

УДК 334:004

DOI: 10.31891/2307-5740-2021-300-6-37

ГОЛОБОРОДЬКО А. Ю.

ORCID ID: 0000-0001-5416-0526

e-mail: alona.goloborodko.decor@gmail.com

Державний університет телекомунікацій, м. Київ, Україна

КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО ЦИФРОВОГО СТРАТЕГІЧНОГО ПАРТНЕРСТВА ПІДПРИЄМСТВА

У статті проаналізовано переваги і недоліки формування цифрових стратегічних партнерств підприємств. Підприємства, що швидко розвиваються і працюють у сфері інноваційних технологій, прагнуть до цифрових стратегічних партнерств для отримання конкурентних переваг на ринку. Одночасно, компанії, що функціонують на засадах традиційної організації бізнесу, прагнуть до об'єднання за для географічної експансії, диверсифікації діяльності, розширення виробництва, скорочення витрат, або інших елементів ланцюжка забезпечення господарської діяльності. Доведено, що створення партнерств мають набагато потужніший ефект, ніж діяльність кожного підприємства окремо. Описані основні підходи до формування цифрових стратегічних партнерств підприємств – ресурсний і цільовий. Виходячи з сутності цифрового стратегічного партнерства – 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 компетентностей партнерів на засадах створення єдиної цифрової платформи організації бізнесу, автором побудована концепція цифрового стратегічного партнерства. Сформована концепція цифрового стратегічного партнерства передбачає взаємоузгодження мети – забезпечення ефективного, збалансованого економічного та технологічного розвитку бізнес-процесів інтегрованого підприємства та отримання синергетичного ефекту, переліку завдань, принципів, функцій та методів. Об'єктом формування концептуального підходу до розвитку цифрового стратегічного партнерства виступають узагальнююча система бізнес-процесу і окремі потокові процеси діяльності підприємств, критеріями і індикаторами ефективності формування цифрових стратегічних партнерств є оптимальне співвідношення фактичного результату з нормативним (еталонним); максимізація показників якості.

Ключові слова: партнерства, цифрове стратегічне партнерство, концептуальний підхід до цифрового стратегічного партнерства.

ALONA GOLOBORODKO

State University of Telecommunications

CONCEPTUAL APPROACH TO DIGITAL STRATEGIC ENTERPRISE PARTNERSHIPS

The article analyzes the advantages and disadvantages of forming digital strategic partnerships of enterprises. Rapidly growing companies working in the field of innovative technologies are striving for digital strategic partnerships to gain a competitive advantage in the market. At the same time, companies that operate on the basis of traditional business organization seek to unite for geographical expansion, diversification, expansion of production, reduction of costs, or other elements of the supply chain. It has been proven that the creation of partnerships has a much stronger effect than the activities of each enterprise individually. The main approaches to the formation of digital strategic partnerships of enterprises are described – resource and target. Based on the essence of digital strategic partnership – bringing together parties (enterprises) to achieve a strategic goal, in particular, increase efficiency, which involves creating a common system of values and processes based on resources and competencies of partners based on a single digital platform for business, the author built the concept of digital strategic partnership. The concept of digital strategic partnership provides for the coordination of the goal – to ensure effective, balanced economic and technological development of business processes of integrated enterprises and obtain a synergistic effect, a list of tasks, principles, functions and methods. The object of forming a conceptual approach to the development of digital strategic partnerships are the generalized system of business process and individual business processes, criteria and indicators of effectiveness of digital strategic partnerships are the optimal ratio of actual results to regulatory (reference); maximizing quality indicators.

Keywords: partnerships, digital strategic partnership, conceptual approach to digital strategic partnership.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями

Сучасним соціально-економічним відносинам притаманний стрімкий динамізм та транскордонних характер взаємодії. Це, в свою чергу, спонукає тенденцію до необхідності побудови та розвитку багатовимірності системи партнерських зв'язків. Діяльність суб'єктів партнерства має бути скоординована і узгоджена у побудову гнучкої та диференційованої системи економічних відносин. Створення цифрового стратегічного партнерства є одним з таких інструментів регулювання господарської діяльності, який дедалі ширше використовується інтеграційними об'єднаннями, оскільки дозволяє підвищити ефективність і результативність функціонування.

В українській та закордонній науково-практичній діяльності концептуальні основи цифрового стратегічного партнерства ще досі не отримало остаточного змістовного наповнення. Дана практика суттєво зменшує ефективність економічної діяльності підприємств та всіх його бізнес процесів. Таким чином, обмеженість досліджень у цьому напрямі, зумовила спрямуванню зусиль автора на розроблення концептуального підходу організаційно-економічних механізмів цифрових стратегічних партнерств механізмів взаємодії.

