

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ ЦЕЛИ И МЕХАНИЗМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

УДК 334.78

ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ ЭТАПОВ ОЦЕНКИ И АКТИВАЦИИ БИЗНЕС-ПАРТНЕРСКИХ ОТНОШЕНИЙ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТУРБУЛЕНТНОСТИ

Коды JEL: D02, F61

*Андросова И. В., кандидат экономических наук, доцент кафедры региональной экономики и менеджмента, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Россия
E-mail: irinka-rusik@mail.ru; SPIN-код: 5052-3538*

*Скрипина А. Ю., магистрант, кафедра машиностроительных технологий и оборудования, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Россия
E-mail: anka4.skripina12@yandex.ru; SPIN-код: отсутствует*

Поступила в редакцию 21.09.2024. Принята к публикации 30.09.2024

Аннотация

Актуальность темы. *Влияние эффективных бизнес-партнерских отношений на развитие организации в условиях противодействия экономической турбулентности.*

Цель. *Определение последовательности и содержания этапов оценки бизнес-партнерских отношений и апробация на примере действующей организации с дальнейшей разработкой мероприятий по активации и усилению партнерских связей.*

Методология. *При подготовке данной статьи использован комплекс общенаучных методов познания: наблюдение, сравнение, описание, контент-анализ. В практической части статьи использованы данные действующей организации (предмет специализации — выращивание грибов, регион присутствия — Курская область, период — 2023 год).*

Результаты и выводы. *В статье проведена систематизация и определена последовательность этапов оценки бизнес-партнерских отношений. Рассмотрено содержание каждого из этапов на примере действующей организации. Определены основные проблемы развития деловых отношений в рамках каждой партнерской группы. Авторами предложены эффективные мероприятия по устранению проблем в каждой партнерской группе.*

Область применения. *Данное исследование может найти свое применение при разработке интеграционных стратегий организаций.*

Ключевые слова: *партнерские отношения, бизнес-партнерство, партнерские связи, партнерские группы, экономическая турбулентность, государственная поддержка.*

UDK 334.78

THE SEQUENCE AND CONTENT OF THE STAGES OF EVALUATION AND ACTIVATION OF THE ORGANIZATION'S BUSINESS PARTNERSHIPS IN THE CONTEXT OF COUNTERING ECONOMIC TURBULENCE

JEL Codes: D02, F61

*Androsova I. V., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Regional Economics and Management, Southwestern State University, Kursk, Russia
E-mail: irinka-rusik@mail.ru; SPIN code: 5052-3538*

Skripina A. Yu., Master student, Department of Mechanical Engineering Technologies and Improvement of the Southwestern State University, Kursk, Russia

E-mail: ank4.skripina12@yandex.ru; SPIN-code: missing

Abstract

The relevance of the topic. *The impact of effective business partnerships on the development of an organization in the context of countering economic turbulence.*

Goal. *Determining the sequence and content of the stages of evaluating business partnerships and testing on the example of an existing organization with further development of measures to activate and strengthen partnerships.*

Methodology. *When writing this article, a set of general scientific methods of cognition was used: observation, comparison, description, content analysis. When writing the practical part of the article, data from the current organization were used (the subject of specialization is mushroom cultivation, the region of presence is the Kursk region, the period is 2023).*

Results and conclusions. *The article systematizes and defines the sequence of stages for evaluating business partnerships. The content of each of the stages is considered on the example of an operating organization. The main problems of business relations development within each partner group are identified. The authors have proposed effective measures to eliminate problems in each partner group.*

Scope of application. *This research can find its application in the development of integration strategies of organizations.*

Keywords: *partnerships, business partnerships, partnerships, partner groups, economic turbulence, government support.*

