

СЕКЦІЯ 4 ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

DOI: 10.32999/ksu2307-8030/2021-44-6

УДК 339.92:330.341.1:004

Голобородько А.Ю.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки
Державного університету телекомунікацій
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5416-0526>
E-mail: alona.goloborodko.decor@gmail.com

ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ЦИФРОВОГО СТРАТЕГІЧНОГО ПАРТНЕРСТВА

У статті визначено три основні етапи глобалізації і місце цифровізації всіх процесів суспільного життя. Сформовано передумови створення цифрових стратегічних партнерств і чинники впливу на їх розвиток. Розглянуто полеміку наукових поглядів щодо визначення сутності поняття «стратегічне партнерство», виділено підходи до визначення сутності поняття «стратегічне партнерство» за метою створення партнерства: як угода, як конкурентна модель, як реляційна модель, як міжнародний альянс підприємств і за рівнями економічного розвитку: на макрорівні, мезорівні і мікрорівні. Представлено визначення терміна «цифрове стратегічне партнерство» та основні поняття, що розкривають суть цифрового стратегічного партнерства.

Ключові слова: глобалізація, партнерство, стратегічне партнерство, цифрове стратегічне партнерство.

Голобородько А.Ю. ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СУЩНОСТИ ЦИФРОВОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПАРТНЕРСТВА

В статье определены этапы глобализации и место цифровизации всех процессов общественной жизни. Сложилась предпосылка создания цифровых стратегических партнерств и факторы влияния на их развитие. Рассмотрена полемика научных взглядов по определению сущности понятия «стратегическое партнерство», выделены подходы к определению сущности понятия «стратегическое партнерство» с целью создания партнерства: как соглашение, как конкурентная модель, как реляционная модель, как международный альянс предприятий и по уровням экономического развития: на макроуровне, мезоуровне и микроуровне. Представлены определение термина «цифровое стратегическое партнерство» и основные понятия, раскрывающие сущность цифрового стратегического партнерства.

Ключевые слова: глобализация, партнерство, стратегическое партнерство, цифровое стратегическое партнерство.

Goloborodko Alona. APPROACHES TO DEFINING THE ESSENCE OF DIGITAL STRATEGIC PARTNERSHIP

In modern conditions of a transformational economy, the processes of forming partnerships are especially relevant, based on the construction of the concept of digital strategic partnership, which opens up new competitive opportunities in the search for rational behavior of economic microsystems. The article identifies three main stages of globalization and the place of digitalization of all processes of social life. The studied features of the development of digital strategic partnerships made it possible to highlight the prerequisites for creating digital strategic partnerships and the main factors influencing their development: economic, political, social, technical and cultural factors. The controversy of scientific views on the definition of the essence of the concept of "strategic partnership" is considered, two main approaches to the definition of the essence of the concept of "strategic partnership" are highlighted – according to the goals of creation and levels of economic relations. According to the goal of creating strategic partnerships, it identifies such classification features as: partnership as an agreement, partnership as a model of competition, partnership as a relational model, partnership as an international alliance of enterprises. According to the levels of economic development, strategic partnerships are distinguished at the macro level, at the meso level and at the micro level. The author presents the definition of the term "Digital Strategic Partnership" as a set of parties (enterprises) to achieve a certain strategic goal, in particular to increase efficiency, which implies the creation of a common system of values and processes based on the use of resources, and partner competencies based on a single digital platform for business organizations. The basic concepts that reveal the essence of digital strategic partnership are revealed – cooperation, agreement, interaction, integration, partnership, strategy. In the new digital economy, digital strategic partnerships enable businesses to gain new competency benefits by gaining a single, open information network of access to partner resources, including markets, technology, capital, and human resources.

Keywords: globalization, partnership, strategic partnership, digital strategic partnership.

Постановка проблеми. Останні роки світовий ринок перенасичений пропозицією і високою конкурентністю. Унаслідок глобальної цифровізації сучасні умови розвитку всіх організаційно-економічних процесів характеризуються високим рівнем турбулентності в усіх сферах діяльності. За цих умов ефективність діяльності підприємств не повинна обмежуватися лише вдосконаленням власних процесів і систем. Побудова та

організація всіх процесів спрямовані на пошук дієвих засобів виживання і розвитку, заснованих на впровадженні нових методів конкурентної поведінки. Конкурентоздатна модель діяльності та організації бізнесу формується у зародженні і поступовому теоретико-методологічному розвитку концепції цифрового стратегічного партнерства і відкриває нові можливості в пошуку раціональної поведінки економічних мікросистем.

