

<https://doi.org/10.26565/2524-2547-2026-74-12>
УДК 334.7:[005.591.452:005.21]:330.341.1](045)

Тетяна Анатоліївна Ящук,
кандидат економічних наук, доцент
Уманський національний університет,
вул. Садова, 2, Умань, 20300, Україна
tetyanayashchuk@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0001-7359-5867>

СТРАТЕГІЧНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК ІННОВАЦІЙНА ФОРМА ВЗАЄМОДІЇ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ У СУЧАСНОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ

У статті досліджено сутність та роль стратегічного партнерства як інноваційної форми взаємодії суб'єктів господарювання в умовах сучасного бізнес-середовища. Обґрунтовано актуальність розвитку партнерських відносин у контексті глобалізації, цифровізації економіки, посилення конкуренції та необхідності швидкої адаптації підприємств до динамічних змін ринкового середовища. Визначено, що стратегічне партнерство є важливим інструментом забезпечення довгострокового розвитку підприємств, який сприяє об'єднанню ресурсів, компетенцій і знань для досягнення спільних стратегічних цілей та формування конкурентних переваг.

Розкрито теоретико-методологічні засади формування стратегічних партнерств, визначено їх ключові характеристики, принципи та переваги для учасників. Особливу увагу приділено дослідженню структурно-логічної моделі формування стратегічного партнерства, яка відображає послідовність етапів встановлення партнерських відносин – від ініціювання співпраці та вибору партнерів до реалізації спільних проєктів і оцінювання результативності взаємодії. Запропонована модель враховує вплив внутрішніх і зовнішніх чинників, механізми координації дій учасників та інструменти управління партнерством.

Проаналізовано основні форми стратегічного партнерства, зокрема стратегічні альянси, кластери, мережеві структури та коопераційні моделі взаємодії. Встановлено, що їх використання сприяє підвищенню інноваційної активності підприємств, оптимізації використання ресурсів, зниженню ризиків, розширенню ринкових можливостей та прискоренню впровадження інновацій. Визначено ключові чинники успішності стратегічного партнерства, серед яких довіра між учасниками, узгодженість цілей, ефективне управління, якісна комунікація та здатність до адаптації в умовах змін зовнішнього середовища. Окреслено основні проблеми та ризики розвитку партнерських відносин і запропоновано напрями їх мінімізації. Узагальнено, що стратегічне партнерство виступає важливим інструментом забезпечення сталого розвитку підприємств та підвищення їх конкурентоспроможності в умовах сучасних економічних трансформацій.

Ключові слова: *стратегічне партнерство, інновації, бізнес-середовище, конкурентоспроможність, стратегічні альянси, кластери, факторинг, франчайзинг, лізинг, аутсорсинг, венчурне фінансування, державно-приватне партнерство.*

JEL Classification: F29; L14; M13; M21; O31.

Як цитувати: Ящук, Т. А. (2026). Стратегічне партнерство як інноваційна форма взаємодії суб'єктів господарювання у сучасному бізнес-середовищі. Соціальна економіка, 74, 136–152. <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2026-74-12>

Вступ. У сучасних умовах динамічного розвитку глобальної економіки, посилення конкуренції та зростання невизначеності бізнес-середовища особливої актуальності набувають ефективні форми взаємодії суб'єктів господарювання. Традиційні моделі функціонування підприємств дедалі частіше виявляються недостатніми для забезпечення стійких конкурентних переваг, що зумовлює необхідність пошуку нових підходів до організації співпраці. Однією з таких інноваційних форм виступає стратегічне партнерство, яке дозволяє об'єднувати ресурси, компетенції та інноваційний потенціал учасників задля досягнення спільних цілей.

Проблематика формування та розвитку стратегічного партнерства полягає у визначенні ефективних механізмів взаємодії між суб'єктами господарювання, узгодженні їхніх інтересів, а також оцінці впливу таких партнерств на підвищення конкурентоспроможності та інноваційної активності підприємств. Дослідження цих питань має важливе значення як з точки зору розвитку теорії міжорганізаційної взаємодії, так і для розробки дієвих управлінських рішень у сфері стратегічного розвитку бізнесу.

Метою статті є дослідження стратегічного партнерства як інноваційної форми взаємодії суб'єктів господарювання в сучасному бізнес-середовищі, а також обґрунтування його ролі у забезпеченні сталого розвитку підприємств.

Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання дослідження:

- узагальнити теоретичні підходи до трактування сутності стратегічного партнерства;
- визначити ключові характеристики та принципи формування стратегічних партнерських відносин;
- дослідити сучасні форми стратегічного партнерства між суб'єктами бізнес-середовища;
- проаналізувати практичні аспекти реалізації стратегічного партнерства між суб'єктами господарювання.

Об'єктом дослідження є процеси взаємодії суб'єктів господарювання у сучасному бізнес-середовищі. Предметом дослідження виступають теоретичні та прикладні аспекти формування і розвитку стратегічного партнерства як інноваційної форми такої взаємодії.

Огляд літератури. Дослідження етимології терміну «стратегічне партнерство» досить широко висвітлене в економічній літературі. У загальному розумінні більшість

авторів розглядає стратегічне партнерство як особливу форму взаємодії між установами або соціально-економічними організаціями, що передбачає формування спільних цінностей, розвиток компетентностей та розподіл результатів спільної діяльності.

В основі стратегічного партнерства лежить співпраця менеджменту фірм, зумовлена взаємною участю в капіталах, збігом стратегічних інтересів щодо розвитку і диверсифікації виробництва, розширення ринків збуту, виходу на нові ринки (Селезнєва, 2019). Співпраця з іншими компаніями забезпечує доступ до додаткових ресурсів, що дозволяє учасникам швидше та ефективніше розвиватися і масштабувати діяльність.

Як зазначають О. Воскобоєва та О. Ромашенко (Воскобоєва & Ромашенко, 2021), основними характеристиками стратегічного партнерства є довготривала співпраця між партнерами, спрямована на досягнення спільної мети через взаємне доповнення можливостей; реалізація спільних проєктів із високим потенціалом прибутковості.

На думку А. Гандзюри (Гандзюра, 2020) справжньому стратегічному партнерству властивий комплекс принципів, серед яких головне місце займають високий рівень співпраці та взаємної довіри; прозорість взаємин, що передбачає активну взаємодію в різних питаннях, а також багатовимірність партнерства, яке охоплює не лише економічну, а й політичну сферу.

На переконання І. В. Сокирник (Сокирник, 2021) стратегічне партнерство можна розглядати як формалізовану угоду між суб'єктами бізнес-середовища, які домовляються про обмін компетенціями, інформацією, матеріальними та нематеріальними ресурсами з метою досягнення спільних цілей. Реалізація партнерських відносин передбачає узгодження інтересів зацікавлених сторін шляхом більш ефективного використання ресурсів підприємств-партнерів.

Більшість науковців трактує стратегічне партнерство як форму співробітництва та інтеграції на глобальному, міждержавному рівні – як систему взаємодії кількох держав, що базується на спільності цінностей, високому рівні кооперації та взаємній підтримці у сфері зовнішньої політики. Прикладом такого партнерства є міжнародні організації, діяльність яких спрямована на координацію позицій держав у кризових ситуаціях і врегулювання міжнародних конфліктів.

Співпраця та партнерство стають дедалі поширенішими в сучасній бізнес-

практиці, що зумовлено усвідомленням того, що жодна окрема організація не володіє всіма ресурсами, можливостями чи знаннями, необхідними для успіху в сучасному складному та взаємопов'язаному світі. Завдяки співпраці організації можуть об'єднати свої сили, досвід та ресурси для подолання викликів, використання можливостей та створення синергетичної цінності (Syaifuddin, 2025).

Водночас відсутність єдиного теоретико-методологічного підходу до трактування стратегічного партнерства як інноваційної форми взаємодії суб'єктів господарювання та недостатня визначеність критеріїв та індикаторів ефективності стратегічних партнерств у сучасному бізнес-середовищі зумовлюють необхідність подальших наукових досліджень у цій сфері. Це підкреслює як теоретичну, так і практичну значущість обраної тематики, що спрямована на підвищення ефективності функціонування підприємств у сучасному бізнес-середовищі.

Shkoda T., Tepliuk M., Sahaidak M. (Shkoda, Tepliuk, & Sahaidak, 2020) досліджують роль стратегічного партнерства між наукою, бізнесом та закладами вищої освіти у формуванні інтелектуального потенціалу підприємств. Автори доводять, що інтеграція наукових знань, освітніх ресурсів і практичного досвіду бізнесу створює сприятливі умови для генерації інновацій, розвитку людського капіталу та підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Важливий внесок у розвиток теорії партнерської взаємодії здійснили Oskam, Bossink, Ard-Pieter de Man (Oskam, Bossink, & Ard-Pieter de Man, 2020), які дослідили роль міжсекторальної співпраці в інноваційних екосистемах та довели, що створення цінності в партнерських мережах залежить від здатності учасників узгоджувати індивідуальні й колективні інтереси. Автори наголошують на важливості довіри, спільного управління та координації дій для досягнення довгострокових результатів співробітництва. Подальший розвиток концепції партнерських мереж пов'язаний із дослідженням інноваційних екосистем. Klimas і Czakon (Klimas & Czakon, 2021) запропонували типологію інноваційних екосистем та обґрунтували, що ефективна взаємодія між учасниками сприяє прискоренню поширення знань, трансферу технологій та створенню інноваційних продуктів.

Особливу увагу сучасні науковці приділяють співконкуренції як специфічній формі стратегічного партнерства. У статті Klimas, Gadomska-Lila та Sachpazidu (Klimas, Gadomska-Lila, & Sachpazidu,

2024) систематизовано підходи до оцінювання результативності соопетіції та визначено, що поєднання співпраці й конкуренції дозволяє підприємствам підвищувати інноваційну активність та ефективніше використовувати ресурси.

Chemmanur T. J., Shen Y., Xie J. (Chemmanur, Shen, & Xie, 2023) доводять, що стратегічні альянси у сфері досліджень і розробок є важливим чинником підвищення інноваційної активності підприємств. Результати дослідження свідчать, що партнерська взаємодія сприяє зростанню кількості та якості інноваційних розробок завдяки об'єднанню ресурсів, знань і технологічних компетенцій учасників альянсу.

Суттєвий внесок у дослідження сучасних моделей партнерської взаємодії зробили Noviaristanti, Acur та Mendibil (Noviaristanti, Acur, & Mendibil, 2024), які розглянули роль інноваційних посередників у створенні цінності та розвитку відкритих інновацій. Результати дослідження свідчать, що посередницькі організації сприяють налагодженню партнерських зв'язків між підприємствами, науковими установами та іншими учасниками інноваційного процесу.

Kohtamäki M., Rabetino R., Huikkola T. (Kohtamäki, Rabetino, & Huikkola, 2023) підкреслюють, що стратегічні партнерства створюють умови для міжорганізаційного навчання, обміну знаннями та спільного формування інноваційних можливостей у бізнес-екосистемах. Автори зазначають, що ефективне управління процесами навчання в межах стратегічних альянсів забезпечує довгострокові конкурентні переваги та підвищує адаптивність підприємств до змін бізнес-середовища.

Дослідження Gao, Zan і Zhang (Gao, Zan, & Zhang, 2025) підтвердило позитивний вплив стратегій кооперації на інноваційну результативність підприємств. Автори встановили, що поєднання конкурентних і коопераційних відносин сприяє формуванню стійких конкурентних переваг та підвищенню ефективності інноваційної діяльності.

Подібних висновків дійшов Sarkar (Sarkar, 2025), який визначив критичні фактори успіху співконкуренції та розробив ієрархічну модель їх взаємозв'язку. Серед ключових чинників було виокремлено довіру, стратегічну узгодженість цілей, якість комунікацій та ефективність управління партнерськими відносинами. Крім того, результати дослідження Nguyen (Nguyen, 2025) засвідчили, що стратегічне партнерство та співконкуренція позитивно

впливають на стійкість розвитку підприємств через активізацію інноваційних процесів і розвиток цифрових компетенцій.

Ефективна комунікація є фундаментом успішного стратегічного партнерства, а відкритий інформаційний обмін, довіра між партнерами та узгоджені механізми координації істотно підвищують результативність спільної діяльності, знижують ризик конфліктів і сприяють створенню інноваційної цінності (Jatobá, Franco, & Rodrigues, 2022). Натомість ефективність стратегічних партнерств залежить від здатності учасників підтримувати баланс між створенням спільної цінності, розподілом вигод та управлінням конкурентними ризиками (Bouncken, Fredrich, Ritala, & Kraus, 2020). Успішне партнерство забезпечує підприємствам можливість одночасно ефективно використовувати наявні ресурси та освоювати нові знання й технології, що сприяє підвищенню інноваційного потенціалу, адаптивності та стійкості підприємств у сучасному бізнес-середовищі (Zahoor, Khan, Marinova, & Cui, 2024).

У свою чергу використання цифрових технологій підвищує ефективність партнерської взаємодії, сприяє прийняттю обґрунтованих управлінських рішень і зміцнює інноваційний потенціал підприємств, що свідчить також про зростаючу роль цифрової трансформації у розвитку сучасних стратегічних партнерств (Xia, Song, Ameen, & Vrontis, 2024).

Узагальнення сучасних наукових праць свідчить, що стратегічне партнерство дедалі більше розглядається як інноваційна форма взаємодії суб'єктів господарювання, яка забезпечує доступ до нових ресурсів, знань і технологій, сприяє розвитку інноваційних екосистем та підвищенню конкурентоспроможності підприємств. Водночас потребують подальших досліджень питання формування ефективних механізмів управління стратегічними партнерствами, оцінювання результативності співпраці та адаптації партнерських моделей до умов цифрової трансформації економіки.

Методологія дослідження. У процесі дослідження використано загальнонаукові та спеціальні методи пізнання. Зокрема, застосовано методи аналізу та синтезу (для розкриття сутності стратегічного партнерства та узагальнення наукових підходів до його трактування); метод порівняння (для виявлення спільних і відмінних рис різних форм партнерських взаємодій; системний підхід (для дослідження стратегічного партнерства як цілісної економічної системи). Метод абстрагування та узагальнення використа-

но для формування теоретичних положень щодо особливостей функціонування стратегічних партнерств. Індуктивний і дедуктивний методи дали змогу логічно обґрунтувати взаємозв'язок між окремими елементами партнерських відносин та їхнім впливом на розвиток суб'єктів господарювання. Крім того, застосовано структурно-логічний підхід для визначення етапів формування стратегічного партнерства. Такий комплекс методів забезпечив всебічне дослідження стратегічного партнерства як інноваційної форми взаємодії та дозволив сформулювати обґрунтовані теоретичні висновки.

Основні результати. Цифровізація, глобалізація ринків, посилення інноваційної конкуренції та зростання ролі знань і технологій формують нові вимоги до ведення бізнесу. У таких умовах підприємства все частіше стикаються з обмеженістю власних ресурсів і необхідністю швидкого адаптування до змін, що підсилює значення партнерських моделей співпраці. Стратегічне партнерство виступає ефективним інструментом зниження ризиків, спільного використання ресурсів, прискорення інноваційних процесів і виходу на нові ринки.

На рівні підприємства як основної ланки національної економіки стратегічне партнерство означає співпрацю певної компанії з більшою і потужнішою у фінансовому відношенні компанією, яка може забезпечити ресурси для досягнення її стратегічних цілей. На регіональному рівні стратегічне партнерство розглядається як довгострокова та взаємовигідна співпраця, що базується на поєднанні ресурсів, знань і можливостей його учасників.

Єдиного, загальновизнаного визначення терміна «стратегічне партнерство» у світовій практиці не існує. Водночас аналіз його змісту дозволив виокремити основні підходи до трактування, які узагальнено в табл. 1.

З урахуванням наведеного стратегічне партнерство можна трактувати як форму організації взаємодії, у межах якої:

- компанії зберігають юридичну автономію;
- учасники мають чітке розуміння спільної стратегічної мети, досягнення якої неможливе поодиноці;
- функціонує узгоджений механізм управління й контролю, що передбачає розподіл повноважень, завдань, ризиків, прибутків і відповідальності на основі внутрішніх правил, узгоджених із чинним законодавством;
- співпраця має довгостроковий характер, що сприяє підвищенню прозорості

Таблиця 1. Підходи до визначення сутності поняття «стратегічне партнерство»
Table 1. Approaches to Defining the Concept of «Strategic Partnership»

Класифікаційна ознака / Classification criterion	Ознака сутності партнерства / The essence of a partnership	Головна мета партнерства / The main goal of the partnership
Мета створення партнерства / The purpose of establishing the partnership	1. Організаційно-правова форма взаємодії суб'єктів господарювання / Organizational and legal framework for cooperation among business entities	Укладання договору про співпрацю на взаємовигідних умовах / Entering into a cooperation agreement on mutually beneficial terms
	2. Спосіб досягнення спільних стратегічних цілей / A method for achieving common strategic goals	Отримання конкурентних переваг на ринку / Gaining a competitive edge in the market
	3. Форма налагодження і підтримки довірчих довгострокових відносин / A framework for building and maintaining trusting, long-term relationships	Встановлення партнерських відносин з метою контролю над появою непередбачуваних ситуацій та ризиків / Establishing partnerships to manage unforeseen situations and risks
	4. Спосіб встановлення міжнародних економічних відносин / The process of establishing international economic relations	Проникнення на нові географічні ринки / Expansion into new geographic markets
Рівень економічного розвитку / Level of economic development	1. Створення партнерств на міждержавному рівні / Establishing partnerships at the international level	Інструмент зовнішньої політики держави / A tool of the state's foreign policy
	2. Створення партнерств на регіональних ринках / Building partnerships in regional markets	Одержання конкурентних переваг у певному сегменті ринку / Gaining a competitive advantage in a specific market segment
	3. Створення партнерств між суб'єктами господарювання / Establishing partnerships between businesses	

обміну інформацією та посиленню інтеграційних процесів між партнерами (Duhinets & Nizheiko, 2020).

Сучасна структурно-логічна модель формування стратегічного партнерства в бізнесі, наведена на рисунку 1, охоплює такі етапи:

- 1) усвідомлення необхідності створення стратегічного партнерства;
- 2) прийняття рішення щодо його формування;
- 3) визначення цілей партнерства, а також його суб'єктів, об'єктів, інструментів, мотивів і очікуваних результатів;
- 4) обрання типу стратегічної взаємодії між партнерами;
- 5) вибір відповідної організаційної форми партнерства;
- 6) розподіл обов'язків між усіма учасниками (Rudenko & Kovtun, 2025).

Аналізуючи причини створення партнерства (Dunska, Boyarinova, & Kravchenko, 2021), партнерів можна поділити на активних (здійснюють внесок капіталу, мають право на отримання доходів від діяльності бізнесу, а також несуть відповідальність за можливі збитки), неактивних (інвестують власний капітал і отримують прибуток або збитки відповідно до результатів операцій-

ної діяльності підприємства, але не беруть участі в управлінні), номінальних (не здійснюють інвестицій і не отримують частки прибутку від діяльності компанії, однак надають право використовувати своє ім'я, за що отримують узгоджену винагороду (рояліті) та несуть відповідальність перед третіми особами) та молодших (виступають як партнери на особливих умовах, отримуючи виключно вигоди від співпраці) партнерів. Стратегічне партнерство має надихати на успіх, основою якого буде можливість отримати певні переваги, досягнення якісно нового стану суб'єкта господарювання.

За твердженням науковців (Данилюк, Крихівська, & Данилюк-Черних, 2020) до таких переваг можна віднести:

- отримання від партнерів необхідної інформації для ухвалення як стратегічних, так і тактичних управлінських рішень;
- формування інтегрованого виробничого потенціалу та системи взаємозв'язків для досягнення перспективних цілей;
- можливість виходу на нові напрями бізнесу та реалізації масштабних і складних проєктів;
- використання спільного маркетингу для зниження витрат і доступу до збутових мереж партнерів;

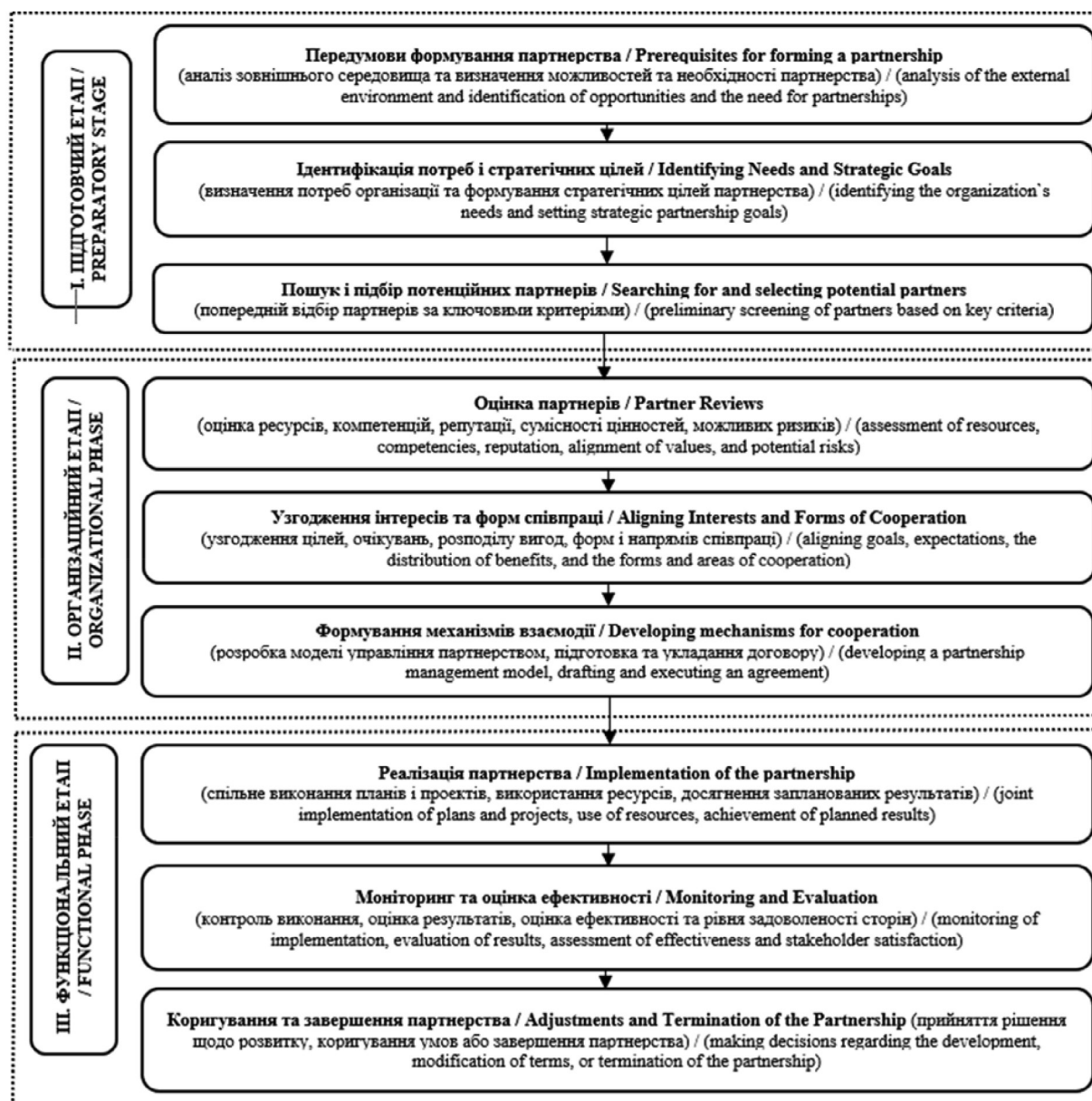


Рис. 1. Структурно-логічна модель формування стратегічного партнерства

Fig. 1. Structural-logical model of strategic partnership formation

– проведення спільних досліджень, обмін технологіями, знаннями та торговими марками з метою посилення конкурентних позицій;

– формування реляційного простору між суб'єктами господарювання завдяки спільним зусиллям партнерів, що підвищує рівень взаємної зручності та ефективності співпраці;

– забезпечення більшої гнучкості підприємницької діяльності та розширення можливостей залучення фінансових ресурсів;

– створення умов для переходу до вищих, більш ефективних рівнів партнерської взаємодії.

У системі міжнародних відносин стратегічні партнерства поступово трансформу-

валися від суворо формалізованих оборонних союзів до більш гнучких моделей співпраці, що охоплюють політичну, військову, економічну та інформаційну взаємодію. У XXI столітті подібні об'єднання все більше виступають інструментом адаптивної політики безпеки, який дозволяє оперативно реагувати на кризові ситуації та сприяти підтриманню глобальної стабільності (Бабіна, Маслова, & Остропольська, 2025).

Серед сучасних форм партнерства в бізнесі доцільно виділити наступні: альянси, кластери, факторинг, франчайзинг, аутсорсинг, лізинг, венчурне фінансування, державно-приватне партнерство.

Стратегічний альянс можна охарактеризувати як міжфірмові кооперативні від-

носини, які підвищують ефективність конкурентних стратегій фірм учасниць шляхом обміну взаємовигідними ресурсами, такими як технології, навички тощо (Литвиненко & Литвиненко, 2024). У сучасних умовах гло-

балізації та зростання конкурентного тиску стратегічні альянси виступають важливим інструментом досягнення довгострокових цілей організацій. Вони дають змогу компаніям об'єднувати ресурси, технологічні мож-

Таблиця 2. Види стратегічних альянсів
Table 2. Types of Strategic Alliances

Приклад / Example	Рік заснування / Year of establishment	Мета / Purpose	Переваги / Advantages
Стратегічний альянс між Microsoft та OpenAI / Strategic Alliance Between Microsoft and OpenAI	2019	розробка та впровадження передових технологій штучного інтелекту / development and implementation of cutting-edge artificial intelligence technologies	доступ OpenAI до потужної хмарної інфраструктури Microsoft Azure / OpenAI's access to Microsoft Azure's powerful cloud infrastructure
			доступ Microsoft до передових технологій та досліджень OpenAI / Microsoft's access to OpenAI's cutting-edge technologies and research
			спільна робота над створенням нових суперкомп'ютерних технологій / collaborative work on the development of new supercomputing technologies
Стратегічний альянс між Volkswagen та Ford / Strategic Alliance Between Volkswagen and Ford	2019	спільна розробка електромобілів та автономних транспортних засобів / joint development of electric vehicles and autonomous vehicles	можливість розділити високі витрати на розробку нових технологій / the ability to share the high costs of developing new technologies
			доступ Ford до передової платформи електромобілів від Volkswagen / Ford's access to Volkswagen's advanced electric vehicle platform
			можливість для Volkswagen розширити свою присутність на північноамериканському ринку / an opportunity for Volkswagen to expand its presence in the North American market
Стратегічний альянс між NVIDIA та MercedesBenz / Strategic Alliance Between NVIDIA and Mercedes-Benz	2020	прискорення впровадження технологій штучного інтелекту в автомобільній промисловості / accelerating the adoption of artificial intelligence technologies in the automotive industry	доступ Mercedes-Benz до передових технологій штучного інтелекту та автономного водіння від NVIDIA / Mercedes-Benz's access to NVIDIA's cutting-edge artificial intelligence and autonomous driving technologies
			можливість для NVIDIA розширити свою присутність в автомобільній промисловості / an opportunity for NVIDIA to expand its presence in the automotive industry
Стратегічний альянс між Pfizer та BioNTech / The strategic alliance between Pfizer and BioNTech	2020	розробка та виробництво вакцини проти COVID-19 / Development and production of a COVID-19 vaccine	розробка та виведення на ринок високоефективної вакцини / the development and commercialization of a highly effective vaccine
			доступ до глобальної мережі дистрибуції та логістики Pfizer / access to Pfizer's global distribution and logistics network
Стратегічний альянс між Google та Bharti Airtel / Strategic Alliance Between Google and Bharti Airtel	2022	розширення доступу до смартфонів та послуг 5G в Індії / Expanding access to smartphones and 5G services in India	можливість для Google розширити свою присутність на швидкозростаючому індійському ринку смартфонів / an opportunity for Google to expand its presence in the rapidly growing Indian smartphone market
			доступ Bharti Airtel до технологічної експертизи та фінансових ресурсів Google / Bharti Airtel's access to Google's technological expertise and financial resources

Джерело: складено автором на основі (Литвиненко & Литвиненко, 2024)

Source: Compiled by the author based on (Lytvynenko & Lytvynenko, 2024)

ливості та професійні знання для формування конкурентних переваг, а також сприяють зниженню ризиків, підвищенню ефективності бізнес-процесів і розширенню ринкових можливостей. Найвідоміші стратегічні альянси проілюстровані у таблиці 2.

Стратегічні альянси є поширеною рисою сучасного бізнес-середовища, що зумовлено низкою мотивів, які охоплюють як традиційні, так і нові тенденції. Традиційні чинники, такі як доступ до взаємодоповнюючих ресурсів, розподіл ризиків та розширення ринкового охоплення, як і раніше, лежать в основі створення спільних підприємств (Mariam, 2025).

Кластери визначаються як географічні об'єднання взаємопов'язаних компаній та установ у певній галузі, що пов'язані спільними технологіями та навичками (Луценко, 2021). Така просторово-організаційна форма забезпечує майже ідеальні умови для генерування та розвитку інновацій (McPhillips, 2020). Кластери поєднують елементи конкуренції та співпраці: суперництво виступає рушієм розвитку, тоді як взаємодія відкриває можливості для спільного використання ресурсів і знань (Laiko, Kovalenko, & Bilousov, 2020).

Кластери функціонують як потужні каталізатори інноваційного розвитку, забезпечуючи або координуючи надання спеціалізованої та адаптованої підтримки малому і середньому бізнесу, стимулюючи його інноваційну та ділову активність (Помаза-Пономаренко, 2025).

Факторинг можна розглядати як одну з найбільш зручних і ефективних форм партнерства для підприємств. Окрім забезпечення фінансування оборотного капіталу, факторингові компанії пропонують широкий спектр супутніх послуг – бухгалтерських, інформаційних, збутових, логістичних, страхових, кредитних і юридичних. Цей інструмент належить до найдинамічніших сегментів фінансового ринку у світі й демонструє стрімке зростання (Іпполітова & Селезньова, 2019).

Однією з дієвих форм, що поєднує можливості масштабування бізнесу із збереженням підприємницької активності на місцевому рівні, виступає франчайзинг.

Франчайзинг дає змогу малим і середнім підприємствам виходити на ринок із нижчим рівнем ризику, спираючись на перевірену бізнес-модель, відомий бренд і підтримку досвідченішого партнера – франчайзера (Хитрова, 2026).

Таблиця 3. Найвигідніші франшизи в Україні у 2026 році
Table 3. The Most Profitable Franchises in Ukraine in 2026

Назва / Title	Галузь / Industry	Масштаб мережі / Network size	Інвестиції / Investments	Окупність (місяці) / Payback period (months)
Pizza Celentano Ristorante / Pizza Celentano Ristorante	HoReCa / HoReCa	40+	\$60 000–180 000	12–28
Domino's Pizza / Domino's Pizza	HoReCa / HoReCa	60+	від \$250 000	24+
Львівська майстерня шоколаду / Lviv Chocolate Workshop	HoReCa / HoReCa	45+	від \$50 000	6–18
KFC / KFC	HoReCa / HoReCa	50+	від \$700 000	36+
Чорноморка / Chornomorka	Громадське харчування / Catering	35+ в Україні та ЄС / in Ukraine and the EU	\$250 000–500 000	24–36
MustHave / MustHave	Fashion-ритейл / Fashion retail	30+	Від \$70 000	14–24
Галя Балувана / Halia Baluvana	Продуктовий ритейл / Food retail	700+ (UA + EU)	\$30 000–40 000	6–10
Lviv Croissants / Lviv Croissants	Громадське харчування / Catering	150+ (UA + EU)	\$30 000–70 000	12–24
Нова Пошта / Nova Poshta	Послуги, логістика / Services, logistics	8 000+	\$2 000–6 000	8–14
Aroma Kava / Aroma Kava	Громадське харчування / Catering	250+	\$7 000–20 000	6–12
ДІЛА / DILA	Послуги, медицина / Services, healthcare	45+	\$18 000–35 000	14–20

Станом на 2026 рік франчайзинг в Україні налічує понад 550 активних компаній, представлених у різних секторах економіки. У таблиці 3 наведено найкращі франшизи України 2026 року за найбільш популярними напрямками. До переліку включено бренди з найвищою впізнаваністю, значною кількістю згадувань в інтернеті та стабільним інтересом з боку потенційних інвесторів і підприємців.

Динаміка зміни франчайзингових компаній в Україні впродовж 2008–2022 років, наведена на рисунку 2, показує, що тренд розвитку франчайзингу стабільно зростає: з кожним роком збільшується кількість компаній, які обирають франчайзинг як стратегічний інструмент масштабування бізнесу, що підтверджує його ефективність та привабливість в умовах сучасної економіки. Результати аналізу підтверджують не лише кількісне зростання франчайзингових компаній, а й якісні зміни у структурі ринку: підвищення конкурентоспроможності, розширення галузевого охоплення та посилення ролі інноваційних підходів у веденні бізнесу. Це дозволяє розглядати франчайзинг як один із ключових драйверів розвитку малого і середнього підприємництва в Україні.

Аутсорсинг розглядається як одна з найбільш сучасних і ефективних форм промислової кооперації, якій притаманні специфічні риси: стратегічний підхід до ухвалення рішень, довгостроковий характер партнерської взаємодії, високий рівень довіри між сторонами та надійність укладених угод, а також можливість вибору контрагентів у межах конкурентного середовища (Крисак & Крисак, 2023).

Найбільш популярні види аутсорсингових послуг у світі представлені на рисунку

3. Як бачимо, у глобальному вимірі домінують такі види аутсорсингу: послуги бізнес-адміністрування (32 %), IT-аутсорсинг (28 %), управління персоналом (15 %), маркетингове управління (14 %) та фінансові послуги (11 %).

До ключових переваг аутсорсингу належать зниження витрат, раціоналізація управлінської структури, підвищення якості наданих послуг і здатність оперативно реагувати на зміни ринкового середовища. Водночас існують і певні ризики, зокрема надмірна передача функцій зовнішнім виконавцям, помилки у виборі партнерів, недостатній рівень аналітичної підготовки проєктів (Мрочко, 2026).

Лізинг є сукупністю організаційно-правових і фінансових відносин між його учасниками, у межах яких лізингоотримувач отримує у тимчасове платне користування майно, спеціально придбане лізингодавцем для цих цілей (Агейкін, 2025). Розвиток лізингу прямо залежить від кількості гравців на цьому ринку. На рисунку 4 відображено динаміку кількості лізингодавців в Україні протягом 2018–2023 рр. Згідно з наведеними даними, спостерігається одночасне збільшення кількості фінансових компаній і скорочення частки юридичних осіб, що не належать до фінансових установ. Таку тенденцію можна пояснити недостатнім рівнем розвитку лізингового ринку в Україні.

Лізинг сприяє модернізації виробничих процесів, підвищенню продуктивності праці та конкурентоспроможності підприємств. Він дозволяє оперативно оновлювати матеріально-технічну базу, впроваджувати інноваційні технології та більш гнучко управляти фінансовими потоками, що в результаті позитивно впливає на ефектив-

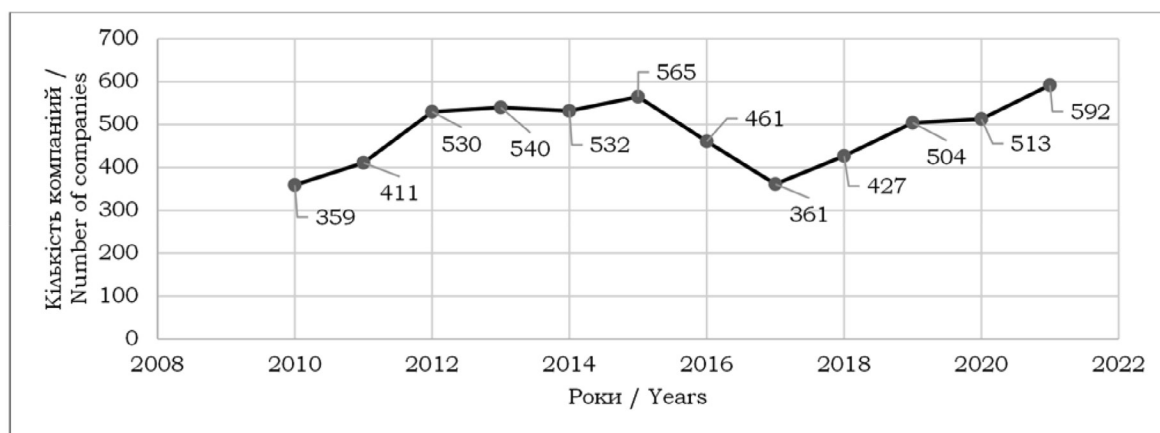


Рис. 2. Розвиток франчайзингового бізнесу в Україні у 2008–2022 роках

Fig. 2. Development of the franchising business in Ukraine, 2008–2022

Джерело: систематизовано автором на основі (Когут & Прокопишин-Рашкевич, 2023)

Source: compiled by the author based on (Kohuh & Prokopyshyn-Rashkevych, 2023)

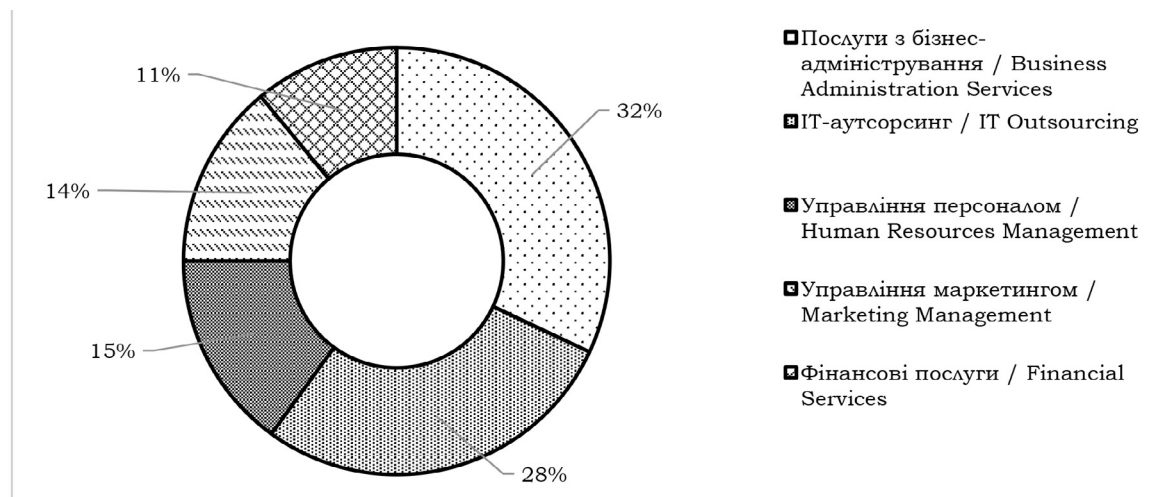


Рис. 3. Питова вага аутсорсингу за видами в обсязі від загальної кількості аутсорсингових замовлень у світі, %

Fig. 3. Share of outsourcing by type as a percentage of the total number of outsourcing orders worldwide

Джерело: систематизовано автором на основі (Реверенда, Реверенда, & Телестаків, 2024)

Source: compiled by the author based on (Reverenda, Reverenda, & Telestakov, 2024)

ність діяльності бізнесу загалом (Хачатрян & Менчинська, 2021).

Венчурне фінансування інноваційної діяльності підприємств є специфічною формою інвестування, що передбачає вкладення капіталу у високоризикові, проте потенційно високоприбуткові проекти на ранніх етапах їх становлення. Це джерело капіталу орієнтоване не лише на отримання фінансового прибутку, а й на створення нової доданої вартості через інновації, що відкриває підприємствам можливості для масштабування, модернізації та виходу на міжнародні ринки (Пирог, 2025).

Основною метою венчурного фінансування є забезпечення підтримки розвитку стартапів і малих наукоємних компаній, які мають високий потенціал зростання, однак через підвищений рівень ризику не можуть залучити кошти з традиційних джерел фінансування, таких як банківські кредити чи класичні інвестиції (Ясіновська, 2025).

Таким чином, венчурне фінансування виступає не просто альтернативою традиційним інвестиційним механізмам, а потужним інструментом стимулювання інноваційного розвитку, підтримки підприємництва та формування економіки нового

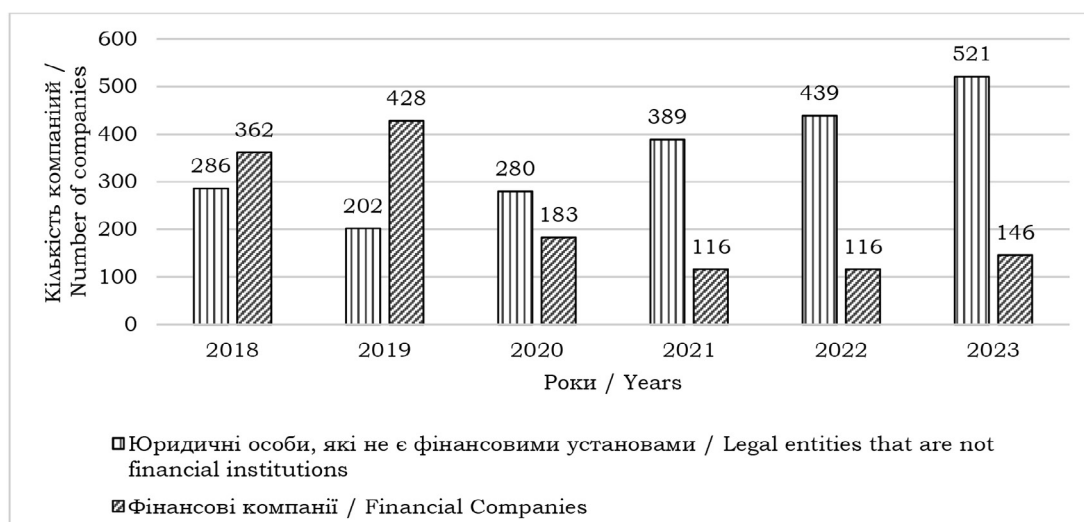


Рис. 4. Динаміка та структура лізингодавців в Україні за 2018–2023 рр.

Fig. 4. Trends and structure of lessors in Ukraine, 2018–2023

Джерело: систематизовано автором на основі (Гриценко & Биців, 2023)

Source: compiled by the author based on (Hrytsenko & Bytsiv, 2023)

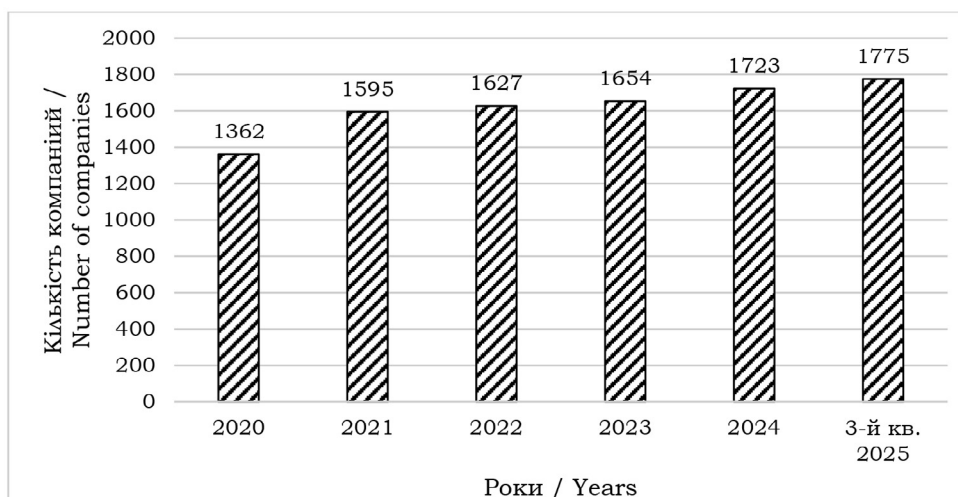


Рис. 5. Динаміка кількості венчурних інвестиційних фондів в Україні за 2020-2025 рр.

Fig. 5. Trends in the number of venture capital funds in Ukraine, 2020–2025

Джерело: систематизовано автором на основі (Диха, Полозова, & Орлов, 2025)

Source: systematized by the author based on (Dykha, Polozova, & Orlov, 2025)

типу, заснованої на знаннях, технологіях і відповіді на глобальні виклики.

Як показують статистичні дані по українському ринку управління активами за останні 6 років кількість нових венчурних фондів продовжувала зростати (рис. 5). За цей період середньорічний приріст кількості ВІФ склав майже +68 фондів.

Серед форм взаємодії держави і бізнесу найбільш розвиненою та перспективною для України визнається модель державно-приватного партнерства. Вона не лише відповідає потребам модернізації інфраструктури, але й дозволяє залучати приватні інвестиції у сфери, які традиційно фінансуються державою, зокрема й у важливі і актуальні сфери: транспорт, енергетику, охорону здоров'я та оборону (Kolodinskiy, Hutsaliuk, & Kramskiy, 2022).

Державно-приватне партнерство в інноваційній сфері є формою взаємодії між органами державної влади, місцевого самоврядування та приватним сектором, спрямованою на спільну реалізацію інноваційних проєктів і взаємну підтримку на всіх етапах інноваційного циклу. Інтеграція інновацій та технологічного прогресу виступає фундаментальною передумовою ефективної реалізації проєктів державно-приватного партнерства в сучасних економічних реаліях. Відповідно, у проєктах державно-приватного партнерства інновації вже не відіграють лише допоміжну роль оптимізації процесів, а стають ключовим, критично важливим чинником, який визначає можливість реалізації масштабних ініціатив (Liu, Clegg, & Pollack, 2024).

За інформацією, яка представлена на рисунку 6, можна проаналізувати статистику щодо укладання договорів державно-приватного партнерства в Україні. Станом на 01.01.2025 р. на умовах державно-приватного партнерства укладено 200 договорів, з яких реалізується 22 договори.

Отже, можна констатувати, що наразі більшість договорів державно-приватного партнерства (понад 80 %), укладених у попередні періоди, фактично не були реалізовані. Низька ефективність функціонування ДПП зумовлена низкою обмежень, серед яких ключову роль відіграють нестабільне економічне середовище, недостатній інституційний потенціал, а також ризики, пов'язані з військовою агресією з боку росії (Маслов, 2025).

Аналіз розглянутих форм стратегічного партнерства демонструє суттєву різноманітність підходів до організації спільної діяльності між суб'єктами бізнес-відносин. Кожна з моделей характеризується власними перевагами й обмеженнями, що визначає її ефективність у різних галузевих або територіальних умовах. Так, спільні підприємства найдоцільніше застосовуються у капіталомістких сферах, зокрема в енергетиці та видобувній промисловості, тоді як стратегічні альянси й аутсорсингові моделі більш ефективні для технологічної модернізації та розширення ринків збуту.

У сучасному бізнес-середовищі співпраця та партнерство стали ключовими стратегіями підвищення конкурентоспроможності та стимулювання інновацій. Розуміючи тонкощі співпраці, організації

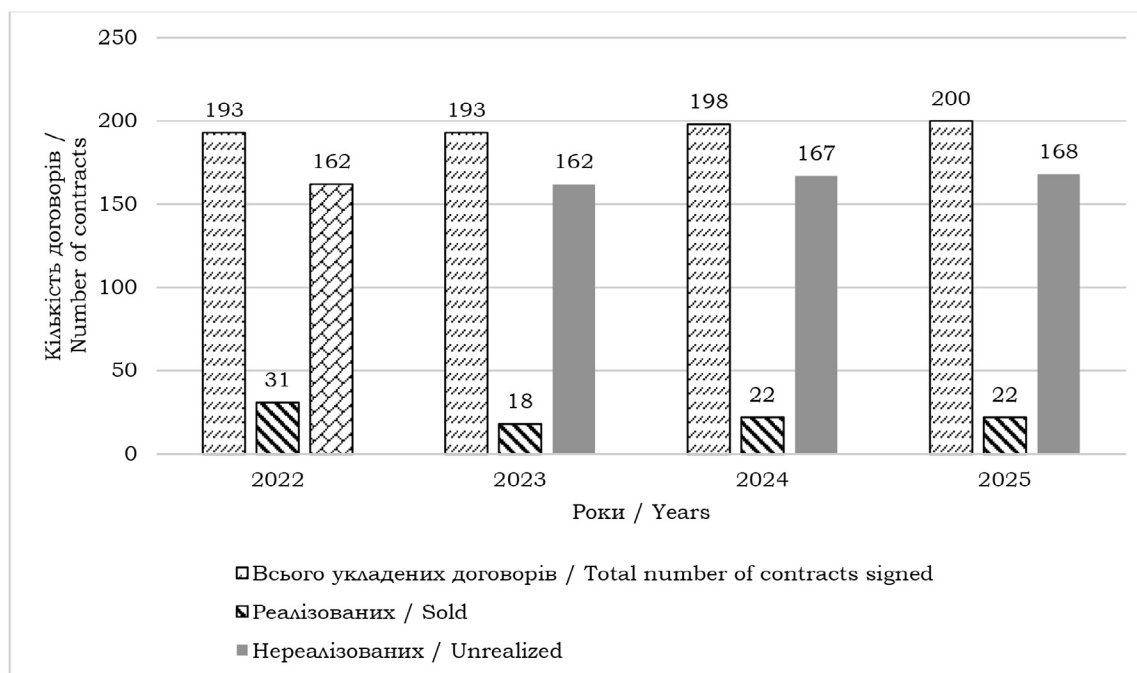


Рис. 6. Кількість проектів, укладених на умовах державно-приватного партнерства в Україні за період 2022–2025 рр.

Fig. 6. Number of projects concluded under public-private partnership agreements in Ukraine for the period 2022–2025

Джерело: побудовано за (Галинська, Щербаченко, Ярова, & Пархоменко, 2025)

Source: based on (Halynska, Shcherbachenko, Yarova, & Parkhomenko, 2025)

можуть використовувати ці відносини для досягнення сталого зростання та збереження конкурентної переваги на динамічних ринках (Filipishyna, Patuk, Klenin, 2025). Партнерства, чи то у формі стратегічних альянсів, спільних підприємств чи мережових угод, відкривають можливості для розподілу ризиків, виходу на нові ринки та доступу до взаємодоповнюючих активів і компетенцій.

Для української економіки, яка перебуває на етапі масштабного відновлення, найбільші перспективи мають ті форми співпраці, що поєднують гнучкість управлінських рішень із можливістю впровадження сучасних технологій та інноваційних підходів до управління. Зокрема, стратегічні альянси з провідними міжнародними корпораціями сприяють швидкому трансферу технологій, а участь у кластерних об'єднаннях формує стійкі виробничо-наукові екосистеми на регіональному рівні (Klius, Sieriebriak & Fomenko (2023). Водночас ефективність таких моделей значною мірою залежить від розвитку інституційного середовища, гарантій захисту інвесторів та прозорих механізмів координації між учасниками партнерства.

У контексті післявоєнного відновлення України стратегічне партнерство набуває особливої ваги. Формування довгостроко-

вих альянсів із міжнародними компаніями, науковими установами та інституційними інвесторами створює можливості для комплексної модернізації економічної інфраструктури шляхом залучення іноземного капіталу й сучасних технологій (Chaltseva & Loboda, 2024). Крім того, така співпраця сприяє створенню нових робочих місць, що є особливо актуальним в умовах внутрішньої міграції населення та необхідності інтеграції переміщених осіб у виробничі процеси.

Висновки. У результаті проведеного дослідження встановлено, що стратегічне партнерство є ефективною інноваційною формою взаємодії суб'єктів господарювання, яка забезпечує підвищення їх конкурентоспроможності в умовах динамічного бізнес-середовища. Обґрунтовано, що в умовах глобалізації, цифровізації та зростання невизначеності партнерські відносини стають ключовим інструментом оптимізації ресурсів, зниження ризиків та прискорення інноваційних процесів.

Узагальнення теоретичних підходів дозволило уточнити сутність стратегічного партнерства та виокремити його основні характеристики: довгостроковість, взаємовигідність, спільність стратегічних цілей і розподіл відповідальності. Проаналізовано сучасні форми партнерства (стратегічні

альянси, кластери, мережеві структури), що підтверджують їх значний вплив на інноваційний розвиток підприємств.

Запропонована структурно-логічна модель формування стратегічного партнерства систематизує ключові етапи цього процесу (ініціювання, відбір партнерів, узгодження цілей, реалізація співпраці, оцінювання результатів) і враховує вплив внутрішніх та зовнішніх чинників. Доведено, що ефективність партнерства значною мірою залежить від рівня довіри між учасниками, якості управлінських рішень та здатності до адаптації.

З метою підвищення ефективності стратегічного партнерства запропоновано впроваджувати системний підхід до формування партнерських відносин на основі чітко визначених стратегічних цілей і кри-

теріїв відбору партнерів та використовувати структурно-логічну модель як інструмент управління процесом створення та розвитку партнерства.

Подальші наукові дослідження будуть спрямовані на розроблення методичних підходів до кількісної оцінки ефективності стратегічного партнерства, дослідження впливу цифрової трансформації на розвиток партнерських моделей взаємодії та удосконалення інструментів управління ризиками в процесі реалізації стратегічного партнерства.

Отримані результати можуть бути використані як теоретична та практична основа для формування ефективних моделей взаємодії суб'єктів господарювання в сучасних умовах.

Список використаної літератури

1. Селезньова Г. О. Особливості стратегічних партнерств у сучасних умовах господарювання. *Економіка і суспільство*. 2019. Вип. 20. С. 372–376. URL: <https://surl.li/uyjalf> (дата звернення: 15.03.2026).
2. Воскобоєва О., Ромащенко О. Стратегічне партнерство як основа сучасного бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 29. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-48>
3. Гандзіура А. Стратегічне партнерство як інструмент реалізації міжнародних двосторонніх відносин. *Юридичний вісник*. 2020. №1. С. 376–383. <https://doi.org/10.32837/yuv.v0i1.1654>
4. Сокирник І. В. Стратегічне партнерство у формуванні стратегії конкуренції підприємств малого бізнесу. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія Економічні науки*. 2021. №5. Том 1. С. 232–237. [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2021-298-5\(1\)-41](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2021-298-5(1)-41)
5. Syaifuddin S. Understanding the dynamics of collaboration and partnerships: a qualitative inquiry into enhancing competitiveness through strategic alliances and business networks. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*. 2025. Vol.5. Issue. 1. Pp. 110–120. <https://doi.org/10.52970/grmapb.v5i1.66>
6. Shkoda T., Tepliuk M., Sahaidak, M. Intellectual Potential Management in Forming Strategic Partnership of Science-Business-Education. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2020. Vol. 6. №5. P. 221–232. <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2020-6-5-221-232>
7. Oskam, I., Bossink, B., & de Man, A.-P. (2021). Valuing Value in Innovation Ecosystems: How Cross-Sector Actors Overcome Tensions in Collaborative Sustainable Business Model Development. *Business & Society*. Vol. 60, Issue 5. Pp. 1059–1091. <https://doi.org/10.1177/0007650320907145>
8. Klimas P., Czakon W. Species in the wild: a typology of innovation ecosystems. *Review of Managerial Science*. 2021. Vol. 15. №8. P. 2497–2535. <https://doi.org/10.1007/s11846-020-00439-4>
9. Klimas P., Gadomska-Lila K., Sachpazidu E. Operationalization of coopetition performance: challenge accepted. *Review of Managerial Science*. 2024. Vol. 18. №6. P. 1827–1861. <https://doi.org/10.1007/s11846-024-00746-0>
10. Chemmanur T. J., Shen Y., Xie, J. Innovation beyond firm boundaries: Strategic alliances and corporate innovation. *Journal of Corporate Finance*. 2023. Vol. 80. №102418. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2023.102418>

References

1. Seleznova, H. O. (2019). Characteristics of strategic partnerships in today's business environment. *Ekonomika i suspilstvo*, 20, 372–376. <https://surl.li/uyjalf> (in Ukrainian)
2. Voskoboieva, O. & Romashchenko, O. (2021). Strategic partnerships as the foundation of modern business. *Ekonomika i suspilstvo*, 29. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-48>
3. Handziura, A. (2020). Strategic Partnership as a tool for fostering bilateral international relations. *Yurydychnyi visnyk*, (1), 376–383. <https://doi.org/10.32837/yuv.v0i1.1654> (in Ukrainian)
4. Sokymyk, I. V. (2021). Strategic partnerships in developing competitive strategies for small businesses. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Seriya Ekonomichni nauky*, (5(1)), 232–237. [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2021-298-5\(1\)-41](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2021-298-5(1)-41) (in Ukrainian)
5. Syaifuddin, S. (2025). Understanding the dynamics of collaboration and partnerships: a qualitative inquiry into enhancing competitiveness through strategic alliances and business networks. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 5(1), 110–120. <https://doi.org/10.52970/grmapb.v5i1.66>
6. Shkoda, T., Tepliuk, M., & Sahaidak, M. (2020). Intellectual Potential Management in Forming Strategic Partnership of Science-Business-Education. *Baltic Journal of Economic Studies*, 6(5), 221–232. <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2020-6-5-221-232>
7. Oskam, I., Bossink, B. & Ard-Pieter de Man (2020). Valuing Value in Innovation Ecosystems: How Cross-Sector Actors Overcome Tensions in Collaborative Sustainable Business Model Development. *Business & Society*, 60(5), 1059–1091. <https://doi.org/10.1177/0007650320907145>
8. Klimas, P., & Czakon, W. (2021). Species in the wild: a typology of innovation ecosystems. *Review of Managerial Science*, 15(8), 249–282. <https://doi.org/10.1007/s11846-020-00439-4>
9. Klimas, P., Gadomska-Lila, K., & Sachpazidu, E. (2024). Operationalization of coopetition performance: challenge accepted. *Review of Managerial Science*, 18(6), 2039–2079. <https://doi.org/10.1007/s11846-024-00746-0>
10. Chemmanur, T. J., Shen, Y., & Xie, J. (2023). Innovation beyond firm boundaries: Strategic alliances and corporate innovation. *Journal of Corporate Finance*, 80, 102418. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2023.102418>

11. Noviaristanti S., Acur N., Mendibil K. The different roles of innovation intermediaries to generate value. *Management Review Quarterly*. 2024. Vol. 74. №4. P. 2545–2577. Article 104438. <https://doi.org/10.1007/s11301-023-00364-2>
12. Kohtamäki M., Rabetino R., Huikkola T. Learning in strategic alliances: Reviewing the literature streams and crafting the agenda for future research. *Industrial Marketing Management*. 2023. Vol. 110. P. 68–84. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2023.02.011>
13. Gao Y., Zan X., Zhang Y. Coopetition strategy and innovation performance: a fuzzy-set qualitative comparative analysis. *Technology Analysis & Strategic Management*. 2025. Vol. 37. №13. P. 4184–4198. <https://doi.org/10.1080/09537325.2024.2441809>
14. Sarkar, G., Singh, S., Vijay, T. S., & Jain, P. (2025). A hierarchical approach to coopetition: Leveraging critical success factors to drive innovation performance. *Journal of General Management*. <https://doi.org/10.1177/03063070251396317>
15. It Nguyen Van. Impact of Entrepreneurial Competencies and Coopetition Strategy on Sustainable Performance: A Moderated Mediation Model. *Asian Academy of Management Journal*. 2025. Vol. 30. №1. P. 121–148. <https://doi.org/10.21315/aamj2025.30.1.5>
16. Jatobá M. N., Franco M., Rodrigues M. The Role of Communication Between Partners in the Process of Strategic Alliances: A Systematic Literature Review. *Journal of Business & Industrial Marketing*. 2022. Vol. 38. №7. P. 1511–1531. <https://doi.org/10.1108/JBIM-09-2021-0440>
17. Bouncken R. B., Fredrich V., Ritala P., Kraus, S. Innovation Alliances: Balancing Value Creation Dynamics, Competitive Intensity and Market Overlap. *Journal of Business Research*. 2020. Vol. 115. P. 248–261. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.10.004>
18. Zahoor N., Khan Z., Marinova S., Cui L. Ambidexterity in Strategic Alliances: An Integrative Review of the Literature. *International Journal of Management Reviews*. 2024. Vol. 26. P. 82–109. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12348>
19. Xia S., Song J., Ameen N., Vrontis, D. What Changes and Opportunities Does Big Data Analytics Capability Bring to Strategic Alliance Research? A Systematic Literature Review. *International Journal of Management Reviews*. 2024. Vol. 26. №1. P. 34–53. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12350>
20. Дугінець Г., Ніжейко К. Міжнародні стратегічні альянси: співпраця компаній в ІТ-сфері. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2020. Вип. 113. № 6. С. 35–47. [https://doi.org/10.31617/zt.knute.2020\(113\)03](https://doi.org/10.31617/zt.knute.2020(113)03)
21. Руденко В., Ковтун М. Публічно-приватне партнерство як каталізатор підприємництва та соціальних інновацій. Економіка і регіон. 2025. Вип. 3. № 98. С. 38–46. [https://doi.org/10.26906/EiR.2025.3\(98\).3897](https://doi.org/10.26906/EiR.2025.3(98).3897)
22. Dunska A., Boyarinova K., Kravchenko M. Scientific Approach to Determining the Vectors of Innovative Development of Industrial Enterprises. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2021. Vol. 7. №4. P.231–242. <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2021-7-4-231-242>
23. Данилюк М. О., Крихівська Н. О., Данилюк-Черних І. М. Стратегічне партнерство суб'єктів господарювання з позицій поведінкової економіки. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2020. Вип. 29. С. 41–46. <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2020-29-8>
11. Noviaristanti, S., Acur, N., & Mendibil, K. (2024). The different roles of innovation intermediaries to generate value. *Management Review Quarterly*, 74(4), 2545–2577. Article 104438. <https://doi.org/10.1007/s11301-023-00364-2>
12. Kohtamäki, M., Rabetino, R., & Huikkola, T. (2023). Learning in strategic alliances: Reviewing the literature streams and crafting the agenda for future research. *Industrial Marketing Management*, 110, 68–84. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2023.02.011>
13. Gao, Y., Zan, X., & Zhang, Y. (2025). Coopetition strategy and innovation performance: a fuzzy-set qualitative comparative analysis. *Technology Analysis & Strategic Management*, 37(13), 4184–4198. <https://doi.org/10.1080/09537325.2024.2441809>
14. Sarkar, G., Singh, S., Vijay, T. S., & Jain, P. (2025). A hierarchical approach to coopetition: Leveraging critical success factors to drive innovation performance. *Journal of General Management*. <https://doi.org/10.1177/03063070251396317>
15. It Nguyen Van (2025). Impact of Entrepreneurial Competencies and Coopetition Strategy on Sustainable Performance: A Moderated Mediation Model. *Asian Academy of Management Journal*, 30(1), 121–148. <https://doi.org/10.21315/aamj2025.30.1.5>
16. Jatobá, M. N., Franco, M., & Rodrigues, M. (2022). The Role of Communication Between Partners in the Process of Strategic Alliances: A Systematic Literature Review. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 38(7), 1511–1531. <https://doi.org/10.1108/JBIM-09-2021-0440>
17. Bouncken, R. B., Fredrich, V., Ritala, P., & Kraus, S. (2020). Innovation Alliances: Balancing Value Creation Dynamics, Competitive Intensity and Market Overlap. *Journal of Business Research*, 115, 248–261. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.10.004>
18. Zahoor, N., Khan, Z., Marinova, S. & Cui L. (2024). Ambidexterity in Strategic Alliances: An Integrative Review of the Literature. *International Journal of Management Reviews*, 26, 82–109. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12348>
19. Xia, S., Song, J., Ameen, N., & Vrontis, D. (2024). What Changes and Opportunities Does Big Data Analytics Capability Bring to Strategic Alliance Research? A Systematic Literature Review. *International Journal of Management Reviews*, 26(1), 34–53. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12350>
20. Duhinets, H., & Nizheiko, K. (2020). International Strategic Alliances: Cooperation of Companies in the IT Sphere. *Foreign Trade: Economics, Finance, Law*, 113(6), 35–47. [https://doi.org/10.31617/zt.knute.2020\(113\)03](https://doi.org/10.31617/zt.knute.2020(113)03) (in Ukrainian)
21. Rudenko, V., & Kovtun, M. (2025). Public-private Partnership as a Catalyst for Entrepreneurship and Social Innovation. *Economics and Region*, 3(98), 38–46 [https://doi.org/10.26906/EiR.2025.3\(98\).3897](https://doi.org/10.26906/EiR.2025.3(98).3897) (in Ukrainian)
22. Dunska, A., Boyarinova, K., & Kravchenko, M. (2021). Scientific Approach to Determining the Vectors of Innovative Development of Industrial Enterprises. *Baltic Journal of Economic Studies*, 7(4), 231–242. <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2021-7-4-231-242>
23. Danyliuk, M. O., Krykhivska, N. O. & Danyliuk-Chernykh I. M. (2020). Strategic partnerships among business entities from the perspective of behavioral economics. *Naukovy visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriya: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo*, 29, 41–46. <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2020-29-8> (in Ukrainian)

24. Бабіна В., Маслова Н., Остропольська Є. Динаміка стратегічних партнерств у контексті глобальних викликів безпеки. *Society and Security*. 2025. №4 (10). С. 12–19. [https://doi.org/10.26642/sas-2025-4\(10\)-12-19](https://doi.org/10.26642/sas-2025-4(10)-12-19)
25. Литвиненко П. О., Литвиненко Н. П. Стратегічні альянси як інструмент синергії міжнародного бізнесу. *Економічний простір*. 2024. №190. С. 87–91. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/190-16>
26. Mariam S. Exploring collaboration and partnerships: a qualitative study on strategic alliances and business networking for value creation. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*. 2025. Vol. 5. Issue 2. <https://doi.org/10.52970/grmapb.v5i2.1170>
27. Луценко І. С. Євроінтеграція як чинник розвитку транспортно-логістичних кластерів в Україні. *Підприємництво та інновації*. 2021. Вип. 16. С. 67–74. <https://doi.org/10.37320/2415-3583/16.11>
28. McPhillips M. Innovation by proxy – clusters as ecosystems facilitating open innovation. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*. 2020. №16 (3). P. 101–128. <https://doi.org/10.7341/20201634>
29. Laiko O., Kovalenko S., Bilousov O. Prospects for the development of cluster forms of entrepreneurship in Euroregions. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2020. №6 (5). P. 118–128. <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2020-6-5-118-128>
30. Помаза-Пономаренко А. Л. Кластерні організації як актори надання послуг підтримки малому та середньому бізнесу в умовах сучасних викликів. *Публічне управління та адміністрування в Україні*. 2025. Вип. 47. С. 152–157. <https://doi.org/10.32782/pma2663-5240-2025.47.26>
31. Іпполітова І. Я., Селезньова Г. О. Стратегічні партнерства підприємств як напрям їхнього зовнішнього розвитку. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 28. С. 99–106.
32. Хитрова О. А. Франчайзинг як інституційна модель організації підприємства в умовах цифрової трансформації економіки. *Сталий розвиток економіки*. 2026. №1 (58). С. 83–88. <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2026-58-13>
33. Когут М., Прокопишин-Рашкевич Л. Стан та перспективи розвитку ринку франчайзингових послуг в Україні. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 51. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-53>
34. Крисак А., Крисак А. Управління аутсорсингом: теоретичні аспекти. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 53. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-23>
35. Реверенда Н., Реверенда М., Телестаков Є. Аутсорсинг як інструмент управління людськими ресурсами в умовах глобалізації. *Економіка та суспільство*. 2024. №61. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-119>
36. Мрочко Н. Світовий досвід управління аутсорсинговими бізнес-організаціями. *Економіка і організація управління*. 2026. Вип. 4 (60). С. 106–115. <https://doi.org/10.31558/2307-2318.2025.4.10>
37. Агейкін О. Фінансовий лізинг в Україні: переваги, недоліки та шляхи вдосконалення. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2025. Вип. 24. С. 199–206. <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2025.24.20>
38. Гриценко К. Г., Биців М. М. Особливості використання лізингу як інструменту фінансування малого та середнього бізнесу в Україні. *Ефективна економіка*. 2023. №3. <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.3.51>
39. Хачатрян В. В., Менчинська О. М. Сучасний стан та тенденції розвитку міжнародного ринку лізингових послуг. *Економічний вісник. Серія: фінанси, облік, оподаткування*. 2021. Вип. 8. С. 114–125.
24. Babina, V., Maslova, N. & Ostropolska, Ye. (2025). The evolution of strategic partnerships in the context of global security challenges. *Society and Security*, (4(10)), 12–19. [https://doi.org/10.26642/sas-2025-4\(10\)-12-19](https://doi.org/10.26642/sas-2025-4(10)-12-19) (in Ukrainian)
25. Lytvynenko, P. O. & Lytvynenko, N. P. (2024). Strategic alliances as a tool for synergy in international business. *Ekonomichnyi prostir*, (190), 87–91. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/190-16> (in Ukrainian)
26. Mariam, S. (2025). Exploring collaboration and partnerships: a qualitative study on strategic alliances and business networking for value creation. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 5(2). <https://doi.org/10.52970/grmapb.v5i2.1170>
27. Lutsenko, I. S. (2021). European integration as a factor in the development of transport and logistics clusters in Ukraine. *Pidpriemnytstvo ta innovatsii*, 16, 67–74. <https://doi.org/10.37320/2415-3583/16.11> (in Ukrainian)
28. McPhillips, M. (2020). Innovation by proxy – clusters as ecosystems facilitating open innovation. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, (6 (3)), 101–128. <https://doi.org/10.7341/20201634>
29. Laiko, O., Kovalenko, S. & Bilousov O. (2020). Prospects for the development of cluster forms of entrepreneurship in Euroregions. *Baltic Journal of Economic Studies*, (6 (5)), 118–128. <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2020-6-5-118-128>
30. Pomaza-Ponomarenko, A. L. (2025). Cluster organizations as providers of support services to small and medium-sized businesses in the face of today's challenges. *Publichne upravlinnia ta administruvannya v Ukraini*, 47, 152–157. <https://doi.org/10.32782/pma2663-5240-2025.47.26> (in Ukrainian)
31. Ippolitova, I. Ya. & Seleznova, H. O. (2019). Strategic partnerships among businesses as a focus of their external development. *Infrastruktura rynku*, 28, 99–106. (in Ukrainian)
32. Khytrova, O. A. (2026). Franchising as an institutional model for business organization in the context of the digital transformation of the economy. *Stalyi rozvytok ekonomiky*, (1(58)), 83–88. <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2026-58-13> (in Ukrainian)
33. Kohut, M. & Prokopyshyn-Rashkevych, L. (2023). The current state and future prospects of the franchise services market in Ukraine. *Ekonomika ta suspilstvo*, 51. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-53> (in Ukrainian)
34. Krysak, A. & Krysak, A. (2023). Outsourcing management: theoretical aspects. *Ekonomika ta suspilstvo*, 53. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-23> (in Ukrainian)
35. Reverenda, N., Reverenda, M. & Telestakov Ye. (2024). Outsourcing as a human resource management tool in the context of globalization. *Ekonomika ta suspilstvo*, (61). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-119> (in Ukrainian)
36. Mrochko, N. (2026). Global experience in managing outsourced business organizations. *Ekonomika i orhanizatsiia upravlinnia*, 4(60), 106–115. <https://doi.org/10.31558/2307-2318.2025.4.10> (in Ukrainian)
37. Aheikin, O. (2025). Financial leasing in Ukraine: advantages, disadvantages, and ways to improve. *Tavriskyi naukovyi visnyk. Seria: Ekonomika*, 24, 199–206. <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2025.24.20> (in Ukrainian)
38. Hrytsenko, K. H. & Bytsiv, M. M. (2023). Features of using leasing as a financing tool for small and medium-sized businesses in Ukraine. *Efektivna ekonomika*, (3). <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.3.51> (in Ukrainian)
39. Khachatryan, V. V. & Menchynska, O. M. (2021). Current status and development trends in the international leasing services market. *Ekonomichnyi visnyk. Seria: finansy, oblik, opodatkuvannia*, 8, 114–125. (in Ukrainian)

40. Пирог В. Венчурне фінансування інноваційної діяльності підприємств: переваги та недоліки впровадження в Україні в умовах війни. *Сталій розвиток економіки*. 2025. №2 (53). С. 574–578. <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-53-81>
41. Ясіновська І. Ф. Венчурне фінансування інноваційної діяльності підприємств з врахуванням ESG-критеріїв. *Фінансовий простір*. 2025. №4 (58). С. 155–162. [https://doi.org/10.30970/fp.4\(58\).2025.155164165](https://doi.org/10.30970/fp.4(58).2025.155164165)
42. Kolodinskyi S. B., Hutsaliuk O. M., Kramskyi, S.O. Management of inter-firm cooperative relations for the exchange of innovations by enterprises of Ukraine. *Intellectualization of Logistics and Supply Chain Management*. 2020. Vol. 15. P. 46–55. <https://doi.org/10.46783/smart-scm/2022-15-4>
43. Диха М. В., Полозова В. М., Орлов В. В. Венчурна індустрія в Україні: стан, проблеми та шляхи їх вирішення. *Економіка, управління та адміністрування*. 2025. №2 (100). С. 54–61. [https://doi.org/10.26642/ema-2022-2\(100\)-54-61](https://doi.org/10.26642/ema-2022-2(100)-54-61)
44. Liu L. X., Clegg S., Pollack J. The Effect of Public-Private Partnerships on Innovation in Infrastructure Delivery. *Project Management Journal*. 2024. Vol. 55. №1. P. 31–49. <https://doi.org/10.1177/87569728231189989>
45. Галинська Ю. В., Щербаченко В. О., Ярова І. Є., Пархоменко Д. В. Державно-приватне партнерство як інструмент післявоєнної відбудови України в умовах сучасних трансформацій. *Здобутки економіки: перспективи та інновації*. 2025. № 22. <https://doi.org/10.5281/zenodo.17294624>
46. Маслов К. С. Публічно-приватне партнерство в Україні: сучасний стан та проблемні аспекти. *Право та державне управління*. 2025. № 2. С. 222–228. <https://doi.org/10.32782/pdu.2025.2.30>
47. Filipishyna L., Patuk S., Klenin O. Strategic Management of Innovative Development of an Industrial Enterprise. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2025. Vol. 11. №4. <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2025-11-4-269-275>
48. Klius Y., Sieriebriak K., Fomenko D. Application of a System-Synergistic Approach to Managing the Sustainable Development of Regional Enterprises while Ensuring Their Economic Security. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2023. Vol. 9. №5. P. 100–110. <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2023-9-5-100-110>
49. Чальцева О. М., Лобода Д. О. Державно-приватне партнерство як перспективний механізм повоєнного відновлення України. *Public networks and communications*. 2024. № 2. С. 11–18. <https://doi.org/10.31558/3083-5895.2024.2.2>
40. Pyroh, V. (2025). Venture capital financing for business innovation: advantages and disadvantages of implementation in Ukraine during wartime. *Stalyi rozvytok ekonomiky*, (2(53)), 574–578. <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-53-81> (in Ukrainian)
41. Yasinovska, I. F. (2025). Venture capital financing for innovative business activities, taking ESG criteria into account. *Finansovyi prostir*, (4(58)), 155–162. [https://doi.org/10.30970/fp.4\(58\).2025.155164165](https://doi.org/10.30970/fp.4(58).2025.155164165) (in Ukrainian)
42. Kolodinskyi, S. B., Hutsaliuk, O. M. & Kramskyi, S.O. (2022). Management of inter-firm cooperative relations for the exchange of innovations by enterprises of Ukraine. *Intellectualization of Logistics and Supply Chain Management*, 15, 46–55. DOI: <https://doi.org/10.46783/smart-scm/2022-15-4>
43. Dykha, M. V., Polozova, V. M. & Orlov, V. V. (2025). The venture capital industry in Ukraine: current status, challenges, and solutions. *Ekonomika, upravlinnia ta administruvannia*, (2(100)), 54–61. [https://doi.org/10.26642/ema-2022-2\(100\)-54-61](https://doi.org/10.26642/ema-2022-2(100)-54-61) (in Ukrainian)
44. Liu, L. X., Clegg, S. & Pollack, J. (2024). The Effect of Public-Private Partnerships on Innovation in Infrastructure Delivery. *Project Management Journal*, 55(1), 31–49. <https://doi.org/10.1177/87569728231189989>
45. Halynska, Yu. V., Shcherbachenko, V. O., Yarova, I. Ye. & Parkhomenko, D.V. (2025). Public-private partnerships as a tool for Ukraine's postwar reconstruction amid contemporary transformations. *Zdobutky ekonomiky: perspektyvy ta innovatsii*, (22). <https://doi.org/10.5281/zenodo.17294624> (in Ukrainian)
46. Maslov, K. S. (2025). Public-private partnerships in Ukraine: current status and challenges. *Pravo ta derzhavne upravlinnia*, (2), 222–228. <https://doi.org/10.32782/pdu.2025.2.30> (in Ukrainian)
47. Filipishyna, L., Patuk, S. & Klenin, O. (2025). Strategic Management of Innovative Development of an Industrial Enterprise. *Baltic Journal of Economic Studies*, 11(4). <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2025-11-4-269-275>
48. Klius, Y., Sieriebriak, K. & Fomenko, D. (2023). Application of a System-Synergistic Approach to Managing the Sustainable Development of Regional Enterprises while Ensuring Their Economic Security. *Baltic Journal of Economic Studies*, 9(5), 100–110. <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2023-9-5-100-110>
49. Chaltseva, O. M. & Loboda, D. O. (2024). Public-private partnerships as a promising mechanism for Ukraine's post-war recovery. *Public networks and communications*, (2), 11–18. <https://doi.org/10.31558/3083-5895.2024.2.2> (in Ukrainian)

Tetyana Yashchuk,

PhD (Economics), Associate Professor, Uman National University, 2, Sadova St., Uman, 20300, Ukraine
tetyanayashchuk@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0001-7359-5867>

STRATEGIC PARTNERSHIPS AS AN INNOVATIVE FORM OF COOPERATION AMONG BUSINESS ENTITIES IN THE MODERN BUSINESS ENVIRONMENT

Abstract. This article examines the nature and role of strategic partnerships as an innovative form of interaction among business entities in today's business environment. It justifies the relevance of developing partnerships in the context of globalization, the digitalization of the economy, intensifying competition, and the need for enterprises to adapt quickly to dynamic changes in the market environment. It is determined that strategic partnerships are an important tool for ensuring the long-term development of enterprises, facilitating the pooling of resources, competencies, and knowledge to achieve common strategic goals and build competitive advantages.

The theoretical and methodological foundations for forming strategic partnerships are outlined, and their key characteristics, principles, and benefits for participants are identified. Particular attention is paid

to the study of a structural-logical model for forming strategic partnerships, which reflects the sequence of stages in establishing partnership relations – from initiating cooperation and selecting partners to implementing joint projects and evaluating the effectiveness of the collaboration. The proposed model takes into account the influence of internal and external factors, mechanisms for coordinating participants' actions, and partnership management tools.

This study analyzes the main forms of strategic partnerships, including strategic alliances, clusters, network structures, and cooperative models of interaction. It has been established that their use contributes to increasing enterprises' innovation activity, optimizing resource utilization, reducing risks, expanding market opportunities, and accelerating the implementation of innovations. The key factors for the success of strategic partnerships have been identified, including trust among participants, alignment of goals, effective management, high-quality communication, and the ability to adapt to changes in the external environment. The main challenges and risks associated with developing partnerships are outlined, and strategies for minimizing them are proposed. It is concluded that strategic partnerships serve as an important tool for ensuring the sustainable development of enterprises and enhancing their competitiveness amid current economic transformations.

Keywords: *Strategic Partnership, Innovation, Business Environment, Competitiveness, Strategic Alliances, Clusters, Factoring, Franchising, Leasing, Outsourcing, Venture Capital, Public-Private Partnership.*

JEL Classification: F29; L14; M13; M21; O31.

In cites: Yashchuk, T. (2026). Strategic partnerships as an innovative form of cooperation among business entities in the modern business environment. *Social Economics*, 74, 136–152. <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2026-74-12> (In Ukrainian)

Конфлікт інтересів: автори повідомляють про відсутність конфлікту інтересів.

Conflict of Interest: The authors declare no conflict of interest.

Автори підтверджують, що при написанні наукової статті ресурс штучного інтелекту не використовувався.

The authors confirm that no artificial intelligence resources were used in the writing of the scientific article

Стаття надійшла до редакції 16.03.2026 р.

Received: 16 March 2026

Стаття пройшла рецензування 20.04.2026 р.

Revised: 20 April 2026

Стаття рекомендована до друку 05.05.2026 р.

Accepted: 05 May 2026

Стаття опублікована 30.05.2026 р.

Published: 30 May 2026