

УДК 334

DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/7.12>**Коба Н.В.**кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту та інновацій,
Міжнародний університет фінансів**Коба М.О.**аспірант кафедри менеджменту та інновацій,
Міжнародний університет фінансів

ФОРМИ КООПЕРАЦІЇ В БІЗНЕСІ

Предметом наукової статті є форми кооперації в бізнесі. Метою статті є аналіз, систематизація та узагальнення наявних теоретичних положень щодо сучасних форм кооперації в бізнесі. Дослідження проводилося з використанням системного підходу, наукових методів аналізу та синтезу. Результатами проведеного дослідження є узагальнення наявних форм кооперації в бізнесі та їх систематизація в єдину класифікацію. Авторами розглянуто передумови зростання процесів кооперування між окремими незалежними організаціями. Виділено такі ознаки кооперації, як взаємодія на добровільних засадах; наявність у кожній організації стратегічних цілей, які можуть бути досяжними вірогідніше під час кооперування; підвищення ефективності та стійкості бізнесу як очікуваний результат взаємодії; наявність довіри між партнерами; рівноправність та незалежність партнерів; наявність укладених угод, які визначають форму взаємозв'язків; отримання синергетичного ефекту від співпраці. У статті надано авторське визначення та викладено власне розуміння коопераційного процесу. Авторами надано зведену класифікацію організаційних форм кооперації в бізнесі залежно від виду діяльності, на розвиток якої вона спрямована. Такими видами діяльності авторами вибрано продажі, просування, виробництво, науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (НДДКР), інноваційну діяльність. В результаті дослідження виявлено, що більшість кооперацій у сучасному бізнесі спрямована на розвиток інноваційної діяльності, яка є невід'ємною частиною економіки знань. Серед них слід назвати стратегічні альянси, кластери, інноваційні мережі та бізнес-екосистеми. Головну причину таких кооперацій автори вбачають у формуванні глобальної економіки знань, у якій знання є найважливішим ресурсом та головним джерелом конкурентних переваг. В подальшому авторами як інструмент стратегічного аналізу для вибору стратегії кооперації та управління знаннями, а також організаційної форми кооперації запропоновано використовувати модель обміну ресурсами між партнерами С. Паріса та Дж.К. Хендерсона. Залежно від рівня прихованості, специфічності та складності ресурсів у представленій авторами статті матриці вибираються стратегія надання ресурсів партнеру, стратегія об'єднання, стратегія розвитку інтелектуального потенціалу та стратегія використання знань партнера.

Ключові слова: кооперація, форми, організації, взаємодія, стратегія, ресурси, знання.

Постановка проблеми. Ускладнення форм конкуренції, нестабільне й динамічне середовище глобального ринку, зростання ролі науково-дослідних розробок та їх висока вартість під час розроблення нових технологій приводять до пошуку та розвитку різних форм співпраці сучасними організаціями, адже лише взаємодія та об'єднання спільних зусиль можуть забезпечити окремим компаніям пошук певного балансу та стабільності у турбулентному зовнішньому середовищі, навіть створити конкурентні переваги, тому дослідження різних форм кооперації та їх впливу на ефективність організацій, на нашу думку, заслуговує особливої уваги та набуває високої актуальності за сучасних умов для всіх учасників глобального ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Процеси кооперації стають об'єктом багатьох сучасних теоретичних та методологічних досліджень. Базовими теоріями, які формують сучасне бачення розвитку організацій на засадах кооперування, є теорія організації, теорія конкуренції, ресурсна теорія, інноваційна теорія, теорія

інтерналізації тощо. Загалом проблема створення нових організаційних форм на засадах міжфірмової взаємодії та кооперації нині є однією з найактуальніших для науковців і практиків. Аналіз наукових публікацій виявив, що як вітчизняні, так і зарубіжні вчені приділяють цій тематиці все більше уваги. Серед них слід назвати таких іноземних дослідників, як П.Ф. Друкер, М. Портер, Ф. Котлер, М. Фуллер, К. Прахалад, М. Райсс, Г. Дінг, К. Уберг, К. Румянцева, В. Маркова, І. Трапезников, Л. Копейкіна. Серед вітчизняних учених варто виділити таких, як А. Магомедов, В. Македон, Н. Махновська, О. Дикань, О. Полякова. Незважаючи на значний обсяг наукових досліджень, присвячених питанням кооперації бізнесу, на нашу думку, відсутня деяка систематизованість щодо всіх наявних форм кооперації.