DOI: 10.22394/1997-4469-2024-66-3-154-159

Введение

В современном бизнесе партнерские отношения играют важную роль в развитии компании, так как способны повысить эффективность работы, установить долгосрочные связи, раскрыть потенциал всех участников и обеспечить совместный успех. Любые бизнес-партнерские отношения направлены на баланс ресурсов, технологий и компетенций, позволяющий закрыть потребности в недостающих ресурсах или опыте каждого из участников за счет взаимного обмена и контроля [6]. Более тесная связь, возникающая в результате сотрудничества, оказывает непосредственное влияние на активацию развития организаций-партнеров. Переход бизнес-партнерских отношений в нечто большее предполагает не только готовность участников к равноправному сотрудничеству, но и их реальные действия по поддержанию и усилению делового взаимодействия [10].

В процессе исследования партнерских отношений в бизнесе возникает закономерный вопрос о возможности проведения качественной диагностики и оценке их эффективности. При этом считается, что оценка бизнес-партнерских отношений является достаточно сложной задачей, требующей анализа различных факторов и учета особенностей каждой стороны. В экономической литературе, посвященной изучению партнерских отношений в бизнесе [1, 2, 4, 5, 7, 8], выделяются исследования Котляревской И. В. [5] и Ива-

щенко Н. С. [4], предложившие стадийный подход к их развитию, заключающийся в выделении уровней их формирования, определении состава оценочных критериев и шкал оценки. В исследованиях вышеупомянутых авторов применена количественно-качественная методика диагностики бизнес-партнерских отношений, позволяющая оценить их динамику и уровень развития, что в перспективе даст возможность сформировать соответствующие стратегические приоритеты. Данная методика по диагностике и оценке бизнес-партнерских отношений, по нашему мнению, обладает универсальным характером и будет апробирована на примере организации (предмет специализации — выращивание грибов, регион присутствия — Курская область, период — 2023 год) в настоящем исследовании.

Результаты исследования и их обсуждение

В ходе исследования авторами определена последовательность основных этапов оценки бизнес-партнерских отношений (рис. 1).

На первом этапе исследования предлагается провести описание деятельности организации, оценка ее стратегического положения и финансового состояния. В рамках данного этапа предполагается проведение описательного анализа действующих партнерских отношений в организации, осуществление классификации партнеров по бизнесу и выделение их специфики.

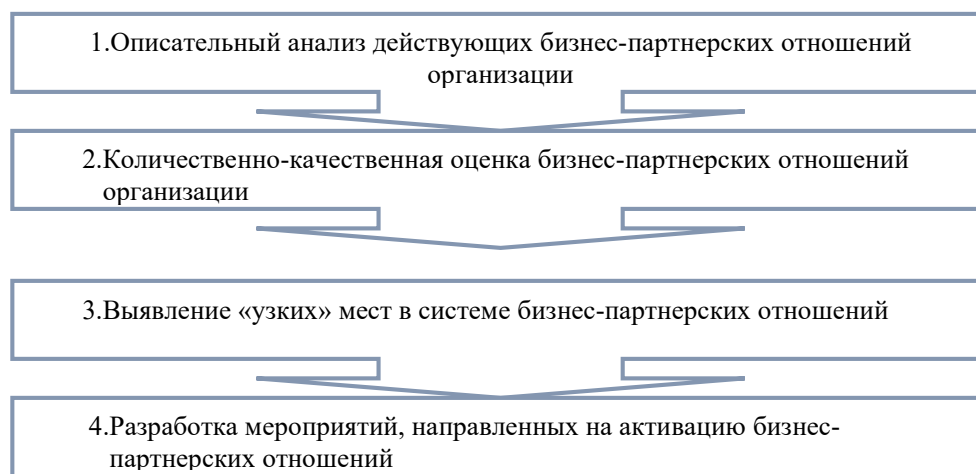


Рис. 1. Систематизация и последовательность этапов оценки бизнес-партнерских отношений организации
*Источники: составлено авторами

Результаты оценки деятельности рассматриваемого предприятия позволили сделать вывод, что организация обладает значительным потенциалом для дальнейшего развития, но для полноценной его реализации требуется комплексная стратегия, нацеленная на усиление конкурентных позиций, повышение операционной эффективности и финансовой устойчивости. Авторами систематизированы все группы партнеров рассматриваемой организации по видам деятельности и механизмам связи (табл. 1).

