

УПРАВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИМ ПАРТНЕРСТВОМ В РЕГИОНАЛЬНОМ БИЗНЕС-ПРОСТРАНСТВЕ

© 2021

Л.И. Донец, доктор экономических наук, профессор,
профессор кафедры экономики предприятия и управления персоналом
А.В. Сергеева, кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры экономики предприятия и управления персоналом
*Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского,
Донецк (Донецкая Народная Республика)*

Ключевые слова: управление стратегическим партнерством; региональное бизнес-пространство; концептуальный подход; комплементарность.

Аннотация: Среди многообразия форм взаимодействия участников хозяйственного процесса, обуславливающего необходимость постоянно совершенствовать процесс управления, особое место занимают партнерские отношения, охватывающие широкий круг вопросов: от формирования мотивов, целей и механизма сотрудничества до определения его результатов и последствий. Приоритетное значение данная проблематика приобретает в региональном бизнес-пространстве, поскольку стратегическое партнерство на уровне региона позволяет существенно расширять пространственные границы для синхронизации интересов предприятий и предпринимательских структур, функционирующих в разных сферах и отраслях, а также использовать регуляторные механизмы их экономического поведения и способы взаимодействия государства, бизнеса и общества. В статье рассмотрены различные подходы к управлению стратегическим партнерством. Доказано, что дуализм понятия «управление стратегическим партнерством в региональном бизнес-пространстве» представляет собой комплементарность концептуальных подходов к управлению стратегическим партнерством, предполагающую их комбинирование и взаимодополнение. Составлена схема комплементарности концептуальных подходов к управлению стратегическим партнерством в региональном бизнес-пространстве. Определены главная цель и основные задачи управления стратегическим партнерством субъектов, функционирующих в региональном бизнес-пространстве. Установлено, что использование стратегического подхода к управлению стратегическим партнерством определяется архитектурой данного понятия и необходимостью эффективной адаптации партнерского взаимодействия к изменениям внешней среды. Это, в свою очередь, обеспечивает достижение стратегических целей и создание устойчивых конкурентных преимуществ партнеров в долгосрочной перспективе. Предложен научно-методологический подход к формированию компетентностно-конститутивного базиса управления стратегическим партнерством в региональном бизнес-пространстве, который представляет собой триаду логически упорядоченных понятий: «двух-уровневая пирамида существующих компетенций потенциальных партнеров», «партнер-инициатор», «мотивы, цели, интересы потенциальных партнеров».

ВВЕДЕНИЕ

Экономическое развитие регионов в условиях трансформационных изменений мирового бизнес-пространства обусловлено необходимостью поиска эффективных форм и способов организации предпринимательской деятельности, способных обеспечить оптимальный баланс интересов всех заинтересованных сторон – предприятий, потребителей, государства, территорий и общества в целом. Одной из таких форм выступает способность бизнес-структур к созданию устойчивых хозяйственных связей посредством формирования и развития стратегического партнерства с разными участниками рынка и на разных уровнях функционирования. Региональная значимость стратегического партнерства состоит в том, что оно позволяет преодолевать негативные тенденции и диспропорции в уровне социально-экономического развития региона, существенно расширять пространственные границы для эффективной реализации интересов и принятия оптимальных решений партнеров, ускорять реализацию стратегии социально-экономического развития региона посредством объединения партнерских усилий, ресурсов и компетенций. В этом контексте формирование и развитие многостороннего стратегического взаимодействия субъектов регио-

нального бизнес-пространства, эффективное согласование их интересов на разных уровнях функционирования обуславливает необходимость разработки теоретико-методологических положений и научно-методического инструментария по совершенствованию управления стратегическим партнерством в отечественной практике ведения бизнеса.

Исследование существующих научных разработок в области управления стратегическим взаимодействием субъектов хозяйствования свидетельствует о том, что концептуальные подходы и механизмы управления стратегическим партнерством развиваются на основе комплекса функциональных разделов различных научных направлений, а именно: теории общего менеджмента, теории устойчивого развития, стратегического управления (в т. ч. ресурсно-компетенционной и реляционной теории фирм), теории корпоративной социальной ответственности, теории стейкхолдеров, управления качеством, маркетинга и менеджмента взаимоотношений [1]. Учитывая региональный аспект настоящего исследования, авторы статьи считают, что содержание управления стратегическим партнерством также целесообразно рассматривать с позиций теории трансакционных издержек, теории отраслевых рынков и теории регионального развития.

Наибольшее внимание проблема идентификации источников, оценки эффективности стратегического взаимодействия предприятий получила в пределах развития школы стратегического управления, представители которой [2; 3] объясняют феномен стратегического партнерства как способ реализации стратегии предприятия на основе внедрения стратегических изменений, как возможную модель стратегического развития предприятия. Данные контексты, по мнению авторов, являются основополагающими в управлении стратегическим партнерством в региональном бизнес-пространстве, поскольку отражают целевую направленность стратегического взаимодействия предприятий и регионов, которая проявляется в достижении стратегических целей и стратегий развития партнеров путем объединения усилий. Поэтому управление стратегическим партнерством должно базироваться на использовании методов и инструментов стратегического анализа, планирования и управления в целом.

