — # 1. — S. 77—84.

Микитюк О. П., к. е. н., асистент

КНУ імені Тараса Шевченка

Магомедова А. М., к. е. н., асистент

КНУ імені Тараса Шевченка

Онисенко Т. С., к. е. н., асистент

КНУ імені Тараса Шевченка

ПАРТНЕРСТВО ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розглядаються основні форми партнерства, як фактору формування цілісності конкурентної стратегії сучасного підприємства. В умовах глобалізації економіки та динамічності ринкового середовища будь-яке підприємство має потребу у партнерських зв'язках, які вважаються головною умовою його ефективного функціонування в конкурентному середовищі. Тому на сучасному етапі має місце тенденція, що спонукає підприємств до співпраці і формування партнерських відносин, результатом яких стає переорієнтація діяльності відповідно до умов ринку, оскільки партнерство дозволяє досягти, зберегти і зміцнити конкурентні позиції

Ключові слова: партнерство, конкурентоспроможність, лізинг, франчайзинг, аутсорсинг.

Oksana Mykytiuk, Ph.D in Economics

Taras Shevchenko National University of Kyiv

Alina Magomedova, Ph.D in Economics

Taras Shevchenko National University of Kyiv

Tetiana Onysenko, Ph.D in Economics

Taras Shevchenko National University of Kyiv

PARTNERSHIP AS A FACTOR IN INCREASING COMPETITIVENESS OF COMPANIES

Nowadays, when the market environment development is too dynamic and the resources utilization is limited, companies' performance is more effective under conditions of partnerships formation. This type of integration encourages the innovative development of companies, which operate in different industries, ensures the access to new markets and minimizes commercial risks. Also partnership is one of the effective tools of companies' competitiveness providing. Research and analysis of current trends give the evidences that leasing, franchising and outsourcing are the crucial and the most perspective types of partnerships among business entities. Leasing is as an effective form of production-financial cooperative partnerships or interactions among companies. Franchising provides benefits to all participants by the combined resources implementation and risks diversification among them. Outsourcing is a modern type of partnerships, which also can be a successful managerial strategy of a company.

Key words: partnership, competitiveness, lizing, franchising, outsourcing.