

УДК 005.56

DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2020-29-8>

**Данилюк М. О.**

*доктор економічних наук, професор,  
професор кафедри прикладної економіки*

*Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу*

**Крихівська Н. О.**

*кандидат економічних наук,  
асистент кафедри фінансів*

*Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу*

**Данилюк-Черних І. М.**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри фінансів*

*Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу*

**Danyiuk Mykola**

*Doctor of Economic Sciences, Professor,  
Professor of Applied Economics Department*

*Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas*

**Krykhivska Natalia**

*PhD, Assistant of Finance Department*

*Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas*

**Danyiuk-Chernykh Iryna**

*PhD, Associate Professor of Finance Department*

*Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas*

## **СТРАТЕГІЧНЕ ПАРТНЕРСТВО СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ З ПОЗИЦІЙ ПОВЕДІНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

**Анотація.** У статті розкрито сутність стратегічного партнерства суб'єктів господарювання та обґрунтовано потребу його дослідження із позицій поведінкової економіки. Висвітлено основні підходи до трактування поняття «поведінкова економіка», яке характеризується багатовекторністю та розмаїттям варіантів сутнісного змісту. Запропонована інтерпретація концептуального підходу до відображення сутності стратегічного партнерства, що підтверджує наявність взаємозв'язку між економічною поведінкою суб'єктів господарювання та результатами стратегічних партнерських відносин. Встановлено вплив найбільш вагомих поведінкових патернів працівників вітчизняних підприємств на формування стратегічного партнерства. Виокремлено основні переваги стратегічного партнерства як особливої форми співпраці.

**Ключові слова:** стратегічне партнерство, інтеграція, поведінкова економіка, суб'єкти господарювання, концептуальний підхід, поведінкові патерни.

**Вступ та постановка проблеми.** У нинішніх умовах глобалізації та швидкого поширення інформаційних і мережевих технологій виникає потреба перегляду та вдосконалення інтеграційних процесів як внутрішнього, так і зовнішнього спрямування. Ускладнення ділового середовища для виконання управлінських бізнес-функцій підприємств вимагає перегляду усталених відносин між усіма учасниками зацікавлених сторін у довгостроковій перспективі. Це можна аргументувати тим, що тривалість «життя» не тільки у фінансовому секторі, але й для підприємств та корпорацій реального сектору економіки має тенденцію до зниження. На наш погляд, поглиблення глобальної та регіональної конкуренції, загострення протиріч за ринки збуту та природні ресурси, з одного боку, створюють додаткові виклики, а з іншого – водночас створюють можливості для появи нових конфігурацій взаємовигідного інтеграційного співробітництва. Однією із форм такої співпраці може бути «стратегічне партнерство».

Аналіз останніх досліджень. Наукові дослідження та реальні ділового світу підтверджують важливу роль партнерства. Однак, незважаючи на досить широке коло досліджень категорії «стратегічне партнерство», вона й досі здебільшого розглядається як один із важливих інструментів зовнішньої політики будь-якої держави. При цьому стратегічне партнерство в міжнародних відносинах на перших порах трактували як довгострокове взаємовигідне співробітництво рівноправних суб'єктів міжнародних зв'язків для вирішення важливих завдань або як партнерство, орієнтоване на розв'язання перспективних масштабних проблем. У процесі змін появилися нові напрями міждержавної взаємодії, які внесли корективи у зміст стратегічного партнерства. Так, на думку І. Жовкви [1], стратегічне партнерство виступає як особливий інструмент зовнішньої політики держави, з використанням якого вона узгоджує свої дії на міжнародній арені з іншими державами; взаємодія у використанні цього інструмента та збіг стратегічних національних інтересів двох чи більше держав у декількох сферах приводять до виникнення між ними особливого виду міждержавного співробітництва.