Досить тривалий час поняття «цифрове стратегічне партнерство» займає важливе місце у науково-практичних процесах міжнародного і національного співробітництва та характеризується багатоаспектністю і комплексністю. Однак на мікрорівні цифрове стратегічне партнерство як інструмент ефективної конкурентної моделі соціально-економічної політики підприємств як у світовій практиці, так і вітчизняній науці не отримало належного розвитку. Це зумовлює важливість та актуальність дослідження теоретичних засад формування цифрових стратегічних партнерств підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам формування, розвитку та регулювання стратегічних партнерств присвячено багато робіт закордонних та вітчизняних учених, серед яких: В.Д. Базилевич, В.Г. Герасимчук, О.М. Гребешкова, М.О. Данилюк, І.М. Данилюк-Черних, А.В. Єрмолаєв, І.І. Жовква, Н.О. Крихівська, Б.О. Парахонський, О.О. Резнікова, Н.М. Ракутина, Г.О. Селезнєва, І.В. Токмакова, Л. Чекаленко, Г.М. Яворська та ін. Однак жодний науковець не розкриває поняття, сутність та особливості формування цифрових стратегічних партнерств. Водночас питання природи й ефективності функціонування різних форм цифрового стратегічного партнерства підприємств набувають практичної і наукової актуальності.

Мета статті. Метою статті є формування сутності етіології цифрового стратегічного партнерства як економічної категорії.

Виклад матеріалу дослідження та його основні результати. Світовий досвід створення і розвитку моделі конкурентної поведінки шляхом партнерства підприємств та установ свідчить про широкі можливості і значні переваги використання додаткових компетентностей у сучасних соціально-політичних і техніко-економічних умовах світових, регіональних, національних і місцевих ринків. В умовах трансформаційної економіки особливу актуальність представляють процеси формування стосунків довгострокової і стратегічно важливої співпраці між підприємствами та організаціями різних типів і бізнес-профілів.

Передумовами виникнення і поширення створення стратегічних партнерств є глобалізація всіх соціально-економічних процесів.

Глобалізація (від лат. globe – Земна куля) – це всеохоплюючий процес трансформації світового співтовариства у відкриту цілісну систему інформаційно-технологічних, фінансово-економічних, суспільно-політичних, соціально-культурних взаємозалежностей і взаємозв'язків [1, с. 126]. Тобто у загальному розумінні глобалізація збільшує взаємозалежність країн світу внаслідок тісної інтеграції всіх макроекономічних ринків, процесів виробництва і симбіозу капіталів, поширення торгівлі і послуг, активної світової міграції людей, логістизації інформаційних та фінансових потоків за межі національних просторів.

Поняття глобалізації виникло у 1960-х роках, але введено у світовий науковий лексикон у середині 1980-х років, а у вітчизняний – на початку 1990-х років. При цьому термін «глобалізація» швидко отримав широке поширення серед науковців і практиків. Глобалізація – поняття багатогранне, воно включає не лише економічну, а й неекономічні сфери: міжнародну культурну, науково-технічну, екологічну співпрацю, міжнародний туризм, соціальні мережі, єдині цифрові платформи, інформаційну мережу Internet та ін.

У вітчизняних та світових літературних джерелах виділяють три основні етапи розвитку глобалізації, які зумовлені переважно економічними передумовами [15; 21]:

1) з 1870 по 1920 р. – одночасно із соціально-географічними, політичними проблемами виникають і економічні. У цей період активізувалися експортно-імпорتنі операції, поширилися іноземні інвестиції. Ці зміни зумовлені міграцією населення, а саме переселенням частини населення з Європи до країн Нового світу, а також з Індії і Китаю в сусідні країни, де щільність населення значно нижча, а рівень життя краще. Але світові війни ХХ ст. пригальмували процеси масової міграції і, як наслідок, глобалізації соціально-економічного простору;

2) із 1960-х до 1980-х років почався новий виток розвитку глобалізації. Цей період став розквітом глобалізації у розвинутих країнах і позначився стрімким розвитком торговельних, фінансових і інвестиційних потоків між Європою, Японією, Північною Америкою. Цей етап загострив соціально-економічний та науково-технічний розрив між розвиненими країнами і країнами, що розвиваються. Водночас розвиток соціально-економічних зв'язків стає підґрунтям для ідеї створення єдиного інформаційного простору і відкритості;