Мета статті полягає в аналізі, систематизації та узагальненні наявних теоретичних положень щодо сучасних форм кооперації в бізнесі.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні зростання значення кооперації між незалежними організаціями розглядається як одна з найважливіших

тенденцій розвитку сучасних механізмів створення вартості. На нашу думку, цьому сприяють різні процеси та передумови, які спостерігаються в сучасному глобальному середовищі. В науковій літературі виділяють такі основні причини кооперування між окремими незалежними організаціями [1; 2]:

– нестабільність у динаміці макроекономічних процесів;

- зростаюча конкуренція;
- галузеві партнери;
- зростання вимог споживачів до продуктів;
- зростаюча роль інновацій;
- акумуляція значних фінансових ресурсів;
- посилення вимог на законодавчому рівні щодо збереження довкілля.

Різні дослідники виділяють такі ознаки, розкриваючи сутність кооперації між організаціями [1–4]:

– здійснення взаємодії на добровільних засадах;

– наявність у кожній організації стратегічних цілей, які можуть бути досяжними вірогідніше під час кооперування;

– підвищення ефективності та стійкості бізнесу як очікуваний результат взаємодії;

- наявність довіри між партнерами;
- рівноправність та незалежність партнерів;
- наявність укладених угод, які визначають форму взаємозв'язків;

– отримання синергетичного ефекту від співпраці.

Отже, виходячи з наявних ознак, можемо визначити кооперацію між організаціями як будь-яку форму взаємовигідної взаємодії між незалежними організаціями задля досягнення певної стратегічної мети в бізнесі. Форми такої взаємодії можуть

бути найрізноманітнішими: від прямих контактів з ринком чи довгострокових контрактних відносин до інтегрованої діяльності як частин однієї компанії [5]. При цьому цілі можуть бути також різними, зокрема отримання доступу до певних ресурсів, скорочення витрат, здобуття нових знань та компетенцій, вихід на нові ринки, об'єднання зусиль для збереження позицій на ринку. Крім того, компанії більше схильні до укладання угод щодо кооперації, якщо останні сприяють досягненню їх стратегічних цілей з акцентом на максимізацію прибутку [6].

Як показують результати досліджень та практика бізнесу, основою ефективної взаємодії між компаніями є взаємний, погоджений вибір організаційної форми такої кооперації, тому детальніше зупинимось на видах форм кооперації (табл. 1).

Варто зазначити, що останнім часом особлива увага в науці та практиці приділяється формам кооперації, які спрямовані на розвиток інноваційної діяльності учасників в кооперації. Деякі автори називають такі форми співпраці квазіінтеграційними структурами [2; 4]. На нашу думку, такі тенденції обумовлені скороченням життєвого циклу високотехнологічної продукції, що приводить до необхідності проведення високовартісних наукових досліджень та розробок на постійних засадах. Це спричинює також кооперування в бізнесі задля зниження таких витрат. Проте головною причиною таких об'єднань насамперед є формування глобальної економіки знань та орієнтації бізнесу на розвиток знанневих компетенцій як основного джерела конкурентних переваг у динамічному середовищі.

Таким чином, надзвичайно важливим під час кооперації для учасників різних об'єднань сьогодні є визначення стратегій управління знаннями.

Таблиця 1 – Організаційні форми кооперації в бізнесі

Організаційна форма	Завдання	Вид діяльності
Угоди про дистрибуцію	– Підвищення ефективності продажів; – просування товарів на ринку; – диверсифікація ринків збуту.	Продажі та просування
Комаркетинг		
Консорціум		
Франчайзинг		
Картель		
Синдикат	– Скорочення витрат на виробництво; – зростання ефективності бізнес-процесів; – розширення ресурсної та технологічної бази.	Виробництво
Спільне підприємство		
Спільне виробництво		
Ліцензування		
Патентний пул		
Аутсорсинг	– Доступ до новітніх технологій та знань; – обмін знаннями; – робота над спільними розробками; – здешевлення НДДКР.	Інноваційна діяльність
Стратегічні альянси		
Інноваційні мережі		
Кластери		
Бізнес-екосистеми		

Джерело: складено на основі джерел [1; 2–10; 12; 13]

Як інструмент стратегічного аналізу при цьому можна використовувати модель обміну ресурсами між партнерами, яку розробили С. Паріс та Дж.К. Хендерсон (рис. 1).

Така модель (рис. 1) передбачає три виміри, які мають значення під час обміну ресурсами між

партнерами в процесі кооперації та ускладнюють їх імітацію:

- прихованість, що характеризує ресурс обміну з точки зору його форми (явної чи неявної);
- специфічність, адже рівень специфічності ресурсів високий тоді, коли ресурс розглядається

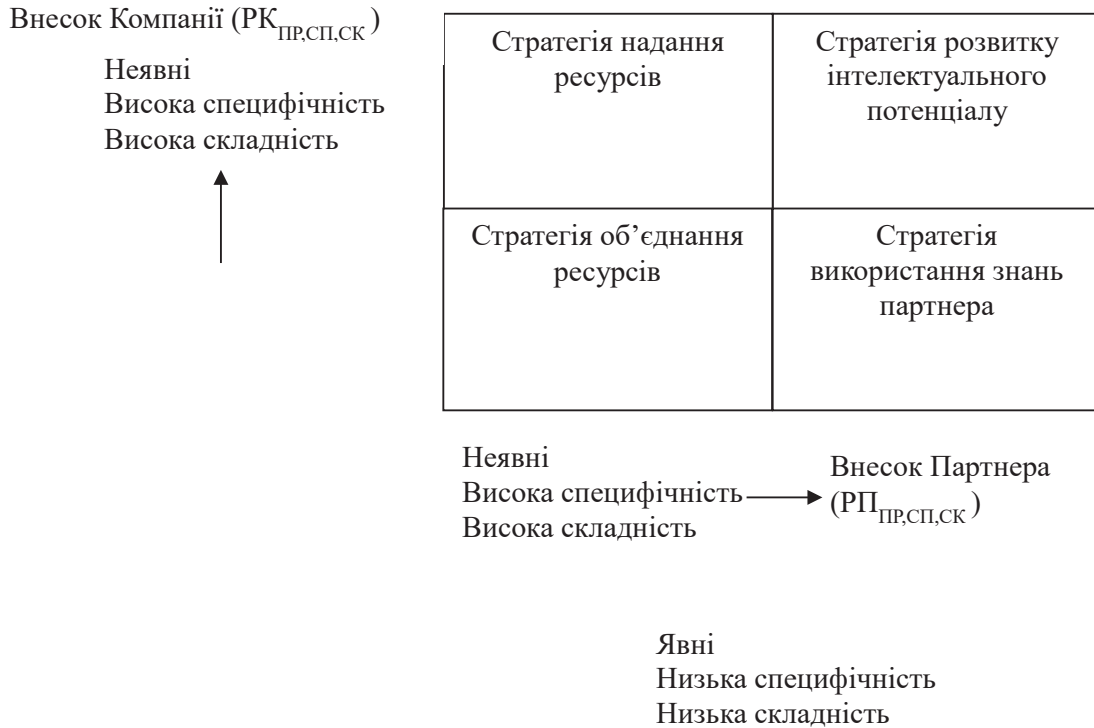


Рисунок 1 – Модель обміну ресурсами між компанією та потенційними партнерами

Джерело: складено на основі джерела [11, с. 163]