Л. Чекаленко [2] вважає, що стратегічне партнерство є вищою сходинкою співробітництва порівняно зі звичайними відносинами між тими партнерами, які не мають взаємних територіальних претензій, натомість наявна взаємна прихильність до принципів територіальної недоторканності і непорушності кордонів. Це відносини партнерів, які мають схожі цінності і спільне коріння, національні інтереси, які визнають очевидність і необхідність тенденції динамічного зростання двостороннього товарообороту, поглиблення співпраці.

Автори наукової праці [3] стратегічне партнерство розглядають як систему взаємодії двох або кількох держав, яка ґрунтується на визнанні спільних цінностей та/або їх бачення, високому рівні співробітництва у визначених сферах, обопільній зовнішньополітичній підтримці, зокрема, в межах міжнародних організацій, узгодженні позицій у кризових ситуаціях та під час вирішення міжнародних конфліктів.

На регіональному рівні стратегічне партнерство є довгостроковою добровільною і взаємовигідною співпрацею, яка ґрунтується на об'єднанні ресурсів, компетенцій, знань і здібностей його суб'єктів, сприяє досягненню максимально ефективної діяльності суб'єктів партнерства і забезпечує стабільний соціально-економічний розвиток регіону [4].

Можна підсумувати, що поняття «стратегічне партнерство» вже тривалий час займає важливе місце у практичних процесах міжнародного співробітництва та харак-

теризується комплексністю і багатогранністю. Однак на мікрорівні, особливо для вітчизняної практики, стратегічне партнерство як інструмент соціально-економічної політики підприємств не отримало належного розвитку. Зазначимо, що наповнені змістом і реально використовуються у вітчизняній практиці такі категорії, як «стратегія підприємства», «стратегічне планування», «стратегічне управління», чого не можна сказати про «стратегічне партнерство». У зв'язку з цим дослідження теоретичних засад «стратегічного партнерства» на мікрорівні є досить важливим. Тим більше що за прогнозами фахівців у найближчі роки більшість іноземних інновацій здійснюватиметься саме завдяки укладанню договорів про стратегічне партнерство з вітчизняними підприємствами.

У широкому розумінні стратегічне партнерство – це система взаємодії двох або більше суб'єктів господарювання, яка не передбачає жорсткої системи строго визначених зобов'язань, а базується на визнанні спільних інтересів, взаємопідтримці в урядових та неурядових організаціях, узгодженні позицій у кризових ситуаціях. У вузькому розумінні стратегічне партнерство може бути побудоване на більш прагматичних засадах – реалізації спільних науково-технічних проектів, проведенні рекламних кампаній, спільному використанні інфраструктурних комунікацій.

На думку авторки [5, с. 4], стратегічне партнерство варто розглядати як сукупність економічних відносин на добровільних договірних засадах із приводу здійснення певної діяльності на основі об'єднання чи розподілу ресурсів, відповідальності і ризиків з метою захисту та зміцнення конкурентних позицій на ринку і забезпечення позитивного результату господарювання.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Однак стратегічне партнерство не досить розглядати тільки з боку економічної вигоди партнерів. Доцільно звертати увагу і на ту сферу економіки, яка враховує вплив когнітивних, соціальних та емоційних чинників на прийняття рішень суб'єктами господарювання щодо пошуку та обґрунтування нових форм інтегрального співробітництва. У результаті виникає необхідність дослідження цих чинників під час формування стратегічних альянсів на мікрорівні.

Тому метою цієї роботи є дослідження та обґрунтування теоретичних та концептуальних основ стратегічного партнерства суб'єктів господарювання з позицій поведінкової економіки.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Основою поведінкової економіки були і залишаються вхідна інформація та результати, отримані з експериментальних досліджень. Саме методологічна відмінність поведінкової економіки від неокласичної економічної теорії полягає у застосуванні експериментальних методів, а також використанні розробок з інших суміжних соціальних дисциплін, особливо психології і соціології. Дослідження у сфері поведінкової економіки набувають усе більшої популярності та актуальності, з огляду на те, що вони дають змогу врахувати психологічні особливості, а також ірраціональну природу економічних суб'єктів у процесі прийняття економічних рішень. Водночас якщо психологи досліджують економічну психологію як вплив економіки на психіку людини, її поведінку в процесі економічної діяльності, то з погляду економістів це поняття досліджується як вплив людини, її рішень та поведінки на результати економічної діяльності.