Результаты оценки деятельности рассматриваемого предприятия позволили сделать вывод, что организация обладает значительным потенциалом для дальнейшего развития, но для полноценной его реализации требуется комплексная стратегия, нацеленная на усиление конкурентных позиций, повышение операционной эффективности и финансовой устойчивости. Авторами систематизированы все группы партнеров рассматриваемой организации по видам деятельности и механизмам связи (табл. 1).

Таблица 1

Основные группы партнеров организации

Виды деятельности	Участники	Механизм связи
Производство	Поставщики	Договорные
Реализация	Покупатели	Договор
Финансы	Банки, инвесторы	Договор
Маркетинг	Конкуренты	Кооперирование
Материально-техническое обеспечение	Лизингодатели	Лизинг
Логистика	Транспортные компании	Договор

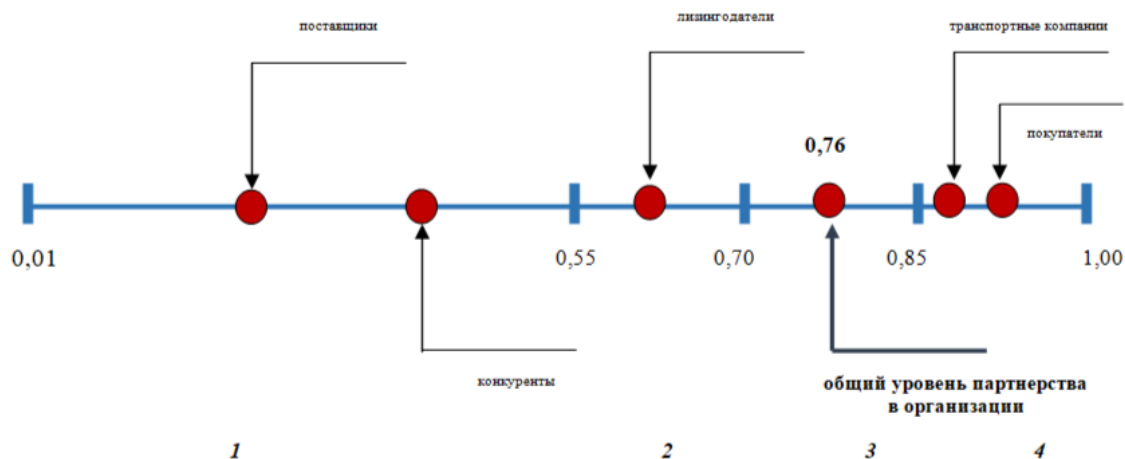
* Источники: составлено на основании данных рассматриваемой организации

На втором этапе проведена оценка партнёрских отношений компании с другими организациями на основе методики Иващенко Н. С.¹. Результаты проведённой оценки партнеров в рамках каждой групп (за исключением банков и инвесторов) представлены на рисунке 2.

Данные рисунка 2 позволяют авторам сделать выводы об уровне партнерства в организации в целом и в разрезе каждой из партнерских групп. Для рассматриваемой организации количественная оценка составляет 0,76, что соответствует среднему уровню партнерства. В некоторых группах (поставщики) низкий уровень связан со сменой некоторых партнеров-поставщиков в результате санкционных ограничений. На данный момент отношения с имеющимися поставщиками еще не укреплены, кроме того отношения с зарубежными партнерами ухудшаются из-за нестабильной политической обстановки в мире. Наиболее высокий уровень партнерства наблюдается у партнерских групп покупателей и транспортных компаний. Более тесное взаимодействие с ключевыми контрагентами позволит оптимизировать бизнес-процессы, повысить эффективность логистических операций и обеспечить бесперебойность поставок. Для усиления партнерства с покупателями необходимо продолжать укреплять отношения с покупателями и совершенствовать подход к ним. Полученные результаты в ходе оценки партнерских отношений компании позволили сделать выводы о том, что рассматриваемая организация имеет средний показатель партнерства, что свидетельствует о перспективах его повышения и выхода на высокий уровень. Для рассматриваемой организации приоритетом в краткосрочную перспективу становится развитие бизнес-партнерских отношений для дальнейшего успешного функционирования [3].

