

Віталій Валерійович Скоробрещук,

здобувач третього (освітньо-наукового)

рівня вищої освіти,

ORCID 0009-0001-6981-6134

e-mail: scorovit@gmail.com

*ПЗВО «Східноєвропейський університет
імені Рауфа Аблязова», м. Черкаси*

СУТНІСТЬ, ЗМІСТ ТА ВИДИ КООПЕРЕНЦІЇ ЯК ІННОВАЦІЙНОЇ ФОРМИ ВЗАЄМОДІЇ

Вступ. Сучасні умови розвитку глобального економічного середовища характеризуються високою динамічністю, технологічною турбулентністю та зростанням конкурентного тиску, що вимагає від підприємств пошуку нових підходів до взаємодії та управління ресурсами. Традиційні моделі співробітництва й конкуренції поступово втрачають ефективність, оскільки не забезпечують необхідного рівня гнучкості та інноваційності для успішного функціонування на ринку. У цих умовах зростає роль кооперенції – інноваційної форми стратегічної взаємодії, яка поєднує елементи партнерства й суперництва та створює унікальний простір для спільного розвитку.

Кооперенція дозволяє підприємствам одночасно об'єднувати ресурси, знання та компетенції для досягнення спільної мети та зберегти власну автономію в конкурентній боротьбі за ринкові позиції. Такий підхід відкриває нові можливості для формування інноваційних продуктів, оптимізації витрат, підвищення ефективності ланцюгів постачання та прискорення технологічних трансформацій. Натомість відсутність усталеного розуміння сутності кооперенції, нечіткість класифікаційних ознак і брак методичних підходів до оцінки її ефективності стримують її ширше впровадження в практику бізнес-структур.

Актуальність дослідження підсилюється необхідністю теоретичного осмислення цієї форми взаємодії та розроблення інструментарію, який би сприяв формуванню та управлінню кооперенційними відносинами на різних рівнях економічної системи. Вивчення сутності, змісту та видів кооперенції дає змогу глибше зрозуміти закономірності сучасної міжорганізаційної взаємодії, визначити потенційні напрями розвитку партнерств та сформувати наукові основи



© Видавець Інститут економіки промисловості НАН України, 2025

© Видавець Академія економічних наук України, 2025

для підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах інноваційної економіки.

Постановка проблеми. В умовах зростаючої конкуренції, швидких технологічних змін та розвитку інноваційної економіки підприємства змушені шукати нові форми взаємодії, які дозволяють одночасно поєднувати переваги партнерства й конкурентної боротьби. Однією з таких форм виступає кооперенція, що передбачає одночасну кооперацію та конкуренцію між суб'єктами ринку. Попри зростаючу увагу науковців і практиків до цього феномену, кооперенція досі залишається відносно новою та недостатньо концептуалізованою сферою досліджень. Наявні наукові підходи часто фрагментарні, різняться за змістовим наповненням та не відображають повною мірою складності процесів, які супроводжують кооперенційні взаємовідносини.

Проблема полягає в тому, що відсутність чіткого визначення сутності кооперенції, її структурних елементів, меж та механізмів функціонування ускладнює розуміння цієї форми взаємодії як цілісного явища. Недостатньо розробленою залишається і класифікація видів кооперенції, що обмежує можливості практичного застосування цього підходу у стратегічному управлінні, інноваційній діяльності та розвитку міжорганізаційних партнерств. Усе це зумовлює актуальність теоретичного дослідження кооперенції як інноваційної форми стратегічної взаємодії та потребує систематизації існуючих наукових підходів, уточнення змісту поняття й визначення різновидів кооперенційних зв'язків.

Тому постає необхідність комплексного аналізу сутності, змісту та видів кооперенції з метою формування науково обґрунтованого підходу до розуміння її ролі у сучасній економічній системі та створення підґрунтя для подальшої розробки механізмів її реалізації на практиці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. За останні роки область кооперенції продемонструвала швидке зростання публікацій: з'явилося кілька систематичних оглядів і наукових мап (science mapping), які фіксують кумулятивне накопичення знань та одночасну фрагментацію підходів. Це підкреслюють нещодавні огляди, які синтезують досягнення й окреслюють траєкторії подальших досліджень [1].

Суттєву частку літератури складають праці, що досліджують взаємозв'язок кооперенції та інновацій: аналізують, як одночасна співпраця й конкуренція стимулюють створення нових продуктів,

технологічних рішень і бізнес-моделей. Огляди вказують на позитивний потенціал кооперенції для інновацій, але відзначають неоднозначність результатів через контекстні відмінності та методологічні обмеження.

Нові дослідження зосереджені на механізмах управління кооперентними зв'язками – від побудови довіри й правил взаємодії до контрактних/інституційних форм. Одночасно зростає кількість робіт, які моделюють процеси кооперенції (алгоритми взаємодії, систему розподілу результатів) та досліджують ризики (витік знань, асиметрія потужностей). Наукові мапи вказують на необхідність інтегрованих моделей управління.

Окрема хвиля праць присвячена ролі технологій (цифрові платформи, блокчейн, спільні R&D-платформи) у формуванні та масштабуванні кооперенційних мереж: технології знижують трансакційні бар'єри, полегшують розподіл інформації та можуть сприяти справедливому розподілу створеної вартості. Проте питання конфіденційності та забезпечення балансу інтересів лишаються відкритими [2].

Дослідження показують, що ефект кооперенції залежить від галузевого контексту та географічної близькості: для сервісних інновацій і кластерних структур просторові фактори можуть посилювати ефект спільної роботи. Центри досліджень також вивчають, коли кооперенція працює краще – у вертикальних ланцюгах, чи в горизонтальних конкурентних групах.

Хоча існує чимало емпіричних досліджень (крос-національних, галузевих та кейс-стаді), література відзначає проблему фрагментації методів (різні індикатори, часові горизонти, рівні аналізу), що ускладнює порівняння результатів і побудову загальних висновків. Багато оглядів закликають до уніфікації вимірювань та більшого використання довготривалих панельних даних.

Українські дослідження кооперенції поки що менш численні: є окремі статті й аналітичні матеріали, які торкаються питань кооперації/кооперенції в умовах економічної турбулентності та будови інноваційних екосистем. Проте бракує масштабних емпіричних робіт, що досліджували б кооперенцію саме в українських галузях або регіональних кластерах.

Огляди і останні статті виокремлюють такі проблеми для майбутніх досліджень: стандартизація понятійного апарату й метрік; глибше вивчення ролі технологій у зниженні ризиків витоку знань; дослідження довгострокових наслідків кооперенції для бізнес-

моделей; більш масштабні емпіричні дослідження у країнах із перехідними економіками (включно з Україною).

Останні публікації підтверджують, що кооперація – перспективна та багатовимірна тема, котра активно розвивається, але потребує методологічного уніфікування та контекстуалізованих досліджень. Для подальшої роботи варто орієнтуватись на міждисциплінарні підходи (менеджмент, інноваційна політика, ІТ) та поєднувати якісні кейси з кількісним аналізом.

Формулювання цілей дослідження. Мета статті полягає у теоретичному обґрунтуванні сутності та змісту кооперації як інноваційної форми взаємодії між суб'єктами господарювання, а також у визначенні та систематизації її основних видів з урахуванням сучасних тенденцій розвитку міжорганізаційних відносин.

Для досягнення поставленої мети в статті визначено такі основні цілі дослідження: проаналізувати наукові підходи до трактування поняття «кооперація» та уточнити його змістове наповнення як форми одночасної кооперації та конкуренції; визначити ключові ознаки та структурні елементи кооперації, які формують її відмінність від традиційних моделей співробітництва; розкрити економічну та управлінську сутність кооперації, показавши її роль у стратегічному розвитку підприємств; систематизувати та класифікувати види кооперації залежно від рівня взаємодії, стратегічних цілей, інституційних характеристик та сфери застосування; окреслити умови ефективного формування коопераційних відносин, а також потенційні переваги й ризики для учасників; сформулювати теоретичне підґрунтя для подальших досліджень механізмів упровадження кооперації в діяльність підприємств та інноваційних екосистем.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Системний аналіз основних наукових підходів до трактування поняття «кооперація» (англ. cooperation) та уточнення його змістового наповнення як форми одночасної кооперації та конкуренції дозволив сформулювати шість основних підходів його генезису.

1. Етимологічний та базовий концептуальний підхід.

Термін *cooperation* виник як комбінація слів *cooperation* та *competition*, що вже на рівні назви відображає дуальність процесу. У класичному розумінні кооперація передбачає одночасне співробітництво та суперництво між учасниками, які зберігають автономність, але об'єднують ресурси заради спільної вигоди.

Ключовий акцент: не послідовність «спочатку кооперація – потім конкуренція», а *одночасність* цих двох форм поведінки.

2. Стратегічний підхід (підприємницько-управлінська школа).

У роботах представників стратегічного менеджменту кооперенція розглядається як стратегічний інструмент підвищення конкурентних переваг, який дозволяє: взаємно використовувати ресурси та компетенції; скорочувати інноваційні цикли; ділити ризики; змагатися в межах спільно створеного ринкового простору.

У межах цього підходу кооперенція трактується як раціональна стратегія взаємодії, що дає змогу досягати результатів, недоступних у разі чистої конкуренції або чистої кооперації.

3. Інноваційно-технологічний підхід.

Науковці, які досліджують інноваційні системи, акцентують увагу на тому, що кооперенція: стимулює спільне створення знань; формує спільні R&D-середовища; забезпечує обмін технологіями, зберігаючи при цьому змагальність за кінцевий ринковий результат.

Таким чином, кооперенція є одним із важливих механізмів розвитку інноваційних екосистем, кластерів і технологічних платформ.

4. Мережевий і міжорганізаційний підхід.

У межах мережевих теорій кооперенція визначається як форма міжорганізаційної взаємодії, у якій: організації одночасно входять у спільні мережі, проекти та платформи, але залишаються конкурентами за логікою ринку. Тут увага зосереджена на ролі довіри, взаємної залежності, обміну інформацією та управління ризиками, особливо ризиком витоку знань.

5. Економіко-ігровий підхід (теорія ігор).

У теоретико-ігрових моделях кооперенція трактується як поведінкова стратегія, де: співпраця приносить спільний вигравш (win-win), але кожен гравець прагне збільшити власну вигоду, зберігаючи можливість конкуренції. Відповідно, кооперенція розглядається як рівноважний стан, у якому всі учасники отримують більшу вигоду, ніж за сценаріїв чистої конкуренції.

6. Інституційний підхід.

Деякі науковці пояснюють кооперенцію через інституційні чинники: норми, правила, угоди, механізми координації, що забезпечують баланс інтересів. Інституційні умови визначають: можливість співпраці між конкурентами; рівень прозорості обміну інформацією; мінімізацію опортуністичної поведінки.

Узагальнення змістового наповнення поняття «кооперенція». На основі аналізу підходів, кооперенцію можна визначити як: інноваційну форму міжорганізаційної взаємодії, що передбачає одночасне поєднання елементів кооперації та конкуренції між суб'єктами, які співпрацюють для створення спільної цінності, зменшення

витрат і прискорення інновацій, але водночас змагаються за індивідуальні ринкові позиції та результати.

Її змістове наповнення охоплює: спільне використання ресурсів; створення взаємної цінності; обмін знаннями та технологіями; збереження автономності; конкуренцію за кінцевого споживача; ризики витоку інформації та необхідність інституційного захисту; баланс інтересів між партнерами-конкурентами.

Кооперенція є складним багатовимірним феноменом, який поєднує логіку кооперації та логіку конкуренції. Вона базується на ідеї, що підприємства можуть отримати більшу вигоду, створюючи спільну додану вартість, а потім конкуруючи за її розподіл на ринку. Це робить кооперенцію ефективною інноваційною формою стратегічної взаємодії, особливо в умовах швидких технологічних змін та високої ринкової динаміки.

Визначення ознак та структурних елементів кооперенції, які принципово відрізняють її від традиційних моделей співробітництва (кооперації або конкуренції окремо) показало наступне:

1. Ключові ознаки кооперенції:

1.1. Одночасність конкуренції та співпраці.

Головною ознакою є *паралельне існування* двох протилежних форм взаємодії: співпраця – у сферах, де це створює спільну вигоду; конкуренція – на ринку збуту, у боротьбі за споживача чи домінування. Це не чергування, а синхронна взаємодія, що кардинально відрізняє кооперенцію від звичайного партнерства.

1.2. Спільне створення доданої цінності.

Учасники кооперенції об'єднують ресурси, компетенції або інноваційні можливості, щоб створити продукт чи технологію, недоступну кожному окремо. При цьому кооперенція спрямована на зростання сумарної цінності, а не лише на її перерозподіл.

1.3. Збереження стратегічної автономності.

Попри співпрацю, учасники залишаються незалежними ринковими агентами, які: мають власні цілі; контролюють ключові ресурси; самостійно приймають стратегічні рішення. Ця ознака забезпечує баланс між взаємною вигодою та конкурентним самозбереженням.

1.4. Взаємозалежність і взаємний інтерес.

Кооперенція виникає там, де учасники: не можуть досягти бажаних результатів самостійно; мають взаємодоповнювані ресурси чи компетенції; відчують потребу у зниженні ризиків або витрат. Тому кооперенцію можна розглядати як форму раціональної залежності, яка забезпечує синергію.

1.5. Підвищений рівень ризиків (насамперед ризик витоку знань).

На відміну від традиційної кооперації, конкуренти в кооперенції стикаються з: ризиком втрати технологічних та інтелектуальних переваг; асиметрією доступу до інформації; ризиком опортуністичної поведінки. Це формує потребу у спеціальних механізмах захисту.

1.6. Потреба в інституційній підтримці та регуляції.

Для ефективної кооперенції необхідні: правила взаємодії; механізми контролю та координації; угоди щодо розподілу результатів; інструменти управління конфіденційністю. Це забезпечує стійкість стосунків між конкурентами-партнерами.

2. *Структурні елементи кооперенції:*

2.1. Учасники кооперенції: підприємства-конкуренти; іноді – інституційні посередники (кластерні організації, платформи, дослідницькі центри). Їх об'єднує як спільний інтерес, так і стратегічна конкуренція.

2.2. Спільний простір взаємодії.

Це може бути: R&D-проект, виробничий ланцюг, технологічна платформа, спільна логістика, маркетингові активності, екосистема або кластер. У цьому просторі кооперація є домінантною.

2.3. Конкурентний простір.

Паралельно з існуванням спільного простору, кожен учасник конкурує за ринок; відстоює власну позицію; прагне максимізувати індивідуальну вигоду. Даний елемент визначає межу між кооперацією та суперництвом.

2.4. Ресурсна база.

Елементом кооперенції є ресурси, що використовуються спільно або взаємодоповнюються: технології, ноу-хау; інноваційні розробки; інформація та знання; фінансові або матеріальні ресурси; виробничі та логістичні можливості.

2.5. Механізми управління взаємодією.

Це формальні та неформальні інструменти: контракти та угоди про конфіденційність; механізми розподілу витрат і вигод; регулювання обміну інформацією; платформи комунікації; інститути довіри. Вони запобігають конфліктам та забезпечують стійкість кооперенції.

2.6. Результати кооперенції.

До основних результатів належать: спільно створена цінність (продукт, технологія, інновація); підвищення конкурентоспроможності; зниження витрат; розширення ринкових можливостей.

Важливо, що кінцевий результат є спільним, але його комерціалізація – індивідуальною, що створює конкурентний ефект.

Таблиця 1. Відмінність кооперенції від традиційних моделей співробітництва

Форма взаємодії	Характер взаємодії	Основна логіка	Результат
Конкуренція	Протистояння	Максимізація власної вигоди	Розподіл ринку
Кооперація	Співпраця	Спільне досягнення цілей	Спільний продукт/вигода
Кооперенція	Одночасна співпраця й суперництво	Створення спільної цінності + індивідуальна конкуренція	Синергія + інновація + збереження конкуренції

Джерело: авторська розробка.

Кооперенція – це складна, дуальна форма взаємодії, що поєднує спільне створення цінності та змагання за її ринкове використання. Її головні ознаки: одночасність протилежних видів поведінки, автономність учасників і синергія ресурсів, а структурні елементи включають учасників, спільний і конкурентний простір, ресурсну базу та управлінські механізми. Саме ця структурована дуальність формує її унікальність та відмінність від традиційних моделей співробітництва.

Кооперенція – це інноваційна форма міжорганізаційної взаємодії, що передбачає *одночасне та інтегроване поєднання кооперації й конкуренції* між автономними учасниками, які, зберігаючи стратегічну самостійність та суперництво на ринку, об'єднують взаємодоповнювані ресурси, компетенції й інноваційні можливості для створення спільної доданої цінності. Кооперенція функціонує на основі спеціальних механізмів координації, регулювання та захисту знань, формує взаємозалежність і синергію дій, що забезпечує підвищення конкурентоспроможності кожного учасника без втрати їхнього індивідуального ринкового позиціонування.

Розкриття економічної та управлінської сутності кооперенції з акцентом на її роль у стратегічному розвитку підприємств.

1. Економічна сутність кооперенції.

Економічна сутність кооперенції полягає у поєднанні конкурентної боротьби та співпраці для максимізації економічної вигоди учасників. Вона відображає реалії сучасної ринкової економіки, де окремі підприємства не можуть повністю забезпечити інноваційний розвиток, ефективне використання ресурсів чи доступ до нових ринків самостійно.

Основні економічні аспекти кооперації:

Спільне використання ресурсів. Підприємства об'єднують технології, ноу-хау, виробничі та маркетингові ресурси для створення продуктів або послуг, що недоступні кожному окремо.

Оптимізація витрат та ризиків. Спільні інвестиції в R&D або виробничі процеси знижують витрати кожного учасника і дозволяють розподілити ризики, пов'язані з інноваціями та виходом на нові ринки.

Підвищення інноваційної ефективності. Одночасна кооперація та конкуренція стимулює розвиток нових продуктів, технологій і бізнес-моделей, створюючи синергетичний ефект.

Створення доданої цінності. Кооперація сприяє збільшенню загальної вартості продукту або послуги, яку потім учасники можуть індивідуально комерціалізувати, зберігаючи ринкову конкурентність.

2. Управлінська сутність кооперації.

Управлінська сутність кооперації проявляється у необхідності спеціалізованих механізмів управління взаємодією, які забезпечують баланс між співпрацею та конкуренцією. Вона включає:

Стратегічне планування взаємодії. Підприємства визначають, у яких сферах вони будуть співпрацювати, а в яких залишаються конкурентами. Це дозволяє максимально ефективно використовувати синергію без втрати стратегічних переваг.

Механізми координації та контролю. Включають угоди про розподіл витрат та вигод, правила обміну інформацією, конфіденційні контракти. Вони забезпечують стійкість і передбачуваність взаємодії.

Управління ризиками та конфліктами. Підприємства створюють системи для зменшення ризику витоку знань, асиметрії інформації та опортуністичної поведінки партнерів.

Формування корпоративної культури взаємодії. Довіра, прозорість, взаємоповага і спільні цінності стають ключовими елементами успішного управління коопераційними зв'язками.

3. Роль кооперації у стратегічному розвитку підприємств:

Підвищення конкурентоспроможності. Кооперація дозволяє підприємствам зберігати ринкову самостійність, одночасно отримуючи вигоду від синергії партнерства.

Прискорення інноваційного розвитку. Спільна робота над продуктами, технологіями чи ринковими рішеннями скорочує цикл інновацій та зменшує витрати на їх реалізацію.

Доступ до нових ринків та ресурсів. Партнерство з конкурентами чи суміжними учасниками ринку відкриває нові сегменти, дозволяє долати бар'єри входу та оптимізувати ланцюги постачання.

Забезпечення стратегічної гнучкості. Кооперенція дає можливість швидко реагувати на зміни ринку, технологічні трансформації та регуляторні виклики, не втрачаючи контролю над власними активами.

Стимулювання розвитку інноваційних екосистем. У рамках кластерів або мережових структур кооперенція формує сприятливе середовище для обміну знаннями, інтеграції технологій та побудови стійких конкурентних переваг.

Економічна сутність кооперенції проявляється у створенні спільної цінності та оптимізації ресурсів, а управлінська – у формуванні системи координації, контролю та управління ризиками. Вона виступає ключовим інструментом стратегічного розвитку підприємств, сприяючи підвищенню конкурентоспроможності, прискоренню інновацій, доступу до ресурсів і ринків, а також формуванню гнучких і стійких бізнес-структур.

Систематизація та класифікація видів кооперенції, з урахуванням рівня взаємодії, стратегічних цілей, інституційних характеристик та сфери застосування представлені у табл. 2.

Види кооперенції можна уявити як багатовимірну матрицю, де кожен вид визначається одночасно:

рівень взаємодії (міжорганізаційна, мережево-кластерна, глобальна);

стратегічна мета (інноваційна, ринкова, виробнича, фінансова, комбінована);

інституційна форма (формальна, неформальна, гібридна);

сфера застосування (технологічна, виробнича, маркетингова, фінансова, соціальна) (див. рисунок).

Це дозволяє підприємствам чітко обирати форму кооперенції залежно від цілей, ресурсів, ризиків та ринкових умов.

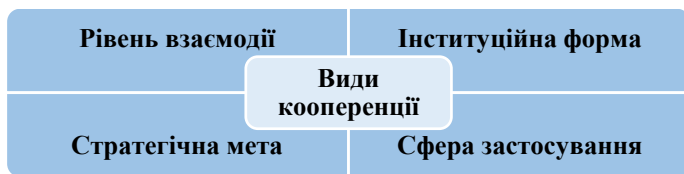


Рисунок. Багатовимірна матриця вибору форми кооперенції з визначенням виду

Таблиця 2. Систематизація та класифікація видів кооперації

Класифікація кооперації за рівнем взаємодії		
Рівень взаємодії	Характеристика	Приклад
Міжорганізаційна	Взаємодія між окремими підприємствами або організаціями	Спільні R&D-проекти, альянси конкурентів
Мережево-кластерна	Взаємодія в рамках кластерів, бізнес-екосистем або галузевих мереж	Технологічні кластери, інноваційні платформи
Міжрегіональна / глобальна	Кооперація на рівні регіонів або країн	Міжнародні альянси, транснаціональні R&D-консорціуми
Класифікація за стратегічними цілями		
Ціль кооперації	Сутність	Приклад
Інноваційна	Спільна розробка нових продуктів, технологій, процесів	R&D-альянси, спільні лабораторії
Маркетингова / ринкова	Розширення ринків, спільний вихід на нові сегменти	Спільні рекламні кампанії, франчайзинг
Виробнича / ресурсна	Оптимізація витрат, спільне використання виробничих потужностей	Спільне виробництво компонентів, логістика
Фінансова / інвестиційна	Спільні інвестиції та фінансування ризикових проєктів	Капітальні альянси, венчурні консорціуми
Стратегічно-комбінована	Поєднання кількох цілей для створення синергії	Інноваційно-виробничі альянси, технологічні екосистеми
Класифікація за інституційними характеристиками		
Інституційна форма	Характеристика	Приклад
Формальна	Урегульована договорами, контрактами, юридично оформлена	Стратегічні альянси, ліцензійні угоди
Неформальна	Базується на довірі та взаєморозумінні, без формальної документації	Неофіційні партнерства, обмін знаннями у мережах
Гібридна	Поєднує формальні та неформальні механізми	Кластерні структури з офіційними угодами та спільними заходами
Класифікація за сферою застосування		
Сфера застосування	Характеристика	Приклад
Технологічна / інноваційна	Кооперація у сфері R&D, впровадження нових технологій	Спільні стартап-проекти, відкриті інноваційні лабораторії
Виробнича	Спільне використання виробничих потужностей та ланцюгів постачання	Кооперація у виробництві компонентів, аутсорсинг
Маркетингова / комерційна	Спільні маркетингові, рекламні чи дистрибуційні заходи	Партнерські програми, франчайзинг
Фінансова / інвестиційна	Об'єднання капіталу для фінансування проєктів	Венчурні консорціуми, спільні інвестиції
Соціальна / освітня	Кооперація в навчанні, підготовці кадрів, корпоративній соціальній відповідальності	Спільні освітні програми, тренінги, соціальні ініціативи

Джерело: авторська розробка.

Системне узагальнення умов ефективного формування кооперенційних відносин, а також потенційних переваг і ризиків для учасників.

1. Умови ефективного формування кооперенційних відносин.

Спільне стратегічне бачення та цілі:

учасники повинні чітко визначити, у яких сферах вони співпрацюють, а в яких залишаються конкурентами;

наявність взаємної зацікавленості у спільних результатах забезпечує стабільність взаємодії.

Довіра та взаємна відповідальність:

формування довіри між партнерами є ключовим чинником ефективності;

необхідна готовність ділитися інформацією, знаннями та ресурсами, зберігаючи баланс між прозорістю та захистом комерційних інтересів.

Збалансований розподіл ресурсів та вигод:

чітке визначення внеску кожного учасника та механізму розподілу результатів знижує потенційні конфлікти;

використання формальних угод і контрактів для регулювання фінансових і нематеріальних внесків.

Механізми управління та координації:

наявність систем контролю, моніторингу та комунікаційних платформ;

узгоджені правила взаємодії, що запобігають асиметрії інформації та опортуністичній поведінці.

Інституційна та правова підтримка:

дотримання законодавства, використання стандартних угод, ліцензій, патентних механізмів;

створення умов для захисту інтелектуальної власності та конфіденційних даних.

Гнучкість і адаптивність:

здатність партнерів швидко реагувати на зміни ринку, технологій та регуляторних вимог;

можливість коригувати правила взаємодії та стратегію кооперенції у довгостроковій перспективі.

2. Потенційні переваги для учасників.

Синергетичний ефект від спільної роботи: підвищення інноваційної активності, оптимізація ресурсів, створення продуктів або послуг, недоступних окремо.

Зниження витрат та ризиків: спільне фінансування R&D-проектів, логістики, маркетингу зменшує індивідуальні витрати та розподіляє ризики.

Розширення ринків та доступ до нових ресурсів: партнерство з конкурентами чи суміжними підприємствами відкриває нові сегменти ринку та технологічні можливості.

Підвищення конкурентоспроможності та стійкості: кооперенція дозволяє швидше адаптуватися до ринкових змін і підтримувати стратегії інноваційного розвитку.

Формування інноваційних екосистем: спільна діяльність створює умови для обміну знаннями, інтеграції технологій та розвитку кластерів.

3. Потенційні ризики для учасників.

Ризик витоку знань та технологій: партнери можуть отримати доступ до стратегічної інформації, що створює небезпеку для конкурентних позицій.

Асиметрія потужностей і внеску: несиметричне вкладення ресурсів або компетенцій може призвести до нерівномірного розподілу вигод.

Конфлікти інтересів та управлінські суперечності: різні цілі, культура управління та стратегічні пріоритети можуть спричинити тертя між учасниками.

Залежність від партнерів: надмірна залежність від ресурсів чи технологій іншого учасника може обмежувати стратегічну автономність.

Регуляторні та правові ризики: порушення антимонопольного законодавства, авторських прав або договорів може спричинити юридичні проблеми.

Ефективне формування кооперенційних відносин потребує узгодження стратегічних цілей, довіри, чітких механізмів управління та захисту ресурсів, що дозволяє мінімізувати ризики і максимально використати потенційні переваги. Кооперенція стає стратегічним інструментом розвитку, який забезпечує інноваційний приріст, синергію ресурсів та конкурентні переваги, одночасно вимагаючи уважного управління ризиками та балансу інтересів учасників.

Теоретичне підґрунтя для подальших досліджень механізмів упровадження кооперенції у діяльність підприємств та інноваційних екосистем може розглядати:

1. Основи теоретичного підходу.

Концепція кооперенції (coopetition). Визначає кооперенцію як одночасну кооперацію та конкуренцію між автономними суб'єкта-

ми з метою створення доданої цінності та підвищення конкурентоспроможності. Теоретично обґрунтовує потребу поєднання стратегічного управління, інноваційної діяльності та ресурсної взаємодії.

Стратегічний менеджмент та теорія ресурсів (Resource-Based View). Підкреслює, що ефективна кооперація залежить від взаємодоповнюваних ресурсів і компетенцій учасників. Надає основу для оцінки стратегічних переваг та синергії, що виникає у результаті кооперації.

Теорія ігор та поведінкова економіка. Дозволяє моделювати взаємодію учасників, де співпраця та конкуренція співіснують у вигляді рівноважних стратегій «win-win». Сприяє розробленню механізмів стимулювання взаємної вигоди та запобігання опортуністичній поведінці.

Мережевий та кластерний підходи. Вказують на важливість структурованих і неструктурованих мереж взаємодії для поширення знань, технологій та ресурсів. Теоретично обґрунтовують роль кооперації у формуванні інноваційних екосистем та галузевих кластерів.

2. Ключові аспекти механізмів упровадження кооперації.

Визначення стратегічних цілей та зон взаємодії. Теорія стратегічного управління підкреслює, що успіх кооперації залежить від чіткого розмежування сфер кооперації та конкуренції.

Механізми управління та контролю. Контракти, угоди про конфіденційність, правила розподілу витрат та вигод, системи моніторингу та координації. Підтверджується теоретичними підходами до корпоративного управління та інституційної економіки.

Розробка стимулюючих моделей взаємодії. Використання елементів теорії ігор для визначення оптимальних стратегій, що забезпечують довготривалу співпрацю без втрати конкурентних переваг.

Формування довіри та культури взаємодії. Теорія соціального капіталу і корпоративної культури підкреслює необхідність створення системи довіри та прозорості між учасниками.

Інтеграція у інноваційні екосистеми. Кооперація як механізм взаємодії у кластерних і технологічних мережах сприяє обміну знаннями та ресурсами, розвитку інновацій та прискоренню впровадження нових технологій.

3. Наукові проблеми для подальших досліджень.

Розробка методів оцінки ефективності кооперації. Необхідні кількісні та якісні індикатори оцінки синергії, інноваційного ефекту, ризиків та фінансових результатів.

Дослідження інституційних та організаційних моделей. Вивчення формальних та неформальних структур кооперенції, механізмів управління ризиками та захисту інтелектуальної власності.

Моделювання динаміки взаємодії. Використання теорії ігор, агент-орієнтованого моделювання та системної динаміки для прогнозування результатів кооперенції.

Контекстуальні фактори. Аналіз впливу галузевих, регіональних, технологічних та культурних чинників на ефективність кооперенції.

Теоретичне підґрунтя для дослідження механізмів упровадження кооперенції базується на інтеграції стратегічного менеджменту, теорії ресурсів, теорії ігор, мережових підходів і інституційної економіки. Воно забезпечує комплексне розуміння: як формуються кооперенційні відносини; які механізми управління і стимулювання необхідні; як кооперенція інтегрується в інноваційні екосистеми для підвищення конкурентоспроможності та ефективності підприємств. Таке підґрунтя створює основу для подальших емпіричних та прикладних досліджень, спрямованих на оптимізацію кооперенційних стратегій і розвиток інноваційних екосистем.

Висновки. Проведене дослідження підтвердило, що кооперенція є інноваційною формою взаємодії, яка поєднує елементи кооперації та конкуренції і дозволяє підприємствам одночасно створювати спільну додану цінність і зберігати власну конкурентну позицію. Встановлено, що ключовими ознаками кооперенції є одночасність співпраці та суперництва, автономність учасників, взаємозалежність ресурсів і компетенцій, а також наявність ризиків, зокрема витоку знань.

Систематизація структурних елементів показала, що ефективна кооперенція базується на поєднанні учасників, спільного та конкурентного простору, ресурсної бази та механізмів управління взаємодією. Класифікація видів кооперенції за рівнем взаємодії, стратегічними цілями, інституційними формами та сферами застосування дозволяє зрозуміти різноманіття її форм і стратегічні можливості для підприємств.

Визначено умови ефективного формування кооперенційних відносин, які включають спільне стратегічне бачення, довіру, збалансований розподіл ресурсів і вигод, чіткі механізми управління, інституційний захист і гнучкість. З'ясовано, що кооперенція забезпечує стратегічні переваги: підвищення інноваційної активності, оптимізацію витрат, розширення ринків та зміцнення конкуренто-

спроможності, водночас існують потенційні ризики — витік знань, асиметрія внесків, конфлікти інтересів та правові обмеження.

Сформоване теоретичне підґрунтя дає можливість для подальших досліджень механізмів впровадження кооперенції в діяльність підприємств і інноваційних екосистем, а також розробки практичних рекомендацій щодо організації стійких, взаємовигідних і ефективних кооперенційних зв'язків. Загалом, кооперенція розглядається як перспективний інструмент стратегічного розвитку підприємств в умовах сучасної інноваційної економіки.

Перспективи подальших досліджень. Перспективи подальших досліджень кооперенції зосереджуються на розробці та вдосконаленні механізмів її впровадження у діяльність підприємств та інноваційних екосистем. Одним із напрямів є емпіричне дослідження ефективності різних форм кооперенції у конкретних галузях та регіонах, що дозволить оцінити вплив стратегічних, ресурсних та організаційних чинників на результати взаємодії.

Важливим є розроблення методологій оцінки синергії та економічного ефекту кооперенції, включно з кількісними та якісними показниками, що дозволить порівнювати різні моделі взаємодії. Дослідження механізмів управління ризиками та захисту інтелектуальної власності стане основою для створення більш безпечних і стійких кооперенційних відносин.

Окрему увагу варто приділити інтеграції кооперенції в інноваційні екосистеми та кластерні структури, вивченню умов формування довіри, корпоративної культури взаємодії та оптимізації комунікаційних платформ. Перспективним є також аналіз впливу зовнішніх факторів – регуляторних, технологічних, соціокультурних – на ефективність кооперенції та стратегії її адаптації до змін ринкових умов.

Таким чином, подальші дослідження сприятимуть формуванню комплексних механізмів кооперенції, що забезпечують розвиток інновацій, підвищення конкурентоспроможності підприємств та стійкість інноваційних екосистем.

ЛІТЕРАТУРА

1. Gernsheimer O., Kanbach D. K., Gast J. Coopetition research – A systematic literature review on recent accomplishments and trajectories. *Industrial Marketing Management*. 2021. Vol. 96, Iss. 2. P. 113-134. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2021.05.001>

2. da Silva A. A., Cardoso A. J. M. Harnessing Technology to Drive Coopetition and Value Co-Creation: A Service-Dominant Perspective. *Administrative Sciences*. 2025. Vol. 15 (2), Art. 64. <https://doi.org/10.3390/admsci15020064>

3. Гуцалюк О. М., Насипайко Д. С., Ніколаєв І. В. Вплив неопротекціонізму на формування стратегії торговельного-економічного співробітництва, міжнародних відносин та ЗЕД. *Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту*. 2024. № 1 (31). С. 87-96. [https://doi.org/10.58253/2078-1628-2024-1\(31\)-007](https://doi.org/10.58253/2078-1628-2024-1(31)-007)
4. Гуцалюк О. М., Василенко В. А., Вірієнко І. С. Спродовження інноваційних технологій маркетингового менеджменту в інтеграційну діяльність корпоративних підприємств. *Вісник економічної науки України*. 2024. № 1 (46). С. 118-123. [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2024.1\(46\).118-123](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2024.1(46).118-123)
5. Гуцалюк О. М., Богутенко Ю. А., Коловоротний С. А., Кузьм'як Ю. Й. Стратегування розвитку організаційно-комунікаційних систем підприємств зі споживачами в умовах мінливого середовища, конкуренції та поведінкової економіки. *Управління економікою: теорія та практика. Чумаченківські читання*. 2024. С. 52-61. <https://doi.org/10.37405/2221-1187.2024.52-61>
6. Гуцалюк О. М., Бондар Ю. А., Бугасва М. В. Актуалізація процесів діджиталізації сервісної економіки. *Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України: зб. тез доповідей II Міжнародної наук.-практ. конф. (м. Харків, 26-27 листопада 2024 р.)*. Харків: Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т», 2024. Ч. 2. С. 205-208.
7. Hutsaliuk O. M., Bondar Iu. A., Zhurylo I. V., Dub V. V. Economic strategizing and integration management of hotel and restaurant business enterprises in the hospitality industry system. *Economic Herald of the Donbass*. 2024. № 4 (78). P. 82-90. [https://doi.org/10.12958/1817-3772-2024-4\(78\)-82-90](https://doi.org/10.12958/1817-3772-2024-4(78)-82-90)
8. Портер М. Стратегія конкуренції. Пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський. Київ: Основи, 1998. 390 с.
9. Чухрай Н. І. Кооперенція як стратегія функціонування підприємств на ринку інновацій. *Східно-Європейський журнал передових технологій*. 2011. Вип. 1/5 (49). С. 20-22.
10. Бондар Ю. А., Заславська А. В. Фінансові інструменти як фактор активізації інновацій в бізнесі. *Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Львів, 27-28 березня 2024 р.)*. Львів: ЛНУП, 2024. С. 81-84.
11. Бондар Ю. А., Легінькова Н. І. Інноваційні аспекти розвитку економіки. *Конкурентоспроможна модель інноваційного розвитку економіки України: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Кропивницький, 14 квітня 2020 р.)*. Кропивницький, 2020. С. 71-73.

Надійшла до редакції 09.10.2025 р.
Прийнята до друку 06.11.2025 р.

REFERENSSES

1. Gernsheimer O., Kanbach D.K., & Gast J. (2021). Coopetition research – A systematic literature review on recent accomplishments and trajectories. *Industrial Marketing Management*, 96 (2), 113-134. <https://doi.org/10.3390/10.1016/j.indmarman.2021.05.001>
2. da Silva, A.A., Cardoso, A.J.M. (2025). Harnessing Technology to Drive Coopetition and Value Co-Creation: A Service-Dominant Perspective. *Administrative Sciences*, 15(2)64. <https://doi.org/10.3390/admsci15020064>
3. Hutsaliuk, O. M., Nasybayko, D. S., & Nikolayev, I. V. (2024). The impact of neoprotectionism on the formation of a strategy for trade and economic cooperation, international relations and foreign economic activity. *Bulletin of the East European*

University of Economics and Management, 1 (31), 87-96. [https://doi.org/10.58253/2078-1628-2024-1\(31\)-007](https://doi.org/10.58253/2078-1628-2024-1(31)-007) [in Ukrainian].

4. Hutsaliuk, O. M., Vasylenko, V. A., & Virienko, I. S. (2024). Introduction of innovative marketing management technologies into the integration activities of corporate enterprises. *Bulletin of Economic Science of Ukraine*, 1(46), 118-123. [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2024.1\(46\).118-123](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2024.1(46).118-123) [in Ukrainian].