3) з 1990-х років – дотепер. Цей період зумовлений, унаслідок необхідності створення єдиних інформаційних платформ, розвитком нових науково-технічних можливостей, що забезпечили:

– розвиток логістизації всіх потокових процесів, що сприяв зниженню вартості міжнародних перевезень, зв'язку і фінансових розрахунків. Це зумовило територіальну оптимізацію розміщення процесів виробництва в інших країнах;

– державні послаблення обмежень на імпорتنі квоти, імпорту товарів та ін. Усе це сприяло розширенню кола учасників глобалізації, розвитку партнерства між державами. Водночас країни, які не стали учасниками процесів глобалізації і партнерства, понизили темпи економічного зростання.

Окрім цього, глобалізаційні процеси сьогодні набирають швидкі оберти розвитку внаслідок цифровізації всього суспільного та економічного життя.

Сучасний розвиток усіх ланок життєдіяльності суспільства характеризується високим рівнем інтелектуалізації процесів, а саме виведен-

ням знань, навичок і здібностей на п'єдестальне місце. Інтелектуальний капітал виступає рушійною силою розвитку штучного інтелекту.

Доцільно відзначити, що на процеси глобалізації впливають не лише економічні передумови. Істотний вплив мають також і такі чинники:

1) політичні (переформатування режимів управління державою, зміна біполярного світу до монополярного, переорієнтація ринків, перегляд демократичних цінностей і норм та ін.);

2) соціальні (міграція, зміни структури населення, переформатування попиту людства);

3) технічні (розвиток науково-технічних сфер діяльності, широке використання штучного інтелекту, створення єдиних цифрових просторів);

4) культурні (інтернаціоналізація цінностей і життєвих стратегій поведінки, поширення культурних ідеологій і мотивацій та ін.).

Таким чином, з погляду бізнесу й економічної ситуації глобалізація характеризується створенням загального світового економічного простору, який неможливо здійснити без установлення довгострокових взаємозв'язків і співпраці на партнерських началах. Усі ці передумови розвитку процесів глобалізації призвели до конвергенції всіх сфер діяльності, трансформації форм організації бізнес-процесів на засадах створення цифрових стратегічних партнерств.

Для того щоб сформувавши концептуальне розуміння сутності цифрового стратегічного партнерства, доцільно розкласти дану категорію на основні її складники, а саме: стратегія, партнерство, стратегічне партнерство і цифровізація.

Стратегія – це якісно визначений довгостроковий напрям розвитку підприємства. Стратегію підприємства розглядають як систематичний план його потенційної поведінки, що включає формування місії, довгострокових цілей, а також шляхів і правил прийняття рішень для найбільш ефективного використання стратегічних ресурсів, сильних сторін і можливостей, усунення слабких сторін та захист від загроз зовнішнього середовища задля майбутньої прибутковості [3].

Слово «партнерство» запозичене із середини XIX ст. у значенні учасника по відношенню до іншого учасника виступу, танцю, ігор. У другій половині XX ст. придбаває економічне значення: діловий партнер, торговий партнер, учасник спільної діяльності.

Етимологія слова «партнерство» – французьке *partenaire*, англійське *partner*, однокорінне слово *partener* – співпадкоємець від *portion* – частка, частина, порція, *partition* – розділення, розподіл. Партнер – той, із ким розділяю, співуспадкував справу.

Згідно з документами ООН, партнерство є добровільним і заснованим на співпраці взаємовідношенням між різними суб'єктами, домовленості і спільні зусилля яких спрямовані на досягнення спільної мети або виконання пев-

ного завдання на засадах загальної відповідальності, ресурсозабезпечення, знань і навичок.

Формування стратегічних партнерств зумовлене їх трансформацією внаслідок розвитку цифровізації.

Цифровізація трактується як процес упродовження результатів трансформаційних ефектів нових технологій загального призначення у сфері комунікації та інформації, які позначаються на всіх сферах господарської, економічної та соціальної діяльності.

Дослідження етимології поняття «стратегічне партнерство» досить широко розглянуто в економічній літературі. Науковцями виділено декілька підходів до розуміння сутності цього поняття.

У загальному розумінні більшість авторів під стратегічним партнерством розуміє певний формат взаємодії установ або соціально-економічних організацій, що передбачає створення між партнерами спільних цінностей, компетентностей і розподіл набутих результатів сумісної діяльності. Цей підхід ґрунтується на укладенні певної угоди про співпрацю.