Нині цей напрям досліджень не досить розвинутий. Причому навіть саме тлумачення поведінкової економіки характеризується багатовекторністю та розмаїттям варіантів сутнісного змісту (табл. 1).

## Дефініції поведінкової економіки

Автори	Визначення
Річард Талер	Теорія, що вивчає вплив соціальних, когнітивних та емоційних чинників на ухвалення економічних рішень окремими особами й установами та наслідки їхнього впливу на ринкові індикатори [6]
Вегера С.А.	Галузь економічної науки, що вивчає поведінкові аспекти прийняття економічних рішень, найважливішого етапу управління економічними процесами [7]
Morris Altman	Наука, яка досліджує, як ведуть себе реальні люди в реальних умовах. Вона просто додає деякі додаткові інструменти до економічного інструментарію, допомагаючи розібратися, чому люди приймають саме ті рішення, які вони приймають [8]
Ложкін Г.В., Спасніков В.В., Комаровська В.Л.	Галузь знань, яка вивчає не тільки і не стільки окремі форми економічної поведінки, це наука про взаємозв'язок духовного світу індивідів і груп із господарською активністю [9]
Бункіна М.К., Семенов А.М.	Наука, яка розкриває процес пізнання економічної реальності, який складається із сприйняття, уявлення і мислення [10]

Закономірно може виникнути запитання: чому саме стратегічне партнерство суб'єктів господарювання бажано досліджувати з позицій поведінкової економіки? На наш погляд, визнання «обмеженої раціональності» під час підготовки важливих рішень унеможливило оптимальне вирішення складних завдань стратегічного масштабу. Саме до таких завдань відноситься доцільність формування та безпечність тривалого функціонування стратегічного партнерства.

Загалом партнерство є широкою та складною категорією, яка нині не має чіткого визначення і може застосовуватися в різноманітних варіантах. Якщо слідувати відомій «теорії зацікавлених сторін», то основними контактними аудиторіями для налагодження партнерських відносин, чий інтереси впливають на діяльність підприємства, є: власники підприємства; співпрацівники підприємства; ділові партнери; місцеве співтовариство і державні інституції. Наступні дослідження будуть стосуватися ділових партнерів та акцентуватися на соціальних, емоційних та когнітивних чинниках формування моделі стратегічного партнерства.

Насамперед доцільно розглянути концептуальний підхід до відображення сутності стратегічного партнерства (рис. 1).

На наш погляд, серед великої кількості різновидів економічної поведінки не досить уваги науковці приділяють

саме стратегічній поведінці. Деякі з них розглядають цю категорію у надто вузькому аспекті. Так, на думку С. Сологуба [11], стратегічна поведінка традиційно зорієнтована лише на протидію підприємствам-конкурентам. Автори статті [12] розглядають стратегічну поведінку підприємства як комплекс оперативних-тактичних дій, спрямованих на реалізацію стратегії розвитку на засадах стійкості.

Економічну поведінку будь-якого суб'єкта-партнера слід розглядати через призму ставлення більшості його працівників до умов, змісту та соціально-економічних результатів майбутньої довготривалої партнерської співпраці для задоволення своїх потреб. Адже в сьогоденні економічному житті нашого суспільства пристосовницький тип діяльності має значно більшу питому вагу, ніж партнерський. Поведінкові патерни більшості наших співвітчизників сформовані в умовах орієнтованості більшою мірою на виживання, задоволення базових потреб, ніж на самореалізацію, якість життя завдяки толерантності, відповідальності та партнерства. Поведінка деяких партнерів може бути некорпоративною, коли суб'єкт господарювання відстоює виключно свої позиції, незважаючи на інтереси іншої сторони.

Вагомим чинником майбутньої партнерської співпраці є також така поведінкова передумова, як інертність поведінки, оскільки остання не може різко в один момент змінитися, а продовжує рухатися за своєю траєкторією.

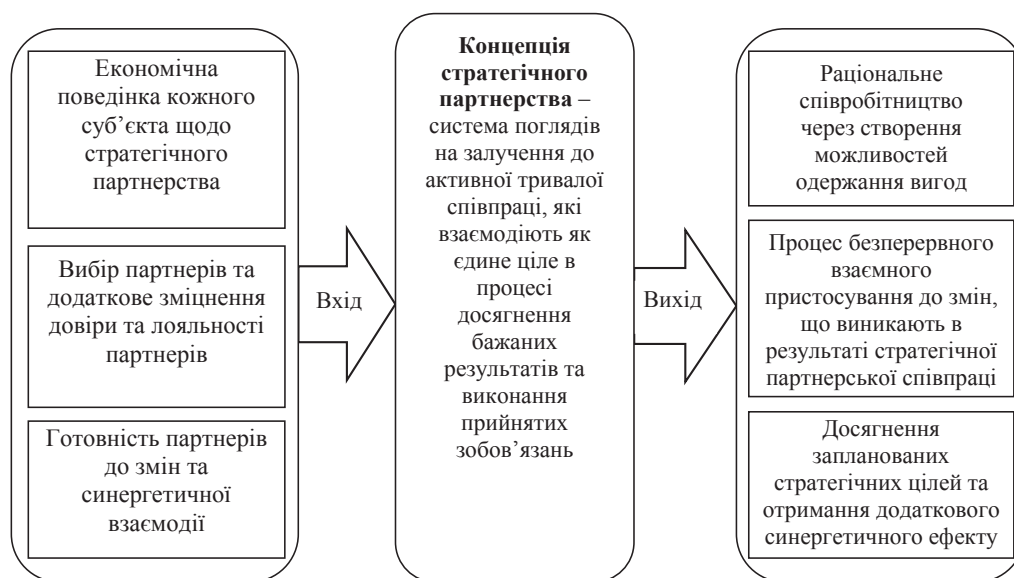


Рис. 1. Інтерпретація концептуального підходу до відображення сутності стратегічного партнерства

Тривалість інерційного періоду буде залежати від ступеня переконаності працівників у майбутніх спільних вигодах. Під час переконання варто пам'ятати, що поведінка українців переважно орієнтована на досягнення успіху за принципом справедливості. При цьому треба брати до уваги думку автора [6], що частина «умовних працівників» також буде готова до співпраці, якщо достатня кількість інших фахівців до цього схилиються. Зі сторони керівництва підприємствами підтримка процесу партнерства повинна бути беззаперечною.

Активна фаза стратегічного партнерства починається з вибору майбутніх партнерів у розрахунку на тривалу співпрацю. Цей процес має низку особливостей, але насамперед про «закон вибору» в інтерпретації Юрія Левитанського: «кожний вибирає для себе; вибираю також – як знаю; ні до кого претензій не маю; кожний вибирає для себе». Проблема вибору – одна із найскладніших проблем сучасної економіки, при цьому в процесі господарської діяльності вибір між можливими варіантами приходиться здійснювати постійно та багатократно. Важливо враховувати і те, що під час вибору фахівцями рухають не тільки раціональні мотиви, але й різні прояви ірраціонального сприйняття. Із позиції раціонального вибір майбутніх партнерів повинен базуватися на принципах рівноправності, добровільності, взаємовигідності, довготривалості, солідарної відповідальності.

Із позицій ірраціонального необхідно враховувати «ефект володіння» – працівники більшою мірою цінують права та можливості, які вони мають на цьому етапі господарювання, аніж ті, які будуть їм доступні, але «володіти» ними будуть у перспективі партнерської співпраці. Адже відчуття будь-якої втрати, досягнутої на попередніх етапах розвитку суб'єкта господарювання, є більшим, ніж еквівалентний виграш від стратегічного партнерства. Активний вибір партнера буде сприйматися позитивно, коли підприємство уже має відповідний потенціал для співпраці і його активність свідчить про готовність брати на себе відповідальність за кінцеві результати. Довіра одного до іншого буде забезпечена тоді, коли сторони доведуть здатність працювати разом для досягнення бажаних обопільних результатів.