Для рассматриваемой организации приоритетом в краткосрочную перспективу становится развитие бизнес-партнерских отношений для дальнейшего успешного функционирования [3].

¹ Полностью данная методика представлена в [4]



1- партнерские отношения не сформированы (0,01-0,55); 2 – низкий уровень партнерства (0,56-0,70); 3 – средний уровень партнерства (0,71-0,85); 4 – высокий уровень партнерства (0,86-1,00)

Рис. 2. Результаты оценки уровня партнерства организации и других агентов взаимодействия
*И с т о ч н и к : рассчитано авторами по данным рассматриваемой организации

На третьем и четвертом этапах оценки бизнес-партнерских связей выявляются проблемы, возникающие в ходе построения и реализации взаимоотношений между организациями-пар-

тнерами и предлагается ряд мероприятий по устранению выявленных проблем. Результаты третьего и четвертого этапа оценки бизнес-партнерских отношений представлены в таблице 2.

Т а б л и ц а 2

Состав и выбор эффективных мероприятий по устранению проблем в каждой партнерской группе

Виды деятельности	Партнерская группа	Выявленная проблема	Предлагаемое мероприятие
Производство	Поставщики	1. Смена поставщиков в связи с введением санкций, переходом компании на импортозамещение. Сбои поставок из-за расположения предприятия	Активация процесса поиска новых отечественных поставщиков
Реализация	Покупатели	2. Недостаток производственных мощностей для удовлетворения спроса потребителей	Открытие новых производственных площадок в других регионах
Логистика	Транспортные компании	3. Высокие затраты на перевозки из-за существенного географического охвата реализации продукции	
Финансы	Банки, инвесторы	4. Низкая вероятность инвестиций в предприятие (приграничный регион)	Участие в конкурсах на получение государственной поддержки

* И с т о ч н и к : составлено авторами

Для устранения выявленных проблем предложены следующие мероприятия:

— для решения первой проблемы предлагается активизировать действия по поиску отечественных поставщиков сырья и комплектующих для ремонта оборудования (преимущественно зарубежного). Все это обусловлено действующими в настоящее время санкционными ограничениями;

— для решения проблем в реализации и логистике (вторая и третья проблемы) предлагается открыть новые производственные

площадки в других регионах, что позволит сократить затраты и время на транспортировку продукции, привлечь новых инвесторов и расширить географический охват (новые покупатели);

— для решения четвертой проблемы финансирования и активации инвестирования предлагается компании подавать заявки на участие в конкурсах по получению государственной поддержки, которая относится к одному из инструментов развития бизнеса [10]. К государственной поддержке производителей

могут относиться различные гранты, финансирование научных исследований по улучшению технологий выращивания, создание специальных льготных условий для создания или расширения грибных ферм, а также организация обучающих курсов для персонала.

Государственные программы по поддержке производителей грибов включают финансовую поддержку, предоставление земельных участков, субсидии на приобретение оборудования и посадочного материала, организацию курсов обучения и консультаций. Эти меры способствуют стимулированию развития производства грибов, повышению качества и объемов продукции, а также улучшению технологических процессов. С 2020 года производство грибов стало относиться к сельскохозяйственной деятельности, что открыло большие возможности для производителей, увеличилось количество грантовых программ по развитию агробизнеса. К примеру, в 2024 году действуют такие программы как «Агропрогресс» (до 30 млн руб.), гранты развития семейных ферм (до 20 млн руб.), «Агrostартап» (до 7 млн руб.), «Агротуризм» (до 10 млн руб.) и другие. Однако эффективность государственных программ зависит от их правильной реализации и контроля. Необходимо обеспечить прозрачность и справедливость в распределении государственной поддержки, а также оценивать результаты программы и корректировать их при необходимости. При этом важно учитывать специфику региональных условий и потребностей производителей грибов, чтобы государственные меры были максимально эффективными.

