

моделі, які визначають вплив відповідних факторів на чистий прибуток, а ϵ – помилка моделі.

Для використання цієї моделі потрібно зібрати дані про чистий прибуток, витрати на R&D та кількість отриманих патентів для певних підприємств, а потім оцінити параметри моделі за допомогою методу найменших квадратів. Оцінка параметрів дозволить визначити, наскільки значущий вплив мають витрати на R&D та кількість патентів на чистий прибуток, та зробити висновки про важливість інновацій для фінансових результатів підприємства.

Отже, впровадження нововведень може бути вимогливим і дорогим процесом, проте його переваги можуть мати вирішальне значення для успішної діяльності компанії на довгостроковій основі.

Список використаних джерел:

1. Chan Kim W., Mauborgne R. *Blue Ocean Strategy. How to Create Uncontested Market Space and Competition Irrelevant*. Harvard Business School Press, 2005.
2. Бжуска Я. Інноваційні моделі бізнесу. URL: https://vlp.com.ua/files/05_34.pdf
3. Гризовська Л.О., Романова А.В. Маркетинг інновацій як інструмент успішного бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2018. Вип. 16. С. 301-307. URL: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/06/Ekonomika-i-suspilstvo-16-2018.pdf#page=301>

Колесник В. Д.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СТРАТЕГІЧНЕ ПАРТНЕРСТВО У БІЗНЕСІ

Протягом останніх десятиліть відбулися значні зміни у розвитку економіки, так як організаційні зміни на підприємствах та технологічний прогрес поєднувалися із програмами фінансової лібералізації для сприяння зростання зв'язків між бізнес-структурами. Однією з проблем, пов'язаних з процесами поглиблення економічних зв'язків, стало питання щодо розвитку сучасних стратегічних партнерських відносин у бізнесі. За сучасних умов частина бізнес-структур продовжують досить підозріло ставитись до партнерства, частина заохочують та підтримують стратегічні партнерські відносини, підкреслюючи, що вони мають величезний потенціал для досягнення цілей розвитку бізнесу.

У більшості випадків сучасні бізнес-структури здійснюють пошук стратегічних партнерів, які мають додаткові можливості, для того щоб отримати доступ до нових каналів розподілу та ринків збуту, використовувати інтелектуальну власність та диверсифікувати ризики. Чим складнішим є ділове середовище, тим більш ефективнішими стають такі стосунки. І чим ефективніше підприємницькі суб'єкти управляють відносинами партнерства, тим більшою є ймовірність того, що вони будуть стратегічними партнерами і зможуть створити цілі портфелі партнерства [3, с. 12].

Співпраця зі стратегічним партнерами забезпечує різні можливості для збільшення ефективності діяльності (оптимальна кількість партнерів, налагодження зв'язків на відповідних рівнях в обох підприємства для сприяння оперативному вирішенню проблем без суперечок та затримок, залучення партнерів до встановлення закупівельних потреб і розробки спільної стратегії, оцінка, зусиль партнерів) [1, с. 62]. Тому виникає потреба пошуку ланок, котрі вимагають оптимізації та обґрунтованих шляхів встановлення інноваційних стратегічних партнерських відносин бізнес-структур.

Серед сучасних форм партнерства в бізнесі доцільно виділити наступні: факторинг, франчайзинг, лізинг, венчурне фінансування, субконтракція [3, с. 15].

Одним з нових напрямків розвитку партнерських відносин є start-up партнерство, яке виникає під час заснування нового, бізнесу, проєктів та підприємств. Start-up партнер – це будь-яка особа або організація, яка має намір співпрацювати зі start-up задля реалізації спільних цілей – сприяння комерціалізації інноваційної бізнес-ідеї start-up [4].

Сучасна структурно-логічна схема формування стратегічного партнерства в бізнесі включає в себе наступні складові:

1. Усвідомлення потреби у формуванні стратегічного партнерства;
2. Прийняття рішення стосовно формування стратегічного партнерства;
3. Визначення мети стратегічного партнерства, суб'єктів, об'єктів, інструментів, мотивів, очікувань;
4. Вибір типу стратегічної партнерської взаємодії;
5. Вибір організаційної форми стратегічного партнерства;
6. Визначення обов'язків всіх партнерів.

Результатами укладання стратегічних партнерських відносин є:

- створення довгострокових конкурентних переваг;
- зростання цінності товару або послуги для споживачів;
- більша гнучкості та реагування на зміни;
- синергетичне зростання результативності діяльності всіх партнерів;
- диверсифікація ризиків діяльності для стратегічних партнерів [2, с. 103].

Для того щоб стратегічне партнерство було ефективним доцільно вживати наступних заходів:

- створення умов для розвитку даного виду відносин на рівні держави надання податкових пільг, бюджетних субвенцій та гарантій;
- удосконалення діючого законодавства у галузі регулювання партнерських відносин;
- вибір оптимального варіанту співпраці, для того що вона була ефективною для кожного учасника.

Отже, формування стратегічного партнерства у бізнесі є одним з варіантів розвитку. Для того, щоб створене партнерство було ефективним, а ще проявлявся у синергетичному ефекті [5], необхідно максимально враховувати мотиви створення стратегічного партнерства та очікування усіх партнерів, обирати відповідні форми та типи партнерств. Лише в цьому випадку буде досягнутий баланс інтересів підприємств бізнес-партнерів, сформовано конкурентні переваги за рахунок такої стратегічної взаємодії.

Список використаних джерел:

1. Герасимчук В.Г. Стратегічне партнерство: принципи, інструментарій, ефективність. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*: збірник наукових праць, 2014. Вип. 11. С. 61–66.
2. Іпполітова І.Я., Селезньова Г.О. Стратегічні партнерства підприємств як напрямок їхнього зовнішнього розвитку. *Економіка та управління підприємствами*. 2021. Вип. 28. С. 99-105.
3. Паливода О. Підходи до управління стратегічними партнерствами підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2013. № 4. Т. 2. С. 11-16.
4. Start-up проєкти та особливості їх реалізації. URL: <https://fintech.biem.sumdu.edu.ua/start-up-proekti-ta-osoblivosti-ih-realizacii>.
5. Гринько Т.В. Стратегія як інструмент антикризового управління на підприємстві. *Економіст*. 2013. №8. С. 51-53.