Так, О.М. Гребешкова, Г.О. Селезньова, Г.В. Махова, ґрунтуючись на цьому розумінні сутності стратегічного партнерства, під стратегічним партнерством розуміють модель розвитку підприємства шляхом залучення та використання здатностей і знань сторонніх організацій задля досягнення стратегічних цілей та набуття, зміцнення конкурентних переваг [4; 12].

І.І. Жовква розглядає поняття «стратегічне партнерство» як співпрацю між державами на макрорівні. Стратегічне партнерство – це особливий інструмент зовнішньої політики держави, за допомогою якого вона узгоджує свої дії на міжнародній арені з іншими державами; збіг стратегічних національних інтересів держав-партнерів сприяє міждержавному співробітництву. У системі міжнародних відносин стратегічне партнерство займає важливе місце [7].

Із цим трактуванням можна погодитися, оскільки стратегічне партнерство дійсно є ефективним і перспективним напрямом взаємодії. Але об'єднання проти спільної загрози або з метою співробітництва однієї зі сфер діяльності, на нашу думку, може бути однією з форм стратегічного партнерства, оскільки стратегічне партнерство може носити не лише глобальний характер, а й охоплювати окремі локальні сфери діяльності суб'єктів інтегрування.

Більшість науковців розглядає стратегічне партнерство як співробітництво і об'єднання на глобальному, міждержавному рівні, а саме як систему взаємодії декількох держав, яка ґрунтується на визнанні спільних цінностей, високому рівні співробітництва, обопільній зовнішньополітичній підтримці. Яскравим прикладом такого співробітництва є міжнародні організації, діяльність яких спрямована на узгодження позицій держав у кризових ситуаціях та вирішення міжнародних конфліктів [6].

Стратегічне партнерство передбачає прагматичну співпрацю щодо реалізації масштабних міждержавних проєктів у різних сферах спільної діяльності, зокрема торговельно-економічній, виробничій, транспортно-інфраструктурній, туристичній, політичній, безпековій та ін.

Дуже лаконічно і чітко дефініцію стратегічного партнерства на міждержавному рівні наводять Б. Парахонський та Г. Яворська. На їхню думку, стратегічне партнерство доцільно розглядати як тип міждержавних відносин для реалізації спільних стратегічних завдань, інтересів та цілей. При цьому на відміну від інших союзницьких відносин стратегічне партнерство не передбачає жорсткої системи зобов'язань економічного, політичного, безпекового або гуманітарного характеру [6].

Стратегічне партнерство носить не лише глобальний характер. Об'єднання може бути держав, регіонів, сфер діяльності й окремих підприємств. Основним критерієм такого об'єднання повинно бути досягнення спільних стратегічних цілей і комплексу організаційно-економічних або соціальних завдань.

На регіональному рівні Н.М. Ракутина вважає, що стратегічне партнерство є довгостроковою, перспективною, добровільною і взаємовигідною співпрацею, яка ґрунтується на об'єднанні ресурсів, знань, навичок, здібностей і компетенцій його суб'єктів, забезпечує ефективність діяльності суб'єктів партнерства і сталий соціально-економічний ефективний розвиток регіону [11].

Треба відзначити, що досягнення ефективності та стабільного соціально-економічного розвитку регіону є основною метою об'єднання та партнерства. Але досягнення поставленої мети залежить від реалізації механізму інтеграції.

На рівні підприємства стратегічне партнерство означає співпрацю певної компанії з потужнішою і більшою у фінансовому відношенні компанією, яка може забезпечити ресурси для досягнення її економічних та стратегічних цілей [2].

Однак стратегічне партнерство не завжди передбачає об'єднання з більш потужнішим партнером. На нашу думку, стратегічне партнерство передбачає інтеграцію підприємств на взаємовигідних умовах.

Л. Чекаленко вважає, що на відміну від інших видів співробітництва стратегічне партнерство є вищою сходинкою партнерства. Основною метою поглиблення співпраці і створення таких партнерств є прагнення до динамічного зростання експортно-імпорتنих операцій, рівня соціально-економічної захищеності населення та інших чинників розвитку. При цьому між партнерами існує повага до територіальної цілісності і недоторканості кордонів. Такі партнерські стосунки можуть бути у партнерів зі схожими цінностями і національними інтересами, історичним корінням, які визнають очевидність і необхідність тенденції [14]. Даний підхід можна охарактеризувати як створення

реляційної моделі на засадах спільних цінностей і інтересів.