Реализация предложенных мероприятий способствует активации бизнес-партнерских отношений в организации, что в итоге приведет к повышению рыночной привлекательности организации.

Заключение

Проведенное исследование позволило определить последовательность и содержание этапов оценки бизнес-партнерских отношений организации. Авторы статьи исходят из предположения, что представленная последовательность является универсальной и подходит для любой организации, но с учетом ее отраслевой специфики. В статье проведена общая оценка бизнес-партнерских отношений согласно ранее выделенным этапам на примере действующей организации, специализирующейся на выращивании грибов. При проведении непосредственной количественно-качественной оценки бизнес-партнерских отношений использован методика Иващенко Н. С., основанная на построении интегрального показателя,

включающего в себя компоненты по различным уровням формирования. Применение данного подхода позволило рассчитать как общий уровень партнерства в организации, так и в разрезе всех выделенных ранее партнерских групп.

Для активации бизнес-партнерских отношений организации с другими экономическими субъектами авторами предложены различные мероприятия, ориентированные на усиление связей через рост объемов производства, расширение географии сбыта, привлечению государственной поддержки. Проведение оценки эффективности предложенных мероприятий определяет направленность дальнейших исследований, связанных с углубленным изучением бизнес-партнерских отношений на всех уровнях взаимодействия.

Информация о конфликте интересов

Мы, авторы данной статьи, со всей ответственностью заявляем о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи.

Благодарности: Работа выполнена в рамках реализации программы развития ФГБОУ ВО «Юго-Западный государственный университет» проекта «Приоритет-2030»

ЛИТЕРАТУРА

1. Донец Л. И. Управление стратегическим партнерством в региональном бизнес-пространстве / Л. И. Донец, А. В. Сергеева // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление. — 2021. — № 4 (47). — С. 15—24.

2. Евченко А. В. Совершенствование методики и инструментария сквозного планирования функционирования и развития предприятия промышленности в условиях цифровой экономики / А. В. Евченко, Г. А. Есенкова, А. А. Демченко // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. — 2019. — Т. 9, № 6 (35). — С. 115—125

3. Есенкова Г. А. Управление инновациями как основа системного совершенствования менеджмента качества в процессе технологической модернизации предприятий / Г. А. Есенкова, А. А. Демченко, А. В. Евченко // Наука и практика регионов. — 2021. — № 2 (23). — С. 13—21.

4. Иващенко Н. С. Оценка уровня партнерских отношений / Н. С. Иващенко // Междуна-

родный научно-исследовательский журнал. — 2020. — № 9-1 (99). — С. 172—179.

5. *Котляревская И. В.* Партнерские отношения и их оценка в маркетинге в условиях санкций / И. В. Котляревская, О. В. Усова, М. А. Бычкова, Е. С. Куртбекина // *Экономические науки*. — 2023. — № 218. — С. 132—141.

6. *Ронжина М. А.* Возможности оценки результатов внутреннего финансового контроля предприятия / М. А. Ронжина // *Стратегия социально-экономического развития общества: управленческие, правовые, хозяйственные аспекты: материалы Международной научно-практической конференции: в 2 т., Курск, 25 ноября 2011 года / Ответственный редактор Горохов А. А.* — Курск: Юго-Западный государственный университет, 2011. — Т. 2. — С. 100—102.

7. *Согачева О. В.* Разработка перспективных направлений деятельности на основе анализа стратегических возможностей организации / О. В. Согачева, А. Г. Варфоломеев // *Перспективы науки*. — 2013. — № 12 (51). — С. 95—98.