У нашому разі економічна довіра – це оптимістичне очікування, впевненість колективу підприємства, що партнер у процесі співпраці не порушить взятих зобов'язань і стратегічне партнерство приведе до взаємовигідних дій. Довіру в сучасних умовах важко переоцінити, під час організації партнерської співпраці її можна вважати спільним активом. Вона сприяє ефективному розвитку суб'єктів господарювання, а саме полегшенню узгодження спільних інтересів, свідчить про потенційну готовність до співпраці, сприяє скороченню трансакційних витрат та підвищує ринкову вартість підприємства [13].

Стратегічне партнерство має надихати на успіх, основою якого буде можливість отримати певні переваги, досягнення якісно нового стану суб'єкта господарювання. До таких переваг можна віднести:

- отримання від партнерів необхідної інформації для прийняття як стратегічних, так і тактичних рішень;
- створення інтегрованого виробничого потенціалу та системи зв'язків для досягнення майбутніх цілей;

– можливість відкриття та освоєння нових напрямів бізнесу, реалізації великих та складних проектів;

– використання «спільного маркетингу» для оптимізації витрат, отримання виходу на збутові мережі партнера;

– проведення спільних досліджень, передачу технологій, знань та товарних знаків для зміцнення конкурентоспроможності;

– забезпечення створення реляційного простору суб'єктам господарювання внаслідок колективних зусиль партнерів для підвищення рівня комфортності;

– досягнення більшої гнучкості ведення підприємницької діяльності та можливості залучення фінансових ресурсів;

– створення передумов для переходу на більш високі (ефективні) рівні партнерства.

Сьогодні мало хто може похвалитися довершеним стратегічним партнерством, адже його необхідно систематично «добудовувати», враховуючи нові інтереси сторін, зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі, можливі ризики тощо. Кожному колективу підприємства власне власне ставлення до змін. При цьому слід брати до уваги «ефект володіння» – людям властиво дорожити тим, що у них є, якщо немає вагомої причини для зміни, вони мають природну схильність слухати і шукати докази, щоб не проводити змін. Здебільшого має місце опір (явний або прихований) змінам, особливо коли колектив вирішить, що зміни будуть відбуватися швидше в інтересах партнерства, ніж у їхніх власних.

Щоб збільшити ймовірність успішності змін, треба насамперед аргументувати своєчасність їх проведення, користуючись якомога простішою інформацією, яка буде легко сприйматися та вважатися більш достовірною. Важливо організувати групові обговорення змін, прийняття групових рішень. Групи працівників стають прихильниками змін тоді, коли розуміють та поділяють їхню необхідність, мають можливість висловитися і бути почутими, коли враховуються їхні думки та пропозиції. При цьому доречно використати один із методів практичної психології – рефреймінг, що дасть змогу змінити погляди, думки, бачення та сприйняття колективом стратегічного партнерства як майбутньої картини довготривалої та ефективної співпраці в умовах посилення конкурентної боротьби за лідерство.

**Висновки** та результати дослідження. З огляду на сутність поведінкової економіки, підтверджено необхідність використання двобічного підходу до процесів формування стратегічного партнерства – економіко-психологічного. Використання такого підходу запропоновано розглядати як один із важливих інструментів соціально-економічної політики підприємств щодо створення надійних стратегічних партнерств. Науковою новизною є виокремлення основних поведінкових складників, таких як економічна поведінка; вибір та довіра до партнера; спільні вигоди та опір до проведення змін, що забезпечить їхню ідентифікацію для створення передумов формування новітніх інтегрованих структур. Рекомендовано своєчасно передбачати в колективі прояви нерациональності під час формування стратегічного партнерства та адекватно реагувати на них. Подальші дослідження будуть спрямовані на розроблення механізму виявлення цих проявів для підготовки та прийняття відповідних рішень.