Аналіз досліджень та публікацій

Проблемами досліджень сутності формування та розвитку стратегічних партнерств присвячено багато робіт закордонних та вітчизняних вчених – Гоцинська Д.Я., Иванов Д.А., Богомолов А.И., Невежин В.П. та ін. Однак в наукових працях не висвітлені питання особливостей формування цифрових стратегічних партнерств. Водночас, організаційно-економічні аспекти формування цифрових стратегічних партнерств, а також особливості їх функціонування набувають зростаючу практичну і наукову актуальність.

Формулювання цілей статті

Метою представленої статті є визначення та формування концептуального підходу цифрового стратегічного партнерства підприємств.

Методологія дослідження

Методологічним підґрунтям статті слугували сучасні положення теорії інновацій, використано загальнонаукові методи пізнання, узагальнення, системного аналізу, синтезу. В процесі дослідження були використані наукові роботи вітчизняних та закордонних вчених з питань тенденцій розвитку стратегічних партнерств та цифровізації економічної діяльності.

Виклад основного матеріалу

Підприємства, що швидко розвиваються і працюють у сфері інноваційних технологій, прагнуть до цифрових стратегічних партнерств для отримання конкурентних переваг на ринку. Одночасно, компанії, що функціонують на засадах традиційної організації бізнесу, прагнуть до об'єднання задля географічної експансії, диверсифікації діяльності, розширення виробництва, скорочення витрат, або інших елементів ланцюжка забезпечення господарської діяльності. Таким чином, створення партнерств мають набагато потужніший ефект, ніж діяльність кожного підприємства окремо. Доцільно відзначити, що цифрове стратегічне партнерство характеризується рядом основних переваг. Проте, окрім потенційних вигід, пов'язане також з певними втратами і ризиками (рис. 1).

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.

На сьогодні, розвиток концепції цифрового стратегічного партнерства є невід'ємною важливою ланкою загальної концепції соціально-економічної та виробничо-господарської діяльності підприємств. Концепція цифрового стратегічного партнерства – це система організаційно-економічних механізмів, формування та розвитку єдиного цифрового простору, компетентностей та ресурсів в процесі інтеграції партнерських стосунків підприємств.

Переваги:

- більш оперативне рішення виникаючих проблем, підтримка з боку партнера;
- спільна робота над ідеями, проектами, якісніше їх генерування і реалізація;
- отримання додаткової вигоди (ефекту синергії) від партнерських взаємовідносин;
- використання фінансових можливостей, ресурсів і компетенцій партнерів для досягнення стратегічних цілей;
- розширення економічних можливостей здійснення ефективної господарської діяльності підприємств-партнерів;
- підвищення іміджу партнерів;
- ефективніший розподіл ризиків між партнерами

Недоліки:

- помилкові мотиви, цілі і стратегія створення стратегічного партнерства;
- опортунізм цілей партнерства;
- культурні розбіжності;
- помилки в реалізації партнерських стосунків;
- великі витрати на створення партнерства;
- дефіцит синергізму;
- зменшення власної долі прибутку кожного з партнерів;
- втрата незалежності в управлінні і координації діяльності;
- проблеми, пов'язані з виходом зі стратегічного партнерства

Рис. 1. Переваги і недоліки формування цифрових стратегічних партнерств підприємств

Форми партнерських взаємовідносин між підприємствами залежать від організації, специфіки діяльності і рівня розвитку їх бізнес-процесів. При цьому, незалежно від форми інтеграції підприємств, співпраця повинна бути заснована на засадах спільної мотивації на взаємодію, а також спрямована на підвищення соціально-економічного конкурентної позиції створеного об'єднання та окремих процесів, бізнес-одиниць учасників партнерства.

Організаційно-економічний механізм (процес) формування цифрового стратегічного партнерства – це сукупність процедур і заходів, що визначають послідовність, обґрунтування і доцільності щодо встановлення цифрових партнерських взаємовідносин. Зміст організаційно-економічного механізму

визначається підходами до формування стратегічного партнерства. В економічній літературі виділяють два основні підходи: цільовий і ресурсний (рис. 2). Однак для ефективної побудови цифрового стратегічного партнерства необхідно засновуватись на комбінованому підході, який концентрує цільовий і ресурсний підходи. Оскільки мотиви і поставлені цілі можуть бути досягнуті на засадах забезпеченості необхідним ресурсами і унікальними затребуваними компетентностями.



Рис. 2. Основні підходи до формування цифрових стратегічних партнерств підприємств

Концепція цифрового стратегічного партнерства передбачає взаємоузгодження мети, завдань, принципів, функцій та методів (рис. 3).

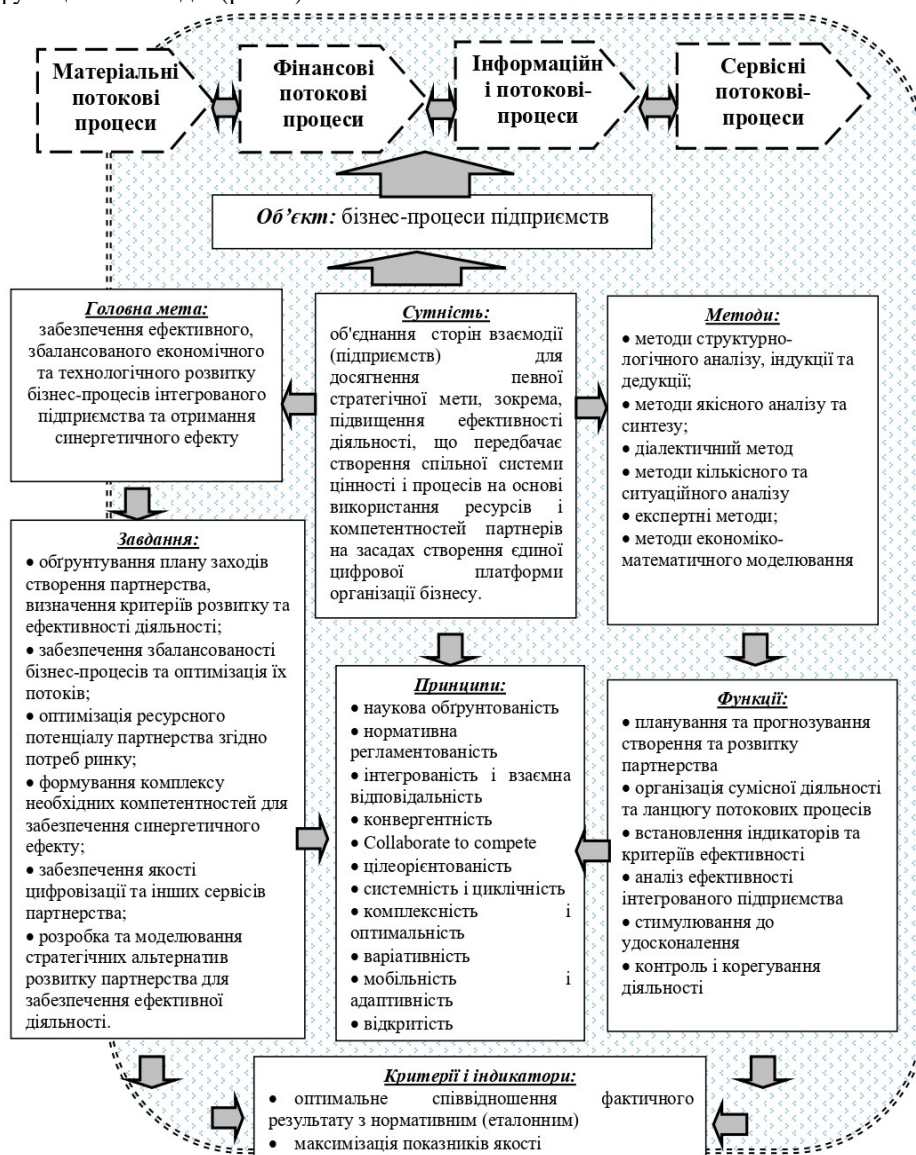


Рис. 3. Концептуальний підхід до цифрового стратегічного партнерств підприємства

Джерело: складено автором

Виходячи з цього, головною метою створення цифрових стратегічних партнерств є забезпечення ефективного, збалансованого економічного та технологічного розвитку бізнес-процесів інтегрованого підприємства та отримання синергетичного ефекту. Для досягнення поставленої мети, в дослідженні сформовані основні завдання, а саме:

- обґрунтування плану заходів створення партнерства, визначення критеріїв розвитку та ефективності діяльності;
- забезпечення збалансованості бізнес-процесів та оптимізація їх потоків;
- оптимізація ресурсного потенціалу партнерства згідно потреб ринку;
- формування комплексу необхідних компетентностей для забезпечення синергетичного ефекту;
- забезпечення якості цифровізації та інших сервісів партнерства;
- розробка та моделювання стратегічних альтернатив розвитку партнерства для забезпечення ефективної діяльності.

Об'єктом формування концептуального підходу до розвитку цифрового стратегічного партнерства виступають узагальнююча система бізнес-процесу і окремі поточкові процеси діяльності підприємств.

Ґрунтуючись на загальній теорії менеджменту, процес управління реалізується через такі основні функції: організації, планування, обліку і контролю, мотивації, координації, регулювання [9, 4, 2, 7]. На наш погляд, зазначені функції можна переглянути, деталізувати та удосконалити відносно особливостей створення та розвитку цифрових стратегічних партнерств: планування та прогнозування, організація, встановлення індикаторів та критеріїв ефективності, аналіз ефективності інтегрованого підприємства, стимулювання до удосконалення, контроль і корегування.

Функція планування та прогнозування полягає у передбаченні сценаріїв розвитку цифрових стратегічних партнерств у перспективному періоді, прогнозуванні можливих наслідків реалізації заходів регулювання поточкових процесів інтегрованого підприємства. Жодна ефективна діяльність підприємств не може бути досягнута без системи стратегічних планів і оперативних заходів щодо їх досягнення.

Функція організації реалізується в удосконаленні організаційної структури управління інтегрованим підприємством на всіх її рівнях, а також забезпеченні збалансованої системної сумісної діяльності та ланцюгу поточкових процесів.

Функція встановлення індикаторів та критеріїв ефективності передбачає формування комплексної системи показників, яка дозволяє вчасно оцінити ефективність компліментарності всього ланцюга поточкових процесів підприємства: матеріального, фінансового, сервісного, інформаційного та встановлення нормативів їх еталонних значень.

Функція аналізу ефективності інтегрованого підприємства базується на реалізації функції встановлення індикаторів та критеріїв ефективності і передбачає постійний моніторинг та діагностику ефективності діяльності цифрового стратегічного партнерства.

Функція стимулювання та удосконалення передбачає встановлення таких механізмів регулювання діяльності цифрових стратегічних партнерств, за допомогою яких буде досягатись сталий розвиток підприємства та постійне удосконалення всіх процесів, компетентностей та ресурсів.

Функція контролю і корегування також має важливе значення, оскільки контроль дотримання встановлених норм і стандартів, вчасне та всебічне виконання планово-економічних завдань, чіткість отримання результатів цифровізації бізнес-процесів впливає на мобільність прийняття та корегування управлінських рішень щодо вдосконалення і забезпечення діяльності інтегрованого підприємства.

Реалізація означених функцій та виконання завдань для реалізації концепції цифрового стратегічного партнерства повинна ґрунтуватись на означених принципах. Науковцями приділено достатньо уваги обґрунтуванню принципам створення партнерств у загальному виді [6, 1, 3, 8, 9]. В дослідження, на засадах розуміння особливостей сутності були виділені наступні принципи побудови цифрового стратегічного партнерств підприємства.

Перш за все цифрові стратегічні партнерства повинні створюватись на засадах наукової обґрунтованості. Наукова обґрунтованість процесу формування цифрових стратегічних партнерств базується на виконанні законів та закономірностей соціально-економічного розвитку всієї системи і окремих її бізнес-процесів та передбачає використання в процесі управління сучасних методичних підходів, заснованих на симбіозі практичного досвіду та інноваційних актуальних механізмах організації діяльності інтегрування.

Принцип нормативної регламентованості передбачає визначення бажаних або нормативних значень показників ефективного розвитку цифрових стратегічних партнерств, та дотримання вимог щодо їх досягнення. Даний принцип також передбачає правове закріплення змісту і механізмів розвитку цифрового стратегічного партнерства в двосторонніх правоустановчих документах, що виступає гарантованістю нормативно-правового регулювання діяльністю.

Дуже важливим принципом цифрових стратегічних партнерств є інтегрованість і взаємна відповідальність. Принцип інтегрованості передбачає, що всі бізнес-процеси окремих підприємств об'єднуються у єдину систему підприємницької діяльності і функціонують сумісно в рамках єдиної стратегії розвитку. Відповідальність всіх учасників процесу створення партнерства полягає у виконанні своїх

зобов'язань, а також передбачає взаємний розподіл ризиків і загроз. Процеси інтегрування передбачають урахування інтересів обох сторін, готовність до компромісних рішень для досягнення стратегічних цілей.

Принцип конвергентності полягає у зближенні і взаємоузгодженні організаційних структур, створення єдиних корпоративних культур при створенні цифрових стратегічних партнерств між підприємствами різних сфер економічної діяльності або з відмінними механізмами організації та ведення бізнесу. Даний принцип реалізується через створення відповідних економічних, науково-технічних, політичних, правових, соціально-культурних, історичних та інших передумов партнерства.

Принцип Collaborate to compete забезпечує успішне ведення підприємницької діяльності на сучасних динамічних конкурентних ринках і передбачає загальну зацікавленість партнерів в плідній співпраці. Цей принцип пов'язаний з передумовами виникнення нових форм конкурентної боротьби, заснованих на стратегічній взаємодії (collaboration) підприємств. Інтенсивний розвиток корпоративних цифрових інформаційних систем, мережі Internet, on-line технологій відкриває принципово нові можливості і джерела підвищення ефективності діяльності виробничих, комерційних і сервісних підприємств і організацій на засадах створення цифрових стратегічних партнерства [5].

Принцип цілеорієнтованості передбачає, що цифрові стратегічні партнерства зорієнтовані на досягнення стратегічних та тактичних цілей сумісного розвитку підприємства, розроблення завдань і координацію заходів для досягнення синергетичного ефекту від інтеграції підприємств.

Принцип системності потребує ув'язки кожного з етапів створення цифрового стратегічного партнерства, підсистем, методів, технологій управління потоковими процесами в єдину систему, яка повинна забезпечувати розгляд економічних процесів в їх взаємообумовленості та взаємоузгодженості. Циклічність передбачає створення кругообігу всіх поточкових процесів для забезпечення компетентності та ресурсної безперервності.

Системність передбачає комплексність і оптимальність. Це означає, що розвиток цифрового стратегічного партнерства повинно охоплювати всі бізнес-процеси діяльності. Тобто управління інтегрованим підприємством повинно розглядатися як комплексна функціональна система, яка забезпечує розробку взаємопов'язаних управлінських рішень, кожне з яких вносить свій внесок у досягнення поставлених цілей і виконання задач. При цьому реалізація розробленої стратегії розвитку партнерства повинна будуватися на досягненні оптимальних результатів діяльності, спрямованих на підтримку.

Варіативність передбачає, що для забезпечення ефективності діяльності цифрових стратегічних партнерств управлінські рішення повинні враховувати альтернативні можливості. Цифрові технології при цьому дозволяють моделювати багатовекторність розвитку економічної системи, спрогнозувати результати діяльності та вчасно надати сигнали відхилення від запровадженої стратегії.

Принцип мобільності є дуже важливим в забезпеченні ефективності діяльності цифрових стратегічних партнерств і сталого розвитку всієї сфери діяльності. Оскільки мобільність процесу управління діяльністю партнерства передбачає пристосування та врахування впливу зовнішнього середовища, забезпечення можливості маневрування компетентностями і ресурсами в процесі управління. Принцип адаптивності передбачає постійний моніторинг та аналіз результатів діяльності з метою своєчасного корегування управлінських дій.

Принцип відкритості є дуже важливим принципом глобалізації соціально-економічного простору. Відкритість направлена на сприйняття ззовні та поширення всередині цифрового стратегічного партнерства мережі поточкових процесів. А саме, інновацій, інформаційних потоків, використання компетентностей, ресурсів, технологічних рішень, операційних бізнес-процесів тощо.

В процесі створення та розвитку цифрових стратегічних партнерств підприємства доцільно використовувати загальновідомі науково-практичні методи, які дозволяють реалізувати концептуальну єдність процесу управління інтегрованим підприємством та обґрунтувати ступінь ефективності результатів діяльності. До них належать методи структурно-логічного аналізу, індукції та дедукції, якісного аналізу та синтезу; методи кількісного та ситуаційного аналізу; експертні методи – соціологічні та евристичні; нормативні; методи економіко-математичного моделювання тощо. Доцільно відзначити, що всі ці методи використовуються у системі економічного управління діяльністю підприємства на різних рівнях ланцюгу формування, руху та трансформації поточкових процесів. Так, наприклад, Соціологічний метод дослідження дає змогу визначити пакет компетентностей відповідно потребам ринку, сформулювати збалансовану систему поточкового процесу організації діяльності підприємств, виражено побудувати не тільки матеріальний потік, але й інформаційний, сервісний та фінансові потоки при цифровому стратегічному партнерстві. Одночасно евристичні методи дозволяють провести деякі коригування результатів проведених досліджень експертами – спеціалістами відповідних сфер діяльності.

Висновки з дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямі

У новій економіці цифрові стратегічні партнерства дають можливість бізнесу отримати конкурентоздатну перевагу за рахунок доступу до додаткових компетентностей і ресурсів партнерів, ринків постачання і збуту. Це дозволяє інтегрованому підприємству швидше і ефективніше розвиватися, сконцентруватися на інноваційних методах ведення бізнесу. Таким чином, в сучасних умовах конкурентні

переваги цифрових стратегічних партнерств дозволять понизити невизначеність зовнішнього оточення і отримати позитивний синергетичний ефект від цієї взаємодії.

В умовах поглиблення міжгалузевої конкуренції на тлі загострення негативних тенденцій у глобальному економіко-політичному середовищі за доступності до ресурсів і ринків збуту цифрові стратегічні партнерства – це вдала форма інтеграційної взаємодії, яка дозволяє скоординувати всі заходи та завдання для консолідації балансу ресурсного потенціалу до динамічних вимог ринку.

Література

1. Богомолов А.И., Небезин В.П. Хроноэкономика – наука, которую предстоит создать. Международный журнал экспериментального образования. 2015. № 11. С. 85–92.
2. Василенко В.А. Менеджмент устойчивого развития предприятий : монография. К. : Центр учебной литературы, 2005. 648 с.
3. Гошинська Д.Я. Принципи та моделі партнерства в умовах розвитку кластерної взаємодії ІТ-підприємств. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2016/47.pdf
4. Завадський Й.С. Менеджмент: Management. К. : Вид-во Європ. ун-ту. 2001. 542 с.
5. Иванов Д.А. Логистика. Стратегическая кооперация. М. : Вершина, 2006. 176 с.
6. Офіційний сайт Програми розвитку ООН: Посібник ПРООН “Tool-kit for Pro-poor Municipal PPP”. URL: <http://ppue.undp.org/toolkit>
7. Пащук О.В. Маркетинг послуг: стратегічний підхід : навчальний посібник. К. : ВД «Професіонал», 2005. 560 с.
8. Пономаренко В.С., Таньков К.М., Лепейко Т.І. Логістичний менеджмент : підручник ; за ред. В.С. Пономаренка. – Х. : ВД «ІНЖЕК». 2010. 440 с. URL: https://pidru4niki.com/71698/logistika/kontseptsiya_strategichnogo_partnerstva#965
9. Рульєв В.А., Гуткевич С.О. Менеджмент : навчальний посібник. К. : Центр учбової літератури, 2011. 312 с.

References

1. Bogomolov A.I., Nevezhin V.P. Hronoeconomika – nauka, kotoruyu predstoit sozdat. Mezhdunarodnyj zhurnal eksperimentalnogo obrazovaniya. 2015. № 11. S. 85–92.
2. Vasilenko V.A. Menedzhment ustojchivogo razvitiya predpriyatij : monografiya. K. : Centr uchebnoj literatury, 2005. 648 s.
3. Hoshchynska D.Ia. Pryntsypy ta modeli partnerstva v umovakh rozvytku klasternoi vzaiemodii IT-pidpriemstv. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2016/47.pdf
4. Zavadskiy Y.S. Menedzhment: Management. K. : Vyd-vo Yevrop. un-tu. 2001. 542 s.
5. Ivanov D.A. Logistika. Strategicheskaya kooperaciya. M. : Vershina, 2006. 176 s.
6. Ofitsiyni sait Prohramy rozvytku OON: Posibnyk PROON “Tool-kit for Pro-poor Municipal PPP”. URL: <http://ppue.undp.org/toolkit>
7. Pashchuk O.V. Marketynh posluh: stratehichnyi pidkhid : navchalnyi posibnyk. K. : VD «Profesional», 2005. 560 s.
8. Ponomarenko V.S., Tankov K.M., Lepeiko T.I. Lohistychnyi menedzhment : pidruchnyk ; za red. V.S. Ponomarenka. – X. : VD «INZhEK». 2010. 440 s. URL: https://pidru4niki.com/71698/logistika/kontseptsiya_strategichnogo_partnerstva#965
9. Ruliev V.A., Hutkevych S.O. Menedzhment : navchalnyi posibnyk. K. : Tsentr uchbovoi literatury, 2011. 312 s.

Надійшла / Paper received : 19.10.2021

Надрукована/Printed : 07.12.2021