

організацій щодо механізмів участі громадськості у формуванні та реалізації державної, регіональної політики;

розробка Положення «Про конкурсні механізми бюджетної підтримки інститутів громадянського суспільства» і надання на конкурсних засадах фінансової підтримки для реалізації соціальних проектів інститутів громадянського суспільства;

надання системної підтримки інститутів громадянського суспільства, що дозволить залучити додаткові організаційні, фінансові і технічні ресурси для надання соціальних та інших суспільно значущих послуг;

підвищення ролі органів самоорганізації населення в житті міської громади; стимулювання ініціативи серед суб'єктів самоорганізації населення.

Список використаної літератури:

1. Регіональний розвиток та державна регіональна політика в Україні: стан і перспективи змін у контексті глобальних викликів та європейських стандартів політики. Аналітичний звіт. URL: https://www.surdp.eu/uploads/files/analytical_report_main_part_ua.pdf.
2. Європейська хартія місцевого самоврядування. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994>.
3. Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні». URL: <http://zakon5.rada.gov.ua>.

*Мних О.Б., д.е.н., професор,
Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів*

ФУНКЦІОНАЛЬНЕ ПЕРЕЗАВАНТАЖЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ АЛЬЯНСІВ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Сучасний світ характеризується складністю, мінливістю, невизначеністю та багатозначністю (т.зв. VUCA-світ). В 21 ст. формується якісно новий формат взаємовідносин бізнесу, держави, науки, інвесторів, суспільства і громадських організацій. Нового значення набувають маркетингові дослідження середовища

розвитку підприємств. Економічне середовище утворюють ті фактори, які впливають на їх фінансовий стан підприємств, перспективи розвитку, купівельну спроможність населення, рівень його доходів і структуру споживчих витрат.

Будь-яка організаційно-управлінська проблема, вимагає її ідентифікації на інтелектуальному рівні з визначенням причинно-наслідкових зв'язків компонент системи та ресурсного забезпечення (фінансово-інвестиційного, інформаційного, кадрового, маркетингового, логістичного, інноваційного, інституціонального) у просторово-часовому аспектах для її ефективного вирішення. Проблема не може бути викорінена на тому рівні, де вона проявилася: необхідно проводити дослідження на вищому управлінському рівні, адже організаційно-управлінська система не може бути кращою, ніж люди, які її створили. Тому зовнішній прояв проблеми – це індикатор компетентності та інтелектуального рівня розвитку суб'єкта управління та вибраних ним пріоритетів при певних ресурсних обмеженнях, у тому числі й часових.

В останні десятиріччя істотно змінюється об'єктна і просторово-часова база аналізу та оцінювання організаційно-управлінських структур різних форм власності і різного рівня концентрації ринкової влади в умовах глобальних трансформацій та форс-мажорних обставин. Фільтрується і пакет програм та заходів, пов'язаних з активізацією їх інноваційної діяльності, адже приватизацією та купівлею підприємствами зовнішніх знань охоплені матеріальні і нематеріальні цінності, виробничі потужності, бази даних, зібрані на основі інформації із суспільних і державних джерел, авторські права, бізнес-плани і результати маркетингових досліджень, торгові знаки, патенти, архівна інформація, суспільно значущі послуги, квоти на шкідливі викиди в навколишнє середовище тощо. Більш інтенсивними стали процеси диверсифікації ринків та видів економічної діяльності, що ставлять топ-менеджерів перед необхідністю коригування загальних та функціональних стратегій розвитку та вибору

інструментів гнучкої адаптації в мінливому середовищі. Відповідно, захист національних інтересів, що домінує в останні десятиріччя, актуалізує проблему технологічного протекціонізму у сфері технологій управління бізнесом, що видозмінює в певній мірі продуктивний профіль гравців на ринку, їх функціональні та технологічні зв'язки.

Сильний акцент менеджменту на партнерстві, а не на суто транзакційних відносинах, традиційних злиттях і поглинаннях, продажах або виході з ринку, приносить набагато більше досвіду та цінності, незалежно від того, наскільки велика чи мала організація. Для прикладу, високий відсоток стратегічних альянсів зазнає краху. Це ризик, який багато компаній більше не можуть собі дозволити. У сучасному бізнес-ландшафті, що швидко трансформується, інвестування від шести місяців до року в непродуктивні зусилля для спільної розробки передової мобільності, індустріального Інтернету речей (ІОТ), блокчейну або рішення для надання дистанційної медичної допомоги, наприклад, може призвести до великих втрачених можливостей і частки ринку.

Використовуючи дані про альянси фірм і фінансову інформацію, у роботі [1] акцентується увага на ефективність маркетингу в стратегічних альянсах, зокрема його впливу на вартість фірми в різних технологічних середовищах. Результати досліджень показують, що успіх альянсу залежить від маркетингової ефективності фірми., а технологічне середовище відіграє слабшу роль у цьому зв'язку. Це дослідження можуть надати менеджерам рекомендації щодо управління портфелями альянсів (створені колись альянси портфелів типу Toyota з Mazda, Panasonic і Softbank; Collins & Riley). Переваги, які фірми отримують від портфелів альянсів, можуть включати: придбання нових інтелектуальних ресурсів у функціях, навичках і знаннях або доступ до нових продуктивних/ринкових можливостей, які вони не можуть отримати всередині своєї компанії. Тому портфелі альянсів є важливим генератором технологічного прогресу і рушієм вартості фірми на перспективу. Цікавими є результати дослідження китайських

альянсів [2]. Членство в альянсі позитивно пов'язане з майбутніми надлишковими грошовими запасами. Порівняно з компаніями, що не є членами альянсу, членство в альянсі збільшує надлишок готівки в середньому на 19,95 млн. дол. США і позитивним є зв'язок серед фірм із серйознішими проблемами між менеджерами та акціонерами, але слабший – серед компаній із кращим корпоративним управлінням та покращеним інституційним середовищем. Орієнтація на партнерство стає необхідністю для організацій, щоб зробити це правильно (аналіз PwC глобальних даних про альянси та спільні підприємства). Загальна кількість альянсів і спільних підприємств зростає і досягла найвищого рівня з початку століття. Це підтверджує необхідність тісної співпраці і довгострокових відносин для бізнесу [3,4].

Одним з найефективніших способів реагування на зміни в бізнесі та плинності є бізнес-модель співпраці. Коли партнери працюють так, щоб бути стратегічними та відповідальними, альянси та спільні підприємства можуть процвітати. Бізнес-модель співпраці повинна описувати та пояснювати, яким чином організація створює, доставляє та фіксує значення цінності в економічному, соціальному, культурному чи іншому контексті.

Список використаної літератури:

1. Woo Li Ko, Sang Yong Kim, Jong-Ho Lee, Tae Ho Song (2020). The effects of strategic alliance emphasis and marketing efficiency on firm value under different technological environments. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296320301144>.

2. Wenrui Chen, Xinghe Liu, Yun Hong (2022). Two heads better than one? Strategic alliance and firms excess cash holdings. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296320301144>.

3. Чан Ким У., Моборн Р. Стратегія голубого океана. М: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 304 с.

4. Мних О.Б. Актуальні проблеми формування вартості і зміна моделей бізнесу авіакомпаній у конкурентному ринковому середовищі /Конкурентоспроможність підприємств у міжнародному цифровому просторі: кол. монографія за ред. Ареф'євої О.В./ О. Я. Колещук, О. Б. Мних. Київ: ФОП Маслаков Р.О., 2019. 342 с. – с.280-299.