#### Список використаних джерел:

1. Жовква І.І. Моделі стратегічного партнерства. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2003. Вип. 41. Ч. II. С. 32–38.
2. Чекаленко Л. Зовнішня політика України: підручник для студентів вищих навчальних закладів. К.: Либідь, 2006. 355 с.
3. Єрмолаєв А.В., Парахонський Б.О., Яворська Г.М., Резнікова О.О. Європейський проект та Україна: монографія. К.: НІСД, 2012. 192 с.

4. Ракутина Н.М. Стратегическое партнёрство в региональном малом бизнесе. Елабуга, 2009. С. 102–108.
5. Крихівська Н.О. Формування стратегічних партнерських відносин між виробничими, освітніми та науковими структурами у нафтогазовому комплексі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня к.е.н. : спец. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Івано-Франківськ, 2019. 20 с.
6. Річард Талер. Поведінкова економіка. Як емоції впливають на економічні рішення/ пер. З англ. Світлана Крикуненко. К.: Наш формат, 2018. 464 с.
7. Веґера С.А. Поведінкова економіка – особлива галузь економічної теорії. *Актуальні проблеми економіки*. 2004. Вип 2. С. 4–16.
8. Morris Altman, Behavioral Economics For Dummies by Morris Altman, PhD Published by John Wiley & Sons Canada, Ltd. 6045. Freemont Blvd. Mississauga, ON L5R 4J3 www.wiley.com. 2012.
9. Ложкін Г.В., Спасніков В.В., Комаровська В.Л. Економічна психологія: навчальний посібник. К.: ВД «Професіонал», 2004. 304 с.
10. Бункіна М.К., Семенов А.М. Економіка и психология. На перекрестке наук. М.: Дело и Сервис, 1999. 263 с.
11. Сологуб С.М. Теоретичні основи вибору стратегії розвитку підприємств у післяприватизаційному періоді. *Актуальні проблеми економіки*. 2001. Вип. 11-12. С. 58–61.
12. Чернега О.Б., Іванчук К.О. Стратегічна поведінка підприємства в системі забезпечення стійкого економічного розвитку. *Ефективна економіка*. 2015. Вип. 1.
13. Ліпич Л.Г. Взаємозалежність ефективності діяльності підприємства та рівня довіри до працівника. *Економічний часопис*. 2017. Вип. 4. С. 45–52.