8. *Филатов В. В.* Анализ стадий развития партнерских отношений в форматах франчайзинга производственно-торговых предприятий / В. В. Филатов, А. Н. Столярова, В. В. Беспалова, И. Е. Крыгина // *Прикладные экономические исследования*. — 2024. — № 2. — С. 34—46.

9. *Щербаков Д. Б.* Цифровизационные процессы как экономико-управленческая доминанта трансформации территориальных систем в России / Д. Б. Щербаков, А. В. Евченко, А. А. Демченко // *Наука и практика регионов*. — 2021. — № 1 (22). — С. 23—32.

10. *Шелестова Д. А.* Государственная финансовая поддержка как фактор развития субъектов малого и среднего бизнеса / Д. А. Шелестова, Д. М. Шор, И. М. Шор // *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*. — 2019. — № 12. — С. 421—425.

LITERATURE

1. *Donets L. I.* Management of strategic partnership in the regional business space / L. I. Donets, A. V. Sergeeva // *Vector of Science of Tolyatti State University. Series: Economics and Management*. — 2021. — № 4 (47). — Pp. 15—24.

2. *Evchenko A. V.* Improving the methodology and tools for end-to-end planning of the functioning and development of an industrial enterprise in the

digital economy / A. V. Evchenko, G. A. Esenkova, A. A. Demchenko // *Proceedings of the Southwestern State University. Series: Economics. Sociology. Management*. — 2019. — Vol. 9, No. 6 (35). — Pp. 115—125

3. *Yesenkova G. A.* Innovation management as a basis for systematic improvement of quality management in the process of technological modernization of enterprises / G. A. Yesenkova, A. A. Demchenko, A. V. Evchenko // *Science and practice of regions*. — 2021. — № 2 (23). — Pp. 13—21.

4. *Ivashchenko N. S.* Assessment of the level of partnership relations / N. S. Ivashchenko // *International Scientific Research Journal*. — 2020. — № 9-1 (99). — Pp. 172—179.

5. *Kotlyarevskaya I. V.* Partnerships and their assessment in marketing under sanctions / I. V. Kotlyarevskaya, O. V. Usova, M. A. Bychkova, E. S. Kurtbedina // *Economic sciences*. — 2023. — No. 218. — Pp. 132—141.

6. *Ronzhina M. A.* The possibilities of evaluating the results of internal financial control of an enterprise / M. A. Ronzhina // *The strategy of socio-economic development of the society: managerial, legal, economic aspects: materials of the International Scientific and Practical Conference: in 2 volumes, Kursk, November 25, 2011 / Responsible editor Gorokhov A. A.* — Kursk: Southwestern State University, 2011. — Volume 2. — Pp. 100—102.

7. *Sogacheva O. V.* Development of promising areas of activity based on the analysis of the strategic capabilities of the organization / O. V. Sogacheva, A. G. Varfolomeev // *Prospects of science*. — 2013. — № 12 (51). — Pp. 95—98.

8. *Filatov V. V.* Analysis of the stages of development of partnership relations in the formats of franchising of industrial and commercial enterprises / V. V. Filatov, A. N. Stolyarova, V. V. Беспалова, I. E. Krygina // *Applied Economic Research*. — 2024. — No. 2. — Pp. 34—46.

9. *Shcherbakov D. B.* Digitalization processes as an economic and managerial dominant of the transformation of territorial systems in Russia / D. B. Shcherbakov, A. V. Evchenko, A. A. Demchenko // *Science and Practice of regions*. — 2021. — № 1 (22). — Pp. 23—32.

10. *Shelestova D. A.* State financial support as a factor in the development of small and medium-sized businesses / D. A. Shelestova, D. M. Shor, I. M. Shor // *Humanities, socio-economic and social sciences*. — 2019. — No. 12. — Pp. 421—425.