Деякі автори розкривають дефініцію стратегічного партнерства як спосіб досягнення партнерами спільної стратегічної мети, виконання системи завдань для реалізації розробленої конкурентної стратегії, тобто як модель конкурентної поведінки.

І.В. Токмакова вважає, що стратегічне партнерство – це система довгострокових, добровільних і взаємовідповідальних відносин інтеграційного характеру між учасниками соціально-економічної сфери діяльності, які виникають у процесі розподілу, створення, обміну і споживання економічного продукту. Стратегічне партнерство спрямоване на досягнення стратегічних цілей, на отримання для всіх учасників партнерства у результаті взаємодії синергетичного ефекту [13].

Доцільно відзначити, що не кожна інтеграція підприємств забезпечує отримання синергетичного ефекту. Синергія – це головна бажана мета будь-якого об'єднання, яка не завжди реалізується.

М.О. Данилюк, І.М. Данилюк-Черних розуміють сутність стратегічного партнерства для суб'єктів господарювання як систему взаємодії без жорстких зобов'язань. За їх твердженням, стратегічне партнерство повинно базуватися на взаємопідтримці, визнанні спільних інтересів [5]. Стратегічне партнерство може бути спрямоване не лише на реалізацію соціальних програм, а й носити прагматичний характер, наприклад реалізація спільних науково-технічних проєктів, створення єдиного інформаційного простору, фінансової системи тощо.

На думку Н.О. Крихівської, стратегічне партнерство варто розглядати як сукупність договірних економічних відносин на добровільних засадах щодо реалізації певної діяльності. При цьому партнерство має бути організовано на основі об'єднання або перерозподілу ресурсів, ризиків і відповідальності для зміцнення і захисту своїх конкурентних позицій, а також забезпечення ефективного результату господарювання на досліджуваному ринку [9, с. 4].

Існує наукове сприйняття стратегічних партнерств як стратегічного альянсу. Наприклад, С.М. Калюгіна вважає, що це форма довготривалого стійкого співробітництва кількох підприємств, орієнтованих на створення спільних виробничих структур для реалізації маркетингових і торгових програм [8].

Однозначного розуміння терміна «стратегічне партнерство», тобто його офіційного визначення, у світовій практиці не існує. Однак дослідження сутності дефініції стратегічного партнерства дало змогу сформулювати основні підходи до його визначення, які представлено у табл. 1, зокрема:

За метою створення:

1) Стратегічне партнерство як угода – формування єдиної організаційно-правової форми партнерства підприємств.

2) Стратегічне партнерство як конкурентна модель – створення стратегічного партнерства для досягнення сторонами спільної стратегічної мети і реалізації завдань.

3) Стратегічне партнерство як реляційна модель спрямована на створення спільних цінностей і взаємовідносин на засадах налагодження і підтримки довірчих довгострокових стосунків з іншими учасниками ринку.

4) Стратегічне партнерство як міжнародний альянс підприємств на засадах вибудовування міжнародних соціально-економічних відносин – здебільшого для проникнення на нові географічні і галузеві ринки.

За рівнями економічного розвитку:

1) макрорівень (стратегічне партнерство різних країн-держав);

2) мезорівень (регіональне стратегічне партнерство);

3) макрорівень (стратегічне партнерство підприємств).

На нашу думку, стратегічне партнерство підприємств – це певний формат взаємодії (угоди) двох або декількох сторін (підприємств) для досягнення ними стратегічних цілей, зміцнення конкурентних переваг, що передбачає створення єдиної системи цінностей і процесів на основі використання ресурсів і компетенцій партнерів.

Вищеведене дослідження сутності категорій цифровізації і стратегічного партнерства дало змогу сформулювати поняття «цифрове стратегічне партнерство».

Отже, цифрове стратегічне партнерство – це об'єднання сторін взаємодії (підприємств) для досягнення певної стратегічної мети, зокрема підвищення ефективності діяльності, що передбачає створення спільної системи цінності і процесів на основі використання ресурсів і компетенцій партнерів на засадах створення єдиної цифрової платформи організації бізнесу.

Побудова єдиної цифрової платформи може бути організована на основі створення єдиного інтерфейсу, сайту, організаційно-економічної систем обліку й управління на підприємстві. Тобто цифрове стратегічне партнерство передбачає створення та організацію єдиної цифрової мережі підприємств, що об'єднуються.

У новій цифровій економіці цифрові стратегічні партнерства дають можливість бізнесу отримати конкурентоздатну перевагу за рахунок отримання єдиного відкритого інформаційного мережевого доступу до ресурсів партнерів, включаючи ринки, технології, капітал і людські ресурси.