#### References:

1. Zhovkva I.I. (2003) Modeli stratehichnoho partnerstva [Strategic partnership models] *Topical problems of international relations*, vol. 2, no. 41, pp. 32–38.
2. Chekalenko L. (2006) Zovnishnya polityka Ukrayiny [Foreign Policy of Ukraine]. Kyiv: Lybid, 355 p. (in Ukrainian)
3. Yermolayev A.V., Parakhons'kyu B.O., Yavors'ka H.M., Reznikova O.O. (2012) Yevropeys'kyu proekt ta Ukrayina [European project and Ukraine]. Kyiv: NISD, 192 p.
4. Rakutyna N.M. (2009) Stratehicheskoe partnerstvo v rehyonal'nom malom byznese [Strategic partnership in regional small business]. Elabuga, pp. 102–108.
5. Krykhiv's'ka N.O. (2019) Formuvannya stratehichnykh partners'kykh vidnosyn mizh vyrobnychymy, osvithnimy ta naukovymy strukturamy u naftohazovomu kompleksi [Development of Strategic Partnerships Among Production, Educational and Scientific Structures in the Oil and Gas Complex] (PhD Thesis). Ivano-Frankiv's'k, 20 p.
6. Richard Taler (2018) Povedinkova ekonomika. Yak emotsiyi vplyvayut' na ekonomichni rishennya [Behavioral Economics. How emotions affect economic decisions]. Kyiv: Our format, 464 p.
7. Vehera S.A. (2004) Povedinkova ekonomika – osoblyva haluz' ekonomichnoyi teoriyi [Behavioral economics is a special branch of economic theory]. *Current problems of the economy*, no 2, pp. 4–16.
8. Morris Altman (2012) Behavioral Economics For Dummies by Morris Altman, PhD Published by John Wiley & Sons Canada, Ltd. 6045. Freemont Blvd. Mississauga, ON L5R 4J3 www.wiley.com
9. Lozhkin H.V., Spassnnikov V.V., Komarov's'ka V.L. (2004) Ekonomichna psykholohiya [Economic psychology]. Kyiv: VD «Profesional», 304 p.
10. Bunkyna M.K., Semenov A.M. (1999) Ékonomyka y psykholohyya. Na perekrestke nauk. [Economics and psychology. At the crossroads of sciences]. Moscow: Case and Service, 263 p.
11. Solohub S.M. (2001) Teoretychni osnovy vyboru stratehiyi rozvytku pidpryyemstv u pislyapryvatyzatsiynomu periodi [Theoretical bases for choosing a strategy for the development of enterprises in the post-privatization period]. *Current problems of the economy*, no. 11-12, pp. 58–61.
12. Chereha O.B., Ivanchuk K.O. (2015) Stratehichna povedinka pidpryyemstva v systemi zabezpechennya stiykoho ekonomichnoho rozvytku [Strategic behavior of the enterprise in the system of ensuring sustainable economic development]. *An efficient economy*, no. 1.
13. Lipych L.H. (2017) Vzayemozalezhnist' efektyvnosti diyal'nosti pidpryyemstva ta rivnya doviry do pratsivnyka [Interdependence of efficiency of activity of the enterprise and level of trust in the employee]. *Economic Journal*, no. 4, pp. 45–52.

### СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПАРТНЕРСТВО СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ С ПОЗИЦИЙ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ

**Аннотация.** В материалах статьи раскрыта сущность стратегического партнерства субъектов хозяйствования и обоснована необходимость его исследования с позиций поведенческой экономики. Выделены основные подходы к трактовке понятия «поведенческая экономика», которое характеризуется многовекторностью и разнообразием вариантов сущностного содержания. Предложена интерпретация концептуального подхода к отражению сущности стратегического партнерства, подтверждающая наличие взаимосвязи между экономическим поведением субъектов хозяйствования и результатами стратегических партнерских взаимоотношений. Установлено влияние наиболее значимых поведенческих паттернов работников отечественных предприятий на формирование стратегического партнерства. Выделены основные преимущества стратегического партнерства как особой формы сотрудничества.

**Ключевые слова:** стратегическое партнерство, интеграция, поведенческая экономика, субъекты хозяйствования, концептуальный подход, поведенческие паттерны.

### STRATEGIC PARTNERSHIP OF BUSINESS ENTITIES IN BEHAVIORAL ECONOMY

**Summary.** The article explores basic approaches to treating the essence of strategic partnership of economic entities, most of which reveal the substantive characteristics of this concept only at the macro level and do not pay enough attention to the use of strategic partnership as a tool for socio-economic policy of enterprises at the micro level. It is determined that in a broad sense strategic partnership is a system of interaction between two or more economic entities, which does not imply a rigid system of strictly defined commitments, but is based on recognition of common interests, mutual support in governmental and non-governmental organizations, coordination of positions in crisis situations. In a narrow sense, strategic partnership can be built on

a more pragmatic basis – the implementation of joint scientific and technical projects, the conduct of advertising campaigns, the sharing of infrastructure communications. In addition, the article substantiates the need to explore strategic partnerships from the point of view of behavioral economics, since in this case one can take into account the psychological peculiarities as well as the irrational nature of economic actors in the economic decision-making process. For the needs of the study, it is important to highlight the main approaches to the interpretation of the concept of "behavioral economy", which is characterized by multi-vector and a variety of variants of essential content. An interpretation of the conceptual approach to reflecting the essence of strategic partnership is offered, which confirms the existence of a correlation between the economic behavior of economic entities and the results of strategic partnerships. The influence of the most important behavioral patterns of employees of domestic enterprises on the formation of strategic partnerships, which are predominantly formed in terms of orientation to a greater extent on survival, satisfaction of basic needs than self-realization, quality of life due to tolerance, responsibility and partnership, has been established. As a result, the main benefits of strategic partnership are identified as a special form of cooperation.