5. Hutsaliuk, O. M., Bogutenko, Iu. A., Kolovorotny, S. A., & Kuz'myak Yu. Y. (2024). Strategizing the development of organizational and communication systems of enterprises with consumers in a changing environment, competition and behavioral economics. *Economic management: theory and practice. Chumachenko readings*, 52-61. <https://doi.org/10.37405/2221-1187.2024.52-61> [in Ukrainian].

6. Hutsaliuk, O. M., Bondar, Iu. A., & Bugayeva, M. V. (2024, November 26-27). Actualization of the processes of digitalization of the service economy. *Marketing and organizational mechanisms of the post-war development of the hospitality and tourism industry of Ukraine*: [collection abstracts of the reports of the II International Scientific-Practical Conference] (pp. 205-208). Kharkiv: National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute". Part 2 [in Ukrainian].

7. Hutsaliuk, O. M., Bondar, Iu. A., Zhurylo, I. V., & Dub, V. V. (2024). Economic strategizing and integration management of hotel and restaurant business enterprises in the hospitality industry system. *Economic Herald of the Donbass*, 4(78), 82-90. [https://doi.org/10.12958/1817-3772-2024-4\(78\)-82-90](https://doi.org/10.12958/1817-3772-2024-4(78)-82-90) [in Ukrainian].

8. Porter, M. (1998). Competition Strategy (A. Oliynyk, P. Skilsky Trans. from English). Kyiv: Osnovy [in Ukrainian].

9. Chukhrai, N. I. (2011). Cooperation as a strategy for the functioning of enterprises in the innovation market. *East European Journal of Advanced Technologies*, 1/5 (49), 20-22 [in Ukrainian].

10. Bondar, Iu., & Zaslavska, A. V. (2024, March 27-28.). Financial instruments as a factor of activating innovations in business. *Current problems of modern business: accounting, financial and management aspects* [materials of the VI International Scientific and Practical Internet Conference] (pp. 81-84). Lviv: LNUP [in Ukrainian].

11. Bondar, Iu. A., & Leginkova, N. I. (2020, April 14.). Innovative aspects of economic development. *Competitive model of innovative development of the economy of Ukraine* [materials of the International Scientific and Practical Conference] (pp. 71-73). Kropyvnytskyi [in Ukrainian].

Received: 09.10.2025

Accepted: 06.11.2025

Скоробрецьук В. В. Сутність, зміст та види кооперенції як інноваційної форми взаємодії

У статті розкрито сутність, зміст та класифікацію кооперенції як інноваційної форми взаємодії між економічними суб'єктами. Підкреслено, що поєднання кооперації та конкуренції у межах єдиного стратегічного простору стає важливим інструментом підвищення гнучкості, інноваційності та стійкості підприємств в умовах динамічних ринкових змін. На основі узагальнення наукових підходів уточнено понятійний апарат кооперенції, виокремлено її ключові елементи – спільне створення цінності, збереження автономії учасників, взаємне використання ресурсів, конкуренція за результат на зовнішніх ринках.

Розкрито зміст кооперенції як процесу, що містить одночасну взаємодію, партнерську координацію та стратегічне суперництво, яке не руйнує, а навпаки по-

силює загальні можливості учасників. Запропоновано класифікацію видів кооперації за рівнем інтенсивності взаємодії, сферою діяльності, стратегічними цілями та інституційними формами. Визначено, що технологічна, інноваційна, маркетингова та мережево-кластерна кооперація сприяють прискоренню створення нових продуктів, оптимізації витрат, розвитку інтегрованих ланцюгів доданої вартості та підвищенню конкурентоспроможності підприємств.

Наголошено на важливості формування ефективних механізмів управління коопераційними зв'язками, зокрема систем довіри, прозорості, структурної узгодженості інтересів і збалансованого розподілу результатів. Зроблено висновок, що кооперація є перспективною формою стратегічної взаємодії, яка забезпечує баланс між партнерством та конкуренцією і створює нові можливості для інноваційного розвитку.

Ключові слова: кооперація, стратегічне співробітництво, конкуренція, інноваційна взаємодія, стратегічне партнерство, коопетиція, інноваційна економіка.

Skorobreshchuk V. The essence, content and types of cooperation as an innovative form of interaction

The article reveals the essence, content, and classification of coopeition as an innovative form of interaction between economic entities. It emphasizes that combining cooperation and competition within a unified strategic space becomes an important tool for increasing the flexibility, innovativeness, and resilience of enterprises under dynamic market conditions. Based on the generalization of scientific approaches, the conceptual framework of coopeition is clarified, and its key elements are identified – joint value creation, preservation of participant autonomy, resource sharing, and competition for outcomes in external markets.

The content of coopeition is presented as a process that simultaneously integrates interaction, partnership-based coordination, and strategic rivalry that does not destroy but rather strengthens the overall capabilities of participants. A classification of coopeition types is proposed according to the intensity of interaction, sphere of activity, strategic objectives, and institutional forms. It is determined that technological, innovation-driven, marketing, and network-cluster coopeition contribute to accelerating the development of new products, optimizing costs, enhancing integrated value-added chains, and increasing enterprise competitiveness.

The importance of forming effective mechanisms for managing coopeitive relations is emphasized, including systems of trust, transparency, structural alignment of interests, and balanced distribution of results. It is concluded that coopeition represents a promising form of strategic interaction that ensures a balance between partnership and competition and creates new opportunities for innovation-driven development.

Keywords: coopeition, strategic cooperation, competition, innovative interaction, strategic partnership, innovative economy.