як спеціальний з точки зору потреб конкретної операції, здійснюваної або всередині компанії, або між ним та його партнерами;

– складність, оскільки рівень складності пов'язується з рівнем взаємозалежності партнерів в кооперації, яку автори моделі поділяють на такі три види, як об'єднана, послідовна та зустрічна (об'єднана виникає тоді, коли метою кооперування є поєднання ресурсів партнерів задля досягнення економії від масштабів; послідовна взаємозалежність передбачає відмінність у діяльності кожного партнера та їх лінійну послідовність задля отримання доступу до певних ресурсів знань; на відміну від інших, зустрічна взаємозалежність спрямована на інтерналізацію нових знань і навчання та передбачає одночасний обмін ресурсами між партнерами).

Ці виміри є особливими характеристиками ресурсів як потенційних джерел створення вартості.

Отже, залежно від характеристик ресурсів, які надає компанія, можна визначити її внесок, вибрати відповідну стратегію кооперації в об'єднаннях та оптимальну організаційну форму

кооперації на основі використання показника РКПР, СП, СК, високе значення якого засвідчує значимість її прихованих, специфічних та складних ресурсів (рис. 1). При цьому також враховуються можливості взаємодії та навчання, які визначаються добутком показників РКПР, СП, СК та РППР, СП, СК. Максимальна можливість створення вартості компанією та досягнення нею конкурентних переваг виникає в четвертому квадранті на основі обміну найбільш цінними ресурсами. Крім того, в такому об'єднанні для співробітників компанії є можливими навчання та обмін досвідом з партнерами, що відображає процес набуття знань із зовнішнім середовищем.

Висновки. У статті авторами проведено аналіз сучасних наукових праць щодо наявних форм кооперації в бізнесі, узагальнено та систематизовано основні форми кооперації між підприємствами. При цьому розглянуто передумови зростання процесів кооперування між окремими організаціями, виділено ознаки кооперації з наданням власного розуміння цього процесу. В подальшому надано зведену класифікацію організаційних форм кооперації в бізнесі залежно від виду діяльності, на

яку вона спрямована. За результатами дослідження встановлено, що більшість коопераційних процесів сучасного бізнесу спрямовується на розвиток інноваційної діяльності, що є невід'ємною складовою частиною економіки знань. В подальшому авторами як інструмент стратегічного аналізу для вибору коопераційної стратегії та органі-

заційної форми кооперації запропоновано модель обміну ресурсами між партнерами С. Паріса та Дж.К. Хендерсона. Вивчення процесів формування та розвитку таких форм кооперації, як стратегічні альянси, кластери, інноваційні мережі та бізнес-екосистеми, вважаємо перспективним напрямом подальших наукових досліджень.

Список використаних джерел:

1. Kasych A. International Cooperation as a Method of Improving the Firm's Competitiveness. *The WSB University in Poznan Research Journal*. 2017. Vol. 76. № 5. P. 51–61. URL: <https://wydawnictwo.wsb.pl/sites/wydawnictwo.wsb.pl/files/czasopisma-tresc/ZNPoz76.pdf>.
2. VargasHernández J.G. Relationships of cooperation between firms, communities and governments. 2007. URL: <http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/P02T3.pdf>.
3. Солнцев С., Жигалкевич Ж. Створення та розвиток квазіінтеграційних структур на основі машинобудівних підприємств. *Бізнес-навігатор*. 2019. Вип. 3–1. С. 128–132. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav_2019_3-1_27.
4. Ковбатюк М., Беник Н. Створення кластерів як перспективний напрям адаптації транспортних підприємств. *Ефективна економіка*. 2016. № 10. URL: www.economy.nayka.com.ua.
5. Rzepka A. Inter-organizational relations as a one of sources of competitive advantage of contemporary enterprises in the era of globalization. *Procedia Engineering*. 2017. Vol. 174. P. 161–170. URL: www.sciencedirect.com.
6. Kogut B. Joint ventures: Theoretical and empirical perspectives. *Strategic Management Journal*. 1988. Vol. 12 P. 319–332. URL: <http://www.wiggo.com/mgmt8510/Readings/Readings12A/kogut1988smj.pdf>.
7. Лазоренко Т., Солосіч О. Коопетиція як сучасний підхід до стратегічного управління підприємством. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2018. Вип. 6. С. 96–100. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/PSPE_print_2018_6_17.
8. Öberg C., Alexander A.T. The openness of open innovation in ecosystems – Integrating innovation and management literature on knowledge linkages. *Journal of Innovation & Knowledge*. 2019. Vol. 4. № 4. P. 211–218. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2444569X18300131>.
9. Specifics of Participation of Industrial Companies of the Railway Transport in Ukraine in Functioning of Innovation-Oriented Industrial Logistic Clusters / O. Dikan, O. Polyakova, M. Ustenko, O. Shramenko, A. Rekun. *International Journal of Engineering & Technology*. 2018. Vol. 7. № 426. P. 426–431. URL: https://www.researchgate.net/publication/332682204-Specifics_of_Participation_of_Industrial_Companies_of_the_Railway_Transport_in_Ukraine_in_Functioning_of_Innovation-Oriented_Industrial_Logistic_Clusters.
10. Махновська Н., Журавльова Т., Жаданова Ю., Петрашевська А. Стратегічний альянс як передумова створення національних кластерів. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну*. 2012. № 6 (68). С. 196–202.
11. Как превратить знания в стоимость : решения от IBM Institute for Business Value / составители: Э. Лессер, Л. Прусак ; пер. с англ. Москва : Альпина Бизнес Букс, 2006. 248 с.
12. Головій В. Інноваційна фірма: особливості організаційної структури. *Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого*. 2011. № 6. С. 95–103. URL: <http://econtlaw.nlu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/02/3-95-103.pdf>.
13. Горняк О., Доленко Л., Примаченко І. Міжорганізаційні мережі в структурі сучасної національної економіки. *Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка*. 2019. Т. 24. Вип. 4. С. 9–12. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2019_24_4_3.

References:

1. Kasych, A. (2017) “International Cooperation as a Method of Improving the Firm's Competitiveness”, *The WSB University in Poznan Research Journal*, vol. 76, no. 5, pp. 51–61, available at: <https://wydawnictwo.wsb.pl/sites/wydawnictwo.wsb.pl/files/czasopisma-tresc/ZNPoz76.pdf>.
2. VargasHernández, J.G. (2007) *Relationships of cooperation between firms, communities and governments*, available at: <http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/P02T3.pdf>.
3. Solntsev, S. and Zhyhalkevych, Zh. (2019) “Stvorennia ta rozvytok kvaziintehratsijnykh struktur na osnovi mashynobudivnykh pidpryemstv” , *Biznes-navihator*. No. 3–1, pp. 128–132, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav_2019_3-1_27.
4. Kovbatiuk, M. and Benyk, N. (2016) “Stvorennia klasteriv iak perspektyvnyj napriam adaptatsii transportnykh pidpryemstv”, *Efektivna ekonomika*, no. 10, available at: www.economy.nayka.com.ua.
5. Rzepka, A. (2017) “Inter-organizational relations as a one of sources of competitive advantage of contemporary enterprises in the era of globalization”, *Procedia Engineering*, vol. 174, pp. 161–170, available at: www.sciencedirect.com.
6. Kogut, B. (1988) “Joint ventures: Theoretical and empirical perspectives”, *Strategic Management Journal*, vol. 12, pp. 319–332, available at: <http://www.wiggo.com/mgmt8510/Readings/Readings12A/kogut1988smj.pdf>.
7. Lazorenko, T. and Solosich, T. (2018) “Koopetytsiia iak suchasnyj pidkhid do stratehichnoho upravlinnia pidpryemstvom”, *Problemy systemnoho pidkhotu v ekonomitsi*, no. 6, pp. 96–100, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/PSPE_print_2018_6_17.
8. Öberg, C. and Alexander, A.T. (2019) “The openness of open innovation in ecosystems – Integrating innovation and management literature on knowledge linkages”, *Journal of Innovation & Knowledge*, vol. 4, no. 4, pp. 211–218, available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2444569X18300131>.

9. Dikan, O., Polyakova, O., Ustenko, M., Shramenko, O. and Rekun, A. (2018) “Specifics of Participation of Industrial Companies of the Railway Transport in Ukraine in Functioning of Innovation-Oriented Industrial Logistic Clusters”, *International Journal of Engineering & Technology*, vol. 7, no. 426, pp. 426–431, available at: https://www.researchgate.net/publication/332682204_Specifics_of_Participation_of_Industrial_Companies_of_the_Railway_Transport_in_Ukraine_in_Functioning_of_Innovation-Oriented_Industrial_Logistic_Clusters.
10. Makhnov's'ka, N., Zhuravl'ova, T., Zhadanova, Yu. and Petrashevs'ka, A. (2012) “Stratehichnyj al'ians iak peredumova stvorennia natsional'nykh klasteriv”, *Visnyk kyivs'koho natsional'noho universytetu tekhnolohij ta dyzajnu*, no. 6 (68), pp. 196–202.
11. Lesser, E. and Prusack, L. (2006) *Kak prevratyt' znanyia v stoymost': Reshenyia ot IBM Institute for Business Value*, Alpina Biznes Buks, Moscow, Russia.
12. Holovij, V. (2011) “Innovatsijna firma: osoblyvosti orhanizatsijnoi struktury”, *Visnyk Natsional'noi iurydychnoi akademii Ukrainy imeni Yaroslava Mudroho*, no. 6, pp. 95–103, available at: <http://econtlaw.nlu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/02/3-95-103.pdf>.
13. Horniak, O., Dolenko, L. and Prymachenko, I. (2019) “Mizhorhanizatsijni merezhi v strukturi suchasnoi natsional'noi ekonomiky” *Visnyk Odes'koho natsional'noho universytetu. Serija : Ekonomika*, vol. 24, no. 4, pp. 9–12, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2019_24_4_3.

Koba Nataliia, Koba Maksym
International University of Finance

FORMS OF COOPERATION IN BUSINESS

The subject of this scientific article is forms of cooperation in business. The purpose of the article is to analyze, systematize and summarize the existing theoretical provisions regarding modern forms of cooperation in business. The study was conducted using a systematic approach, scientific methods of analysis and synthesis. The results of the research are generalization of existing forms of corporation in business and their systematization. The authors examined the prerequisites for the growth of cooperation processes between individual organizations and highlighted the signs of cooperation. The definition and own understanding of the cooperation process are given in the article by the authors. The article provides a summary classification of organizational forms of cooperation in business depending on the type of activity to which it is directed. The authors chose sales, distribution, production, R&D and innovation in these types of activities. The study found that most of the cooperative processes of modern business are directed to the development of innovative activities, which is an integral part of the knowledge economy. Among them are strategic alliances, clusters, innovation networks and business-ecosystems. The main reason of such cooperation authors see in formation of global knowledge economy, where knowledge is the most important resource and source of competitive advantages. As a tool for choosing cooperation strategy and organizational form of that cooperation the authors proposed a model of resource exchange between partners S. Paris and J. K. Henderson. Depending on the level of concealment, complexity and specificity of resources, the strategy of providing resources to the partner, resource pooling strategy, strategy of development of intellectual potential and strategy of using knowledge of partner are selected.

Key words: cooperation, forms, organizations, collaboration, strategy, resources, knowledge.

JEL classification: L14, L24, D83.