
Корпоративне партнерство як форма реалізації концепції сталого розвитку компанії

Василь Рябцев

кафедра управління та адміністрування, Український державний університет науки і технологій, Дніпро, Україна

Для цитування цієї статті:

Рябцев Василь. Корпоративне партнерство як форма реалізації концепції сталого розвитку компанії. International Science Journal of Management, Economics & Finance. Vol. 2, No. 2, 2023, pp. 124-132. doi: 10.46299/j.isjmef.20230202.13.

Надійшла до редакції: 22 березня 2023 р.; **Схвалено:** 27 березня 2023 р.;

Опубліковано: 01 квітня 2023 р.

Анотація: Корпоративне партнерство розглядається як ключовий та невід’ємний фактор, що впливає на успіх у впровадженні сталого розвитку промислового підприємства, оскільки завдяки достатньо вмотивованим та освіченим співробітникам компанії можуть краще задовольнити очікування споживачів. У цьому випадку ми можемо подумати про впровадження та розвиток корпоративного партнерства, використовуючи узгодженість між потребами компанії та потребами співробітників через ефективне впровадження мотивації. Партнерство передусім вимагає не лише гнучких, міцних і безперервних відносин, що є ключовим фактором для вигідної співпраці, а й постійного зв’язку ноу-хау, компетенції обох партнерів, успішної мотивації та пошуку нових партнерів для отримання конкурентної переваги перед іншими компаніями. Тому в даній статті розкривається інноваційний підхід до розвитку корпоративного партнерства із застосуванням елементів принципів сталого розвитку. Крім того, у статті проаналізовані закономірність між розумінням власного впливу на розвиток компанії і потребами в зміні принципів фінансової мотивації співробітників.

Ключові слова: корпоративне партнерство, мотивація, сталий розвиток.

1. Вступ

В сучасному світі для того, щоб стати компанією світового рівня, необхідно розвивати партнерство. Основна мета бізнесу це генерувати прибуток і для цього компанії давно зрозуміли що потрібно постійно докладати максимум зусиль та шукати нові партнерські угоди які будуть доповнювати продукт власного виробництва. Збільшення доданої вартості до власного продукту можливо через використання нових технологій, а технологічне середовище швидко змінюється і тому потрібно змінювати методи пошуку нових можливостей. Нові методи пошуку можливостей, повинні бути основані на таких цінностях як співпраця, турбота, повага та креативність.

Корпоративне партнерство змінює філософію відносин між найманим працівником та підприємством роботодавцем. Корпоративне партнерство це той вид партнерства на який менше звертали увагу, але сучасні тенденції вказують що це помилкове упущення, тому що такий вид партнерства допоможе отримувати у своїй команді людей які хочуть та можуть бути «підприємцями», що дозволить отримати конкурентну перевагу перед іншими компаніями. В нашому світі все побудовано людьми які хотіли заробляти, людьми які кожен день робили маленькі досягнення що через деякий час давали великі результати. Світова практика знає

безліч відомих компаній які втратили свою потужність у зв'язку з тим, що не приділяли достатньої уваги принципам партнерства зі своїми співробітниками.

2. Об'єкт і предмет дослідження

Об'єкт дослідження - концепція корпоративного партнерства у управлінні сталим розвитком компанії.

Предмет дослідження: сукупність організаційно-економічних відносин, що виникають у процесі переходу підприємств до нової стратегії управління персоналом на основі корпоративного партнерства з урахуванням принципів концепції сталого розвитку.

3. Мета та задачі дослідження

розробка моделі впливу корпоративного партнерства на систему сталого розвитку підприємства, після аналізу опитування потреб та розумінь персоналу у впливі на результат роботи підприємства через власні досягнення.

Для досягнення поставленої мети необхідне вирішення наступних задач:

- проаналізувати концептуальні основи партнерства
- розкрити роль корпоративного партнерства у сталому розвитку підприємства у сучасних умовах
- розробити модель розвитку підприємства на основі потреб у розвитку персоналу
- показати необхідність зміни підходів в роботі з персоналом у великих компаніях, завдяки яким компанії будуть більш маневровими.
- продемонструвати зв'язок між корпоративним партнерством та сталим розвитком підприємства, що пролягає через систему мотивації ініціативних працівників.
- показати, що успіх корпоративного партнерства може бути лише через наявне бажання працівників у власному успіху..