Об'єднання з іншими компаніями дає додаткові ресурси, даючи змогу учасникам рости і розширяться швидше й ефективніше. Особливо

Таблиця 1

Підходи до визначення сутності поняття «стратегічне партнерство»

№ з/п	Ознака прояву природи партнерства	Підхід до визначення партнерства	Ключова позиція	Автор
За метою створення партнерства				
1	Організаційно-правова форма взаємодії підприємств	<i>Партнерство як угода</i>	Укладення договору про співпрацю на взаємовигідних умовах	О.М. Гребешкова [15], Г.В. Махова [15], Г.О. Селезньова [16]
2	Спосіб досягнення партнерами спільних стратегічних цілей	<i>Партнерство як конкурентна модель</i>	Отримання конкурентних переваг над іншими підприємствами на даному ринку	І.В. Токмакова [16], М.О. Данилюк [15], Н.О. Крихівська [15], І.М. Данилюк-Черних [15]
3	Форма налагодження і підтримки довірчих довгострокових стосунків з іншими учасниками ринку	<i>Партнерство як реляційна модель</i>	Встановлення партнерських стосунків з іншими учасниками ринку з метою усунення небезпечних ситуацій і форс-мажорних обставин	Л. Чекаленко [16]
4	Формат вибудовування міжнародних економічних відносин і спосіб проникнення на нові географічні та галузеві ринки	<i>Партнерство як міжнародний альянс підприємств</i>	Встановлення міжнародних економічних відносин і проникнення на нові географічні ринки	С.М. Калюгіна [15], О.М. Полякова [16], А.В. Душенко [16]
За рівнями економічного розвитку				
1	Створення партнерств між державами на глобальних ринках	<i>Партнерство на макрорівні</i>	Інструмент зовнішньої політики держави	І.І. Жовква [15], Б. Парахонський [15], Г. Яворська [15]
2	Створення партнерств на регіональних ринках серед окремих сфер діяльності	<i>Партнерство на мезорівні</i>	Отримання конкурентних переваг у даному сегменті ринку	Н.М. Ракутина [16]
3	Створення партнерств на рівні підприємств	<i>Партнерство на мікрорівні</i>		А.В. Єрмолаєв [15], Б.О. Парахонський [15], Г.М. Яворська [15]

Джерело: розроблено автором



Рис. 1. Основні поняття, що розкривають сутність цифрового стратегічного партнерства

Джерело: складено автором на основі [3; 15; 16; 18; 19]

схильні до партнерств швидкозрослі компанії з метою розширити свої технічні та операційні можливості. Об'єднуючись, вони економлять час і підвищують продуктивність, не витрачаючи свої власні ресурси. Таким чином, вони дістають можливість сконцентруватися на інноваціях і своєму основному бізнесі.

Отже, серед основних передумов створення цифрових стратегічних партнерств можна виділити такі: поширення процесів глобалізації; зміни природи конкуренції; посилення інформаційного та інтелектуального складників економічної діяльності; стрімкий розвиток науково-технічного прогресу; трансформація форм підприємств і компаній (інтеграція, формування мережевих організацій); конвергенція різних галузей і т. д.

Визначення «цифрове стратегічне партнерство» можна розглянути з погляду значення слів, що входять до нього, і тісно пов'язаних із ним понять: «співпраця», «угода», «взаємодія», «інтеграція», «партнерство», «стратегія» (рис. 1).

Висновки. Цифрове стратегічне партнерство у даному контексті слід розглядати як універсальну форму взаємодії суб'єктів підприємництва у будь-якій сфері діяльності. Рушійною силою такої взаємодії є соціально-економічні інтереси учасників партнерства, а метою взаємодії – реалізація цих інтересів. При цьому обмежувальною умовою є збереження і підтримка стабільного рівня соціально-економічного розвитку учасників партнерства.

Наповнення цифрового стратегічного партнерства конкретним змістом відбувається залежно від специфіки цілей та завдань, що вирішуються за його допомогою. Для відносин цифрового стратегічного партнерства необхідне визначення головних напрямів і цілей взаємодії, засобів їх досягнення, формування платформ організації бізнесу, планування етапів реалізації об'єднання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Базилевич В.Д. Ринкова економіка: основні поняття і категорії : навчальний посібник ; 2-е вид., стер. Київ : Знання, 2008. 263 с.
2. Герасимчук В.Г. Стратегічне партнерство: принципи, інструментарій, ефективність. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2014. URL: <http://economy.kpi.ua/uk/node/616>
3. Готь О.Я., Бондаренко С.М. Стратегія підприємства як чинник його конкурентоспроможності. *Ефективна економіка*. 2017. Вип. 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5660>
4. Гребешкова О.М., Махова Г.В. Проєктний підхід до формування стратегічних партнерств підприємств. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки»*. 2009. Вип. 22. Ч. 1. С. 23–27.
5. Данилюк М.О., Крихівська Н.О., Данилюк-Черних І.М. Стратегічне партнерство суб'єктів господарювання з позицій поведінкової економіки. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2020. Вип. 29. С. 41–46.
6. Європейський проєкт та Україна : монографія / А.В. Єрмолаєв та ін. Київ : НІСД, 2012. 192 с.
7. Жовква І.І. Моделі стратегічного партнерства. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2003. Вип. 41. Ч. II. С. 32–38.
8. Калюгіна Н. Стратегические социальные альянсы промышленных предприятий и влияние на развитие соци-

- альной ответственности российского бизнеса. *Российское предпринимательство*. 2011. Вып. 2(10). С. 11–23.
9. Крихівська Н.О. Формування стратегічних партнерських відносин між виробничими, освітніми та науковими структурами у нафтогазовому комплексі : автореф. дис. ... к.е.н. : 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Івано-Франківськ, 2019. 20 с.
 10. Полякова О.М., Душенко А.В. Особливості розвитку стратегічних альянсів і партнерств на залізничному транспорті України. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2019. Вип. 66. С. 37–45.
 11. Ракутина Н.М. Стратегическое партнерство в региональном малом бизнесе. URL: <http://www.egpu.ru/lib/elib/Data/Content/128867578325689541/Default.aspx>
 12. Селезньова Г.О. Особливості стратегічних партнерств у сучасних умовах господарювання. *Економіка і суспільство*. 2019. Вип. 20. С. 372–376.
 13. Токмакова І.В. Сутність стратегічного партнерства на залізничному транспорті. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2013. Вип. 41. С. 130–133.
 14. Чекаленко Л. Зовнішня політика України : підручник. Київ : Либідь, 2006. 355 с.
 15. Юськів Б.М. Глобалізація і трудова міграція в Європі : монографія. Рівне : О.М. Зень, 2009. 476 с.
 16. Угода. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Угода>
 17. Партнерство. URL: <https://slovnuk.ua/index.php?sword=партнерство>
 18. Взаємодія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Взаємодія>
 19. Співпраця. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Співпраця>
 20. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English / Sixth Edition ; ed. by Sally Wehmeier. Oxford : University Press, 2000. 1540 p.
 21. Що значить глобалізація? Як зрозуміти слово «глобалізація»? Сенс. URL: <https://uk.lacometa.com/vase-with-his-hands/what-does-globalization-mean-in-short-how-to-understand-the-word-globalization-meaning>
 6. Yermolayev A.V., Parakhons'kyu B.O., Yavors'ka H.M., Reznikova O.O. (2012) Yevropeys'kyu proekt ta Ukrayina: monohrafiya [European project and Ukraine: monograph]. Kyiv: NISI. (in Ukrainian)
 7. Zhovkva I.I. (2003) Modeli stratehichnoho partnerstva. Aktual'ni problemy mizhnarodnykh vidnosyn [Strategic partnership models. Current issues of international relations]. *Taras Shevchenko National University of Kyiv, Institute of International Relations*, vol. 41, part II, pp. 32–38. (in Ukrainian)
 8. Kalyuhyna N. (2011) Stratehicheskye sotsyal'nye al'yansy promyshlennykh predpryyaty u vlyyanye na razvytye sotsyal'noy otvetstvennosti rossyyskoho byznesa [Strategic social alliances of industrial enterprises and the impact on the development of social responsibility of Russian business]. *Russian entrepreneurship*, vol. 2(10), pp. 11–23. (Russian)
 9. Krykhivs'ka N.O. (2019) Formuvannya stratehichnykh partners'kykh vidnosyn mizh vyrobnychymy, osvitynymy ta naukovymy strukturamy u naftohazovomu kompleksi: avtoref. [Formation of strategic partnerships between production, educational and scientific structures in the oil and gas complex] author's ref. dis. at the request of scientists. degree of Ph.D.: 08.00.04 – economics and management of enterprises (by type of economic activity). Ivano-Frankivsk. (in Ukrainian)
 10. Polyakova O.M., Dushenko A.V. (2019) Osoblyvosti rozvytku stratehichnykh al'yansiv i partnerstv na zaliznychnomu transporti Ukrayiny [Features of the development of strategic alliances and partnerships in the railway transport of Ukraine]. *Bulletin of Transport Economics and Industry*, vol. 66, pp. 37–45. (in Ukrainian)
 11. Rakutyna N.M. Stratehicheske partnerstvo v rehyonal'nom malom byznese [Strategic partnership in regional small business]. Available at: <http://www.egpu.ru/lib/elib/Data/Content/128867578325689541/Default.aspx> (in Ukrainian)
 12. Selez'nova H.O. (2019) Osoblyvosti stratehichnykh partnerstv u suchasnykh umovakh hospodaryuvannya [Features of strategic partnerships in modern business conditions]. *Economy and society*, vol. 20, pp. 372–376. (in Ukrainian)
 13. Tokmakova I.V. (2013) Sutnist' stratehichnoho partnerstva na zaliznychnomu transporti [The essence of strategic partnership in railway transport]. *Bulletin of Transport Economics and Industry*, vol. 41, pp. 130–133. (in Ukrainian)
 14. Yuskov B.M. (2009) Hlobalizatsiya i trudova mihratsiya v Yevropi [Globalization and labor migration in Europe]: monograph. Rivne: Publisher O.M. Zen. (in Ukrainian)
 15. Chekalenko L. (2006). Zovnishnya polityka Ukrayiny: pidruchnyk dlya studentiv vyshchykh navchalnykh zakladiv [Foreign policy of Ukraine: a textbook for university students]. Kyiv: Lybid. (in Ukrainian)
 16. Uhoda [Agreement]. Available at: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Uhoda>
 17. Partnerstvo [Partnership]. Available at: <https://slovnuk.ua/index.php?sword=partnerstvo> (in Ukrainian)
 18. Vzayemodiya [Interaction]. Available at: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Vzayemodiya> (in Ukrainian)
 19. Spivpratsya [Cooperation] Available at: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Spivpratsya> (in Ukrainian)
 20. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English / Sixth Edition; ed. by Sally Wehmeier (2000). Oxford: University Press, p. 1540.
 21. Shcho znachyt' hlobalizatsiya, korotko? Yak zrozumity slovo hlobalizatsiya? Sens [What does globalization mean, in short? how to understand the word globalization? Sense]. Available at: <https://en.lacometa.com/vase-with-his-hands/what-does-globalization-mean-in-short-how-to-understand-the-word-globalization-meaning> (in Ukrainian)

REFERENCES:

1. Bazylevych V.D. (2008) Rynkova ekonomika: osnovni ponyattya i katehoriyi: navch. posib. [Market economy: basic concepts and categories: textbook. allowance]. 2-he vyd., ster. Kyiv: Znannya (Vyshcha osvita XXI stolittya), 263 p. (in Ukrainian)
2. Herasymchuk V.H. (2014) Stratehichne partnerstvo: pryntsyipy, instrumentariy, efektyvnist' [Strategic partnership: principles, tools, efficiency]. *Economic Bulletin of NTUU «KPI»*. Available at: <http://economy.kpi.ua/uk/node/616> (in Ukrainian)
3. Hot' O.Ya., Bondarenko S.M. (2017) Stratehiya pidpryyemstva yak chynnyk yoho konkurentospromozhnosti [Strategic partnership: principles, tools, efficiency]. *Efficient economy*, vol. 6. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5660> (in Ukrainian)
4. Hrebeshkova O.M., Mahova G.V. (2009) Proektnyy pidkhid do formuvannya stratehichnykh partnerstv pidpryyemstv [Project approach to the formation of strategic partnerships of enterprises] *Collection of scientific works of Cherkasy State University. Series: Economic Sciences*, vol. 22, part 1, pp. 23–27. (in Ukrainian)
5. Danylyuk M.O., Krykhivs'ka N.O., Danylyuk-Chernykh I.M. (2020) Stratehichne partnerstvo sub'yektiv hospodaryuvannya z pozytsiy povedinkovoyi ekonomiky [Strategic partnership of business entities from the standpoint of behavioral economics]. *Scientific Bulletin of Uzhgorod National University*, vol. 29, pp. 41–46.

Стаття надійшла до редакції 14.11.2021.
The article was received 14 November 2021.