**Key words:** strategic partnership, integration, behavioral economy, economic entities, conceptual approach, behavioral patterns.

УДК 65.011.1

DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2020-29-9>

**Данкєсва О. М.**

*кандидат економічних наук,  
старший викладач кафедри економіки  
та міжнародних економічних відносин  
Донецького національного університету економіки  
і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (м. Кривий Ріг)*

**Dankeieva Oksana**

*Candidate of Economic Sciences  
Senior Lecturer of the economic and International Relations Department  
Donetsk National University of Economics and  
Trade named after Mykhayilo Tugan-Baranovsky, Krivyyi Rih*

## ОКРЕМІ КОНЦЕПТУАЛЬНІ АСПЕКТИ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ

**Анотація.** У роботі опрацьовано теоретичні, методичні і практичні засади щодо розроблення результативних інвестиційних стратегій підприємств. Узагальнено дефініцію «інвестиційна стратегія». На основі класичних принципів стратегічного управління запропоновано та охарактеризовано принципи інвестиційної стратегії підприємств. Виділено основні напрями розроблення інвестиційної стратегії підприємств. Наведено зовнішні та внутрішні фактори, а також їхню позитивну та негативну дію, що впливають на формування інвестиційної стратегії. Наведено види стратегій портфельних та реальних інвестицій, а також їхні характеристики. Отримані результати дослідження спрямовані на те, що правильно визначена інвестиційна стратегія забезпечить підприємству чіткість у поставлених завданнях, визначенні цільових орієнтирів та більш результативне їх виконання.

**Ключові слова:** інвестиційна стратегія, принципи, фактори, стратегічне управління, зовнішнє і внутрішнє середовище підприємства, види стратегій.

**Вступ та постановка проблеми.** Кризовий стан сучасних вітчизняних підприємств, що характеризується падінням виробництва, загострив проблеми залучення інвестицій, розширення переліку можливих джерел фінансування. Забезпечення ефективного розвитку підприємств потребує вирішення великої кількості питань, таких як переоснащення підприємств сучасним технологічним обладнанням, вирішення низки економічних та соціальних питань на окремому підприємстві, впровадження прогресивних форм і методів управління персоналом тощо. Нині все більше підприємств різних галузей народного господарства країни усвідомлюють необхідність розроблення результативної інвестиційної стратегії, яка дасть змогу підвищити їхню конкурентоспроможність, поліпшити якість продукції, яку вони випускають, тощо. Вирішення окреслених завдань вимагає залучення інвестицій, що зумовлює актуальність наукових дослід-

жень щодо формування інвестиційних стратегій на підприємствах в умовах нестабільного бізнес-середовища.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Опрацюванням теоретичних, методичних і практичних засад щодо розроблення результативних інвестиційних стратегій підприємств займається значна кількість закордонних та вітчизняних науковців, таких як: І.А. Бланк [1], Г.В. Козаченко [2], А.В. Череп [3], Н.А. Хрущ [4], Т.П. Ткаченко, Н.А. Шевчук [7], П.Л. Гринько [9], О.В. Каут, С.М. Дунайчук, А.Ф. Бондаренко, Т.А. Васильєва, О.С. Грищенко, А.А. Голубенко, Л.І. Мороз, В.Л. Осецький, М.Є. Рогоза та ін. Але, незважаючи на значну кількість досліджень із зазначеної теми, не досить опрацьованими та суперечливими залишаються питання, які стосуються принципів та процесу формування інвестиційної стратегії підприємств у сучасних умовах господарювання, що і визначило вибір тематики дослідження.