4. Аналіз літератури

Окремі автори завжди розглядали партнерство і сталевий розвиток підприємства як різні і не пов'язані аспекти підприємницької діяльності. Наприклад Гінтер К. і Шнайдер В [1] досліджують основні питання, пов'язані з укладанням і підтримкою партнерства між підприємствами, включаючи створення стратегічних партнерств. Вони також описують різні типи партнерства такі як поглинання та стратегічні альянси, але вони не приділяють увагу партнерству між підприємством та робітником. В свою чергу Мартінес М та Бануельс Р [3] в 2018 році написали статтю для Економічної комісії ООН про необхідність партнерств для розвитку Латинської Америки. Вони написали та виділили переваги та основні труднощі, але вся їх робота була побудована на партнерстві між державними та приватним сектором або партнерстві між громадським сектором та бізнесом. Вони також не приділяли увагу партнерству між найманим персоналом та підприємством. Трохи уваги між налагодженням взаємодії серед найманого персоналу (тобто колективом) було розглянуто авторами Догерті А, Місенер Л. та Каскелі Г [5]. Вони дослідили різноманітні аспекти управління спортивними організаціями, такі як фінанси, управління персоналом та стратегічне планування. В своєму дослідженні вони підтвердили ключову роль персоналу (тобто команди) у досягненні фінального результату. Вони проаналізували ключові питання та виклики з якими стискаються менеджери спортивних організацій та надали рекомендації щодо ефективного управління ними. Увагу сталому розвитку була приділена Кузьменко О.С. [1], де були розглянуті питання визначення показників, що визначають рівень сталого розвитку підприємства та ефективність його діяльності з урахуванням екологічних, соціальних та економічних аспектів. В цій роботі були акцентовані питання необхідності узгодження

інтересів підприємств, суспільства та довікля, але не були розглянуті питання узгодження інтересів найманого персоналу.

Корпоративне партнерство як різновид партнерства не розглянуто в жодному виданні або науковій праці, завдяки цьому виникає потреба у детальному її описанні.

5. Методи досліджень

- аналіз та порівняння наукової літератури
- опитування та анкетування співробітників промислового підприємства

6. Результати досліджень

Партнерство є популярною формою взаємодії між декількома компаніями, які діють разом для досягнення спільної мети. Теоретична основа партнерства полягає в ідеї взаємодії та взаємовигідності від співпраці. У зв'язку з цим постійно виникають нові суб'єкти господарювання спрямовані на розширення бізнесу. Різні автори по-різному визначають партнерство і хоча загально визначеного терміну не існує, більшість вчених визначає партнерство як програму призначену для управління трудовими відносинами на основі спільного вирішення проблем між окремими партнерами, які досягають взаємовигідних результатів.

Основні принципи теоретичної основи партнерства це:

1. Взаємна довіра. Цей принцип означає що партнери повинні мати повну довіру один до одного щоб ефективно співпрацювати та досягати спільної мети. Для цього важливо створювати відкрите та взаємовигідне середовище співпраці, де партнери зможуть відверто спілкуватися та обмінюватися інформацією. Довіра є найголовнішим елементом партнерства.

2. Взаємовигідність. Цей принцип передбачає, що кожна сторона має отримувати вигоди від партнерства і це має зацікавленням кожної сторони. Взаємна вигідність може бути досягнута через обмін ресурсами, знаннями, досвідом чи тощо.

3. Розподіл прав. Цей принцип передбачає, що кожна сторона має мати права та обов'язки, які погоджені обома сторонами. Це означає, що взаємодія між партнерами повинна ґрунтуватися на взаємній повазі та дотриманні демократичних принципів.

4. Розподіл відповідальності. Цей принцип передбачає, що партнери повинні нести спільну відповідальність за результати партнерської взаємодії. Тобто кожна зі сторін повинна взяти на себе відповідальність за свою частку роботи та відповідно виконувати її.

5. Відкритість та взаємодія. Цей принцип передбачає, що партнери повинні бути відкритими для нових ідей та пропозицій на шляху до досягнення спільної мети.

6. Гнучкість та адаптивність. Цей принцип передбачає, що партнерство повинно бути гнучким та адаптивним до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі. Це означає, що партнери повинні бути готовими до змін у стратегії щоб забезпечити досягнення спільної мети.

7. Довгострокова спрямованість. Це принцип передбачає, що партнерство повинно мати довгострокову спрямованість та планування, щоб забезпечити стабільність та континуїтет. Відповідно до цього партнерство повинно мати зрозумілу стратегію та план дій, які будуть діяти на довготривалій основі.

8. Спільна мета. Цей принцип передбачає, що партнери повинні мати спільну мету, яка погоджена та зрозуміла обом сторонам.

9. Розподілення ризиків та вигоди. Цей принцип передбачає, що ризики та вигоди, пов'язані з партнерством, повинні бути розділені між партнерами, це означає що кожна сторона повинна бути освідомлена стосовно можливих ризиків та вигод пов'язаних зі спільною діяльністю. Всі рішення повинні прийматись на основі цієї інформації.

Інститут правової інформації підкреслює, що партнерство ґрунтується на розподілі спільної вигоди, прибутку та збитків між партнерами. Р. Ханеск визначив партнерство як холістичний підхід заснований на системному мисленні і орієнтований на сучасне управління бізнесом.

Залежно від рівня партнерів можна виділити вертикальне та горизонтальне партнерство. Вертикальне партнерство відбувається між міжнародними (національними) та місцевими компаніями чи організаціями. Горизонтальне партнерство включає відносини між різними організаціями однакового рівня.

Залежно від причин створення партнерства партнерів можна поділити на:

- Активні. Партнери які беруть участь у всіх бізнес процесах підприємства. Такі партнери вносять свій капітал і мають право отримувати вигоду від бізнесу, але вони також розділяють і збитки (які можуть бути отримані в ході операційної діяльності підприємства).

- Неактивні. Такі партнери не беруть активної участі в повсякденній діяльності підприємства, вони вносять лише власний капітал та отримують прибуток чи збиток від результатів операційної діяльності підприємства.

- Номінальні. Такі партнери дозволяють компанії використовувати лише своє ім'я. Вони не отримують жодних відсотків від діяльності підприємства, вони не інвестують і не можуть отримувати вигоди. Але у зв'язку з тим що вони дозволяють використовувати своє ім'я, вони отримують обумовлену винагороду (роялті) і несуть відповідальність перед третіми особами.

- Молодші. Такі партнери розглядаються як партнери на особливих умовах, вони отримують від бізнесу тільки вигоду. У випадку збитків відповідальність молодшого партнера обмежується його внеском.

Такий розподіл партнерства переважає в типології партнерства, які виділяють інші автори. Розширення типу «молодші» партнери і є на меті впровадження термінології «корпоративного партнерства», партнерства яке сприятиме розширенню та сталому розвитку підприємства.

Професор Л. Гелдерсон (2002) вважає, що вихідною точкою теоретичного встановлення партнерства є внутрішній аналіз компанії, тобто потреба компанії в партнерстві. Після цього повинен відбутися аналіз партнерів, щоб далі укласти відповідні угоди. Отже партнерство виникає з моменту виникнення потреби в ньому, зумовленої необхідністю підвищення продуктивності або виходу на нові ринки.

Процес встановлення партнерства повинен відбуватися у наступні етапи:

- Вступний етап. Визначення потреби у партнерстві.
- Визначення потенційних партнерів.
- Відбір партнерів.
- Юридичне закріплення партнерських відносин.
- Аналіз ходу виконання умов партнерських відносин.

Правильний вибір партнерів залежить від розуміння можливих форм партнерства, розуміння потреби у створенні партнерства. Корпоративне партнерство – необхідний елемент для сталого розвитку.

Сталий розвиток почали активно розвивати наприкінці 20 століття, коли стало очевидним, що традиційні методи виробництва приводять до негативного впливу на довкілля та здоров'я людей. Сталий розвиток лежав у концепції «заощадливого виробництва» яке передбачає мінімізацію втрат та оптимізацію процесів виробництва. Однією з перших цю концепцію використала компанія Toyota і на своєму прикладі (який потім почали ретельно вивчати) показала, що цей підхід може бути корисним для промислових підприємств, суспільства та довкілля і впровадження цієї концепції відображає більш сталий розвиток та відповідальний підхід до виробництва та споживання.

Сталий розвиток у зв'язку з заощадливим виробництвом досліджували:

- Уільям Макдонаф (William McDonough) американський вчений, який прославився своїми дослідженнями в області заощадливого виробництва та світової економіки

- Майкл Браун (Michael Braundart) німецький хімік та екологічний дослідник, який працює в галузі заощадливого виробництва та світової економіки
- Маркес Мендоза (Marcos Mendoza) мексиканський дослідник, який працює в області заощадливого виробництва та відновлювальної енергетики

Ці науковці працювали в різних галузях та досліджували різні аспекти сталого розвитку у зв'язку з заощадливим виробництвом. Концепція сталого розвитку підприємства базується на ідеї того, що підприємство має забезпечити своє стійке існування та зростання, не виробляючи шкідливого впливу на довкілля та суспільство. Це означає, що прийняття рішень має бути зорієнтовано на досягнення балансу між економічним, економічним та соціальним аспектом бізнесу. Під соціальним аспектом розуміється забезпечення рівних можливостей для всіх працівників, забезпечення їхньої безпеки та здоров'я на робочому місці.

Взагалі концепція сталого розвитку досягається шляхом вирішення питань зниження впливу на ефективність виробництва по 8 видам втрат, а саме:

- Перевиробництво, це втрати пов'язані з виробництвом більшої кількості продукції ніж потрібно.
- Очікування, це втрати пов'язані з часом очікування на обладнання або матеріали.
- Запаси, це втрати пов'язані з надмірними запасами матеріалів або готової продукції, що призводить до зайвих витрат на зберігання або псування продукції
- Додаткова доопрацювання, витрати на операції які не додають доданої вартості продукту а лише забирають час на їх виконання.
- Зайве переміщення персоналу, витрати пов'язані з непотрібними рухами працівників, що призводить до зниження продуктивності та збільшення часу на виробництво.
- Брак, втрати пов'язані зі збільшенням витрат на переробку та повторне виробництво.
- Зайве переміщення матеріалів, витрати пов'язані з зайвим переміщенням матеріалів, що призводить до збільшення часу на виробництво, а також може привести до пошкодження матеріалів під час транспортування.
- Втрата людського потенціалу, це втрата пов'язана з невикористанням повного потенціалу працівників підприємства у зв'язку з недостатньою підготовкою, або щонайчастіше з недостатньою мотивацією через неефективний менеджмент.

Втрата людського потенціалу відбувається тоді коли не використовується повний потенціал робітників та команди підприємства. Це може бути пов'язано з недостатнім навчанням, низькою мотивацією чи поганим управлінням, або неефективними процесами. В результаті втрати людського потенціалу підприємство не може досягти своїх максимальних можливостей, що призводить до зменшення продуктивності, збільшення витрат та втрати конкурентоспроможності.

Звернення уваги на втрату людського потенціалу може допомогти підвищити ефективність підприємства, покращити якість продукції та задоволеність працівників. Компанії мають включати втрати людського потенціалу до своїх стратегій сталого розвитку, які направлені на досягнення кращих результатів і збереження конкуренції.

Також можна відзначити, що втрата людського потенціалу може мати великий вплив на здоров'я та безпеку працівників, оскільки неефективні процеси та недостатня мотивація можуть призводити до виникнення ризиків на робочому місці. Тому, дотримання принципів сталого розвитку, які включають оптимізацію виробничих процесів та максимізацію потенціалу працівників, може покращити умови роботи та знизити ризики для здоров'я і безпеки, що як наслідок вплине на збільшення прибутку компанії.

Крім того втрата людського потенціалу має серйозні економічні наслідки, оскільки недосвідчені та не мотивовані працівники можуть привести до зниження продуктивності та збільшення витрат на виробництво. Тому підприємства мають звертати увагу на розвиток та навчання своїх працівників, а також створення нових мотиваційних програм (корпоративного партнерства) та інших заходів для збільшення потенціалу своїх команд.

Узагалі включення втрат людського потенціалу у концепцію сталого розвитку підприємства дозволить знизити витрати на виробництво, покращити якість продукції та зберегти конкурентоспроможність.

Одним із елементів сталого розвитку і збереження людського потенціалу і є корпоративне партнерство. Цей елемент дозволяє отримувати максимум вигоди від співпраці підприємства та робітника. Корпоративне партнерство може зміцнити відносини між співробітниками та розвинути співпрацю у команді. Саме команди (група вмотивованих людей яких об'єднує одна ціль) можуть досягати значущих результатів. Якщо співробітники працюють як єдине ціле, то вони можуть бути більш ефективними у досягненні цілей компанії.

У свою чергу корпоративне партнерство дозволяє мати справедливу і чесну мотивацію у співробітників, що допомагає підтримувати їхню продуктивність та забезпечує докладання максимум зусиль в роботі. Захопленість співробітників роботою може бути забезпечена за допомогою чесних та надійних мотиваційних програм які базуються на принципах партнерства. Такі програми мають включати стимулюючі зарплатні пакети, а також можливості для інтелектуального розвитку співробітника та його кар'єри.

Отже корпоративне партнерство це система мотивації та розвитку співробітника, які взаємопов'язані, оскільки сприяють підвищенню ефективності команди та забезпечують досягнення більш високих результатів на відміну від вже застарілих принципів мотивації по ключовим показникам ефективності які обмежують можливості співробітників.

Для більш детального розуміння потреби було проведено опитування співробітників промислового підприємства з метою пошуку зав'язків та закономірностей між розвитком компанії та бажанням у розвитку співробітників

Корпоративне партнерство може бути ефективним тільки при наявності спільної мети, а отже обидві сторони повинні розуміти свій вплив на досягнення цієї спільної мети. При виборі та затвердженні партнера необхідно також зрозуміти чи має він бажання та чи дійсно він може збільшити ефективність взаємодії. З цією метою було проведено опитування персоналу найбільшого виробника дроту в Україні, компанія яка змогла втримати свій ринок в період військових дії на території України.

Основним завданням було зрозуміти ставлення найманого персоналу до загальних результатів підприємства, чи вважають вони що мають вплив на загальний результат, чи розуміють вони як нараховується їхня заробітна плата, чи хотіли б вони змінити принципи розрахунку заробітної плати. Також необхідно було різницю між інженерними адміністративними співробітниками та робітниками, зрозуміти їх ставлення до загального результату.

З цією метою була розроблена анкета, опитування проводилось анонімно без вказування прізвищ опитуваних, таке рішення було прийнято щоб мінімізувати фактору страху за надані відповіді.

Анкета мала наступні питання:

- Підрозділ в якому працює співробітник
- Статус посади співробітника (робітник чи адміністративний персонал)
- Стать співробітника
- Вік співробітника
- Стаж роботи в компанії
- Питання №1 «Чи можете Ви написати методику нарахування Вашої заробітної плати?»
- Питання №2 «Як Ви вважаєте, чи маєте Ви вплив на збільшення прибутку компанії?»
- Питання №3 «Який принцип нарахування заробітної плати є найбільш примхливим для Вас? Варіанти відповідей:

А - мінімальний оклад та велика премія яка залежить від Ваших особистих результатів

Б – середній оклад та маленька премія яка залежить від результатів роботи всього підприємства

В – великий оклад який залежить тільки від відпрацьованого часу.

В опитуванні приймали участь співробітники з таких відділів:

- Виробництво
- Служби головного інженера
- Транспортний цех
- Склад
- Бухгалтерія
- Служба по роботі з персоналом
- Продажі
- Закупівлі

За результатом опитування було опитано 136 співробітників, або 19% від всієї чисельності. Така кількість опитаних поділяється на:

- 76 чоловік представники робітничих спеціальностей;
- 60 чоловік представники адміністративних спеціальностей.

По результатам опитування ми отримали:

Середній вік опитаних – 45 років;

Середній стаж роботи на підприємстві – 11 років.

Кількість персоналу яка розуміє методику нарахування заробітної плати складає – 65%.

Кількість персоналу які вважають, що мають вплив на збільшення прибутку компанії складає – 80%.

Кількість людей які на запитання №3 вибрали такі відповіді:

А – 18%

Б – 9%

В – 74%

Така різниця між готовністю отримувати заробітною плати яка більшою частиною залежить від особистих результатів та тим що співробітника вважають що впливають на загальний результат, є демонстрацією відсутності довіри до менеджменту. Достатньо низький показник людей які розуміють як нараховується їхня заробітна плата є демонстрація того, що співробітник насправді і не мають впливу на збільшення прибутку, або це вказує на відсутність бажання впливати на загальний результат.

Але показник людей які погодились на отримання заробітної плати від власних результатів демонструє що саме вони роблять основний вклад в збільшення прибутку компанії. Що в котре підтверджує принци виведений італійським економістом Вільфредо Парето, який він об'явив у 1896 році у своїй праці «курс політичної економії» - 20% відсотків співробітників роблять 80% результатів.

Саме з такими людьми мають бути укладені домовленості корпоративного партнерства.

7. Висновки та перспективи подальшого розвитку досліджень

Основним процесом, у рамках якого встановлюється та регулюється партнерство та забезпечується сталий розвиток підприємства, є довгострокова програма співробітництва яка побудована на гарантіях виконання всіма учасниками всіх умов. Компанії що прагнуть до систематичного сталого розвитку повинні відстежувати та координувати роль ключових співробітників які є важливими фігурами в успіху компанії, вплив яких на забезпечення сталого розвитку не може бути переоцінений. Ці співробітники можуть відігравати важливу роль впроваджені сталого успіху через вплив на виробничі процеси, культуру організації та інші аспекти діяльності. Укладення договорів корпоративного партнерства з ключовими співробітниками може бути ефективним інструментом для забезпечення сталого розвитку підприємства. Такі договори мають містити зобов'язання сторін щодо впровадження сталого розвитку які мають бути дотримані в обмін на певні переваги сторін. Успіх договорів корпоративного партнерства залежить від того, наскільки добре вони відповідають цілям та

потребам сторін. Тому компанія має забезпечити належну комунікацію зі своїми ключовими співробітниками а також розробити договори які будуть взаємовигідними та сприятимуть забезпеченню сталого розвитку..

Список літератури:

- 1) Гінтер, К., & Шнайдер, В. (2018). Партнерство між підприємствами: управління ризиками та успіхом. Берлін: Springer.
- 2) Кросс, Р., & Парсонс, Л. (2017). Партнерство та управління в епоху глобалізації.
- 3) Мартінес, М. Г., & Бануельос, Р. М. (2018). Партнерство для сталого розвитку: переваги та виклики. Мехіко: CEPAL.
- 4) Розенфельд, С., & Ліндерман, М. (2018). Партнерство на глобальному рівні: теорія та практика. Бостон: Harvard Business School Press.
- 5) Doherty, A., Misener, L., & Cuskelly, G. (2017). *Managing sport business: An introduction*. Routledge.
- 6) Faulkner, G. P. (2019). *The partnership book: How to write a partnership agreement*.
- 7) Osborne, S. P., & Brown, K. (2018). *Managing change and innovation in public service organizations*. Routledge.
- 8) Басараб, О. (2016). *Управління партнерством: підхід до організації співпраці*. Київ: Наукова думка.
- 9) Валігура, І. (2019). Партнерство як феномен сучасного суспільства. Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка, 1(74), 54-58.
- 10) Головка, М. (2018). Формування ефективних партнерських відносин в бізнесі. Журнал наукових публікацій молодих вчених "Науковий огляд", 4(4), 7-11.
- 11) Литвинова, І. (2016). Партнерство як складова ефективності взаємодії суб'єктів ринку. Економіка та держава, 3, 63-66.
- 12) Перелісна, І., & Савченко, І. (2017). Партнерство як форма організації взаємодії між університетом і бізнесом. Соціально-економічні проблеми і держава, 1(16), 157-162.
- 13) Скрипник, О. (2019). Розробка стратегії розвитку партнерства на підприємстві. Економіка та суспільство, 21, 201-206.
- 14) Чорна, І. (2018). Партнерство у сфері соціальних послуг: проблеми
- 15) Серова Л.М. Оцінка стану сталого розвитку регіону. Соціально-економічні проблеми і держава. 2018. Випуск 1 (18). С. 48-54.
- 16) Савицька Л.Г. Заощадливе виробництво як інструмент сталого розвитку підприємства. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія "Економічні науки". 2016. Випуск 17. Т. 1. С. 62-65.
- 17) Кузьменко О.С. Система показників сталого розвитку підприємства в умовах глобалізації економіки. Бізнес Інформ. 2019. № 5. С. 103-109.
- 18) Павленко О.О., Слободяник О.В. Основні напрями сталого розвитку та їх вплив на економіку України. Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2018. Випуск 2(88). С. 5-9.

Corporate partnership as a form of implementation of the concept of sustainable development of the company

Vasyl Riabtsev

Department of Management and Administration, Ukrainian State University of Science and Technology, Dnipro, Ukraine

Abstract: Corporate partnership is considered as a key and integral factor affecting the success of the implementation of sustainable development of an industrial enterprise, because thanks to

sufficiently motivated and educated employees, companies can better meet the expectations of consumers. In this case, we can think about the implementation and development of corporate partnerships, using the coherence between the needs of the company and the needs of employees through the effective implementation of motivation. Partnership primarily requires not only flexible, strong and continuous relations, which is a key factor for profitable cooperation, but also a constant connection of know-how, competence of both partners, successful motivation and search for new partners to gain a competitive advantage over other companies. Therefore, this article reveals an innovative approach to the development of corporate partnership using elements of the principles of sustainable development. In addition, the article analyzes the regularity between the understanding of one's own influence on the development of the company and the need to change the principles of financial motivation of employees.

Keywords: corporate partnership, motivation , continuous improvement.