Эволюционное развитие теории стратегического управления связано с появлением ресурсно-компетенционной и реляционной теорий фирм, ключевые идеи которых также положены в основу стратегического взаимодействия различных субъектов рынка. В работе [4] рассматривается ресурсно-компетенционный подход к обоснованию сущности и эффективности стратегического партнерства, в основе которого лежит принцип обмена, комбинирования и совместного использования партнерами взаимодополняющих ресурсов и компетенций с целью увеличения отдачи комплементарных активов и получения синергетических эффектов. Это позволяет сделать вывод, что источниками формирования партнерских отношений выступают ресурсы и компетенции партнеров, в результате совместного использования которых достигаются их устойчивые конкурентные преимущества [5–7]. Поэтому управление стратегическим партнерством в региональном бизнес-пространстве должно строиться на предварительной оценке различий в ресурсах и компетенциях предприятий – региональных партнеров, а также социально-экономических и территориальных различий и отставаний регионов с целью определения ключевых факторов и мотивов возможного стратегического партнерства на региональном уровне.

В соответствии с реляционной теорией фирмы мотивами формирования стратегического партнерства являются дополнение отдельных звеньев цепочки создания ценности ресурсами партнера с целью обезопасить собственное производство, а также устранение неопределенности рынка за счет расширения границ предприятия на основе выстраивания отношений с агентами внешней среды [5]. В связи с этим реляционные контексты управления стратегическим партнерством в региональном бизнес-пространстве должны проявляться в разработке стратегических направлений развития регионов, сглаживания различий между ними путем выстраивания отношений с различными участниками региональных рынков и путем расширения экономических границ предприятий с целью создания области безопасности развития регионов как результата совместных действий партнеров.

Теория трансакционных издержек основную цель формирования партнерских отношений обосновывает

стремлением предприятий снизить расходы на осуществление операционной деятельности в пределах гибридной формы взаимодействия [5; 8]. Поэтому в рамках данной теории управление стратегическим партнерством в региональном бизнес-пространстве должно быть направлено на оптимизацию организационных расходов партнеров, связанных с реализацией совместных проектов и программ развития.

Динамике стратегических партнерств во внешней среде посвящены исследования представителей теории отраслевых рынков, которые объясняют зависимость формирования партнерств от внешнего окружения и их влияний на ситуацию в отрасли [9]. Поэтому в рамках отраслевой теории считаем целесообразным рассматривать в качестве ключевого момента в управлении стратегическим партнерством в региональном бизнес-пространстве необходимость своевременно адаптироваться к изменчивым условиям внешней среды и региональных рынков с целью поддержания и развития партнерских отношений, соответствующих современным реалиям.

Теория стейкхолдеров, или концепция заинтересованных сторон, рассматривает стратегическое взаимодействие предприятий в рамках исследования проблемы взаимоотношения бизнеса и общества на принципах корпоративной социальной ответственности [2; 10]. В пределах данной концепции подчеркивается важность установления устойчивых взаимосвязей предприятий со всеми заинтересованными сторонами (стейкхолдерами) с целью создания совместных ценностей. Однако такое взаимодействие должно быть направлено на недопущение ущемления интересов внутренних и внешних стейкхолдеров, а также обеспечение соответствующего этического баланса между ними. При этом именно такое функционирование и развитие предприятия является практическим подтверждением его социальной ответственности [10]. Поэтому можно сделать вывод, что в процессе управления стратегическим партнерством в региональном бизнес-пространстве должны учитываться интересы и приоритеты развития всех заинтересованных сторон: предприятий, государства, населения и других партнеров.

Активное развитие маркетинга и менеджмента взаимоотношений привело к появлению нового формата стратегического партнерства – установлению долгосрочных взаимовыгодных отношений различных субъектов хозяйствования с потребителями, направленных на удержание уже имеющихся и привлечения новых покупателей [11]. Из этого следует, что управление стратегическим партнерством в региональном бизнес-пространстве должно ориентироваться не только на получение экономических выгод, но и на социальное развитие регионов посредством установления долгосрочных эффективных взаимоотношений с потребителями и обществом в целом.

Теория регионального развития раскрывает предпосылки образования и развития стратегического партнерства с позиций кластерного подхода, который концентрирует внимание на отраслевом и географическом принципах долгосрочного сотрудничества взаимосвязанных специализированных компаний, организаций и властей в рамках совместных программ [12–14]. Поэтому применение данного подхода к управлению

стратегическим партнерством в региональном бизнес-пространстве основано на учете отраслевой специфики партнеров, входящих в кластер, а также степени разветвленности их инфраструктуры, характеризующей различные звенья цепочки создания ценности [15].

Исходя из вышеизложенного, представляется верным в процессе управления стратегическим партнерством в региональном бизнес-пространстве использовать комплементарный подход, который в комплексе учитывает ключевые идеи различных научных направлений исследования стратегического партнерского взаимодействия.

Цель исