

**Пирог В. В.**

*аспірант кафедри економіки та управління бізнесом,  
Приватне акціонерне товариство «Вищий навчальний заклад  
«Міжрегіональна Академія управління персоналом»  
м. Київ, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-431-6-9>

## **МІЖНАРОДНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК КАТАЛІЗАТОР РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ІННОВАЦІЙ В КОРПОРАЦІЯХ**

Міжнародні партнерства є важливим чинником розвитку організаційних інновацій, особливо в умовах глобалізації, яка підсилює конкуренцію та вимоги до компаній. Сучасні корпорації стикаються з постійними змінами у ринкових умовах і технологічному середовищі, що вимагає нових рішень для збереження конкурентоспроможності. Стратегічні партнерства між корпораціями дозволяють їм інтегрувати інноваційні рішення, підвищуючи їхню ефективність і забезпечуючи доступ до нових ринків та ресурсів [1; 2].

Дослідження зосереджено на аналізі міжнародних партнерств у різних галузях, таких як автомобільна промисловість, виробництво споживчих товарів та цифрові інновації. Застосовано системний підхід до аналізу партнерств між компаніями різних розмірів, зокрема співпраці між малими і середніми підприємствами та великими корпораціями. Крім того, використано методи порівняльного аналізу для оцінки ефективності партнерств у впровадженні організаційних інновацій [3].

Міжнародні партнерства дозволяють компаніям обмінюватися знаннями та технологіями, що значно підвищує їхній інноваційний потенціал. Дослідження М. Башича, Д. Влайчича та Г. Гргича показують, що партнерства у Центральній та Східній Європі сприяють розвитку нових бізнес-моделей, допомагаючи компаніям адаптуватися до змін у ринкових умовах та швидше інтегрувати новітні технології [1]. Співпраця між малими підприємствами і великими корпораціями також дає змогу малим компаніям отримати доступ до важливих ресурсів, що дозволяє їм краще реагувати на зміни у ринкових умовах та збільшувати свою конкурентоспроможність.

З іншого боку, багатонаціональні корпорації використовують партнерства для формування глобальних інноваційних екосистем. Дослідження Р. Кресченці, А. Д'євре та Ф. Нефке підкреслює, що партнерства є каталізаторами інновацій, дозволяючи компаніям збільшувати свою присутність на нових ринках та швидше адаптуватися до глобальних змін [2]. Це забезпечує корпораціям можливість не лише впроваджувати нові технології, але й вдосконалювати управлінські практики, оптимізуючи свої бізнес-процеси.

Одним із найбільш показових прикладів є партнерство між Coca-Cola і Link, яке дозволило обома компаніям покращити свої маркетингові стратегії на китайському ринку, що сприяло зміцненню їхніх позицій у регіоні [4]. Партнерство допомогло адаптувати маркетингові кампанії до місцевих умов і підвищити ефективність бізнес-процесів. Це приклад того, як міжнародні партнерства можуть сприяти не лише технологічним, але й стратегічним інноваціям у сфері маркетингу та управління.

Ще одним важливим аспектом міжнародних партнерств є їхній вплив на впровадження сталих бізнес-практик. Згідно з дослідженням Д. Хахалева (2024), міжнародні партнерства допомагають компаніям оптимізувати ланцюги постачання та адаптуватися до економічних викликів, забезпечуючи довгострокову стійкість бізнесу [5]. Це є важливим чинником для компаній, що прагнуть зберегти конкурентоспроможність у глобальному середовищі.

На основі проведеного аналізу встановлено, що міжнародні партнерства є ключовим чинником розвитку організаційних інновацій у глобальних корпораціях. Вони сприяють інтеграції нових технологій, оптимізації бізнес-моделей та зниженню ризиків, пов'язаних із впровадженням інновацій. Крім того, партнерства підвищують стійкість корпорацій до змін на ринку, сприяючи розвитку екологічно відповідальних бізнес-практик. У подальших дослідженнях доцільно розглянути більш детальні механізми впливу міжнародних партнерств на розвиток інновацій та їхній внесок у подолання глобальних економічних викликів.

### **Література:**

1. Bašić M., Vlajčić D., Grgić G. Interdependencies between international innovation partnerships: the case of Central and Eastern Europe. *Competitiveness review: an international business journal*. 2023. DOI: <https://doi.org/10.1108/cr-07-2023-0167> (дата звернення: 14.10.2024).

2. Crescenzi R., Dyèvre A., Neffke F. Innovation catalysts: how multinationals reshape the global geography of innovation. *Economic geography*. 2022. P. 1–29. DOI: <https://doi.org/10.1080/00130095.2022.2026766> (дата звернення: 14.10.2024).

3. Franco M., Haase H. Interfirm partnerships and organizational innovation: study of smes in the automotive sector. *Journal of open innovation: technology, market, and complexity*. 2020. Vol. 6. No. 4. DOI: <https://doi.org/10.3390/joitmc6040193> (дата звернення: 14.10.2024).

4. Hobbs C. Link & Coca-Cola deepen their global collaboration with a strategic partnership in China – link. *Link*. URL: <https://link-worldwide.com/link-and-coca-cola-deepen-their-global-collaboration-with-a-strategic-partnership-in-china/> (дата звернення: 14.10.2024).

5. Khakhaliev D. The role of partnership in ensuring the sustainable development of the enterprise in conditions of instability. *Ukrainian journal of applied economics and technology*. 2024. Т. 2024. № 3. P. 155–159. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2024-3-2> (дата звернення: 14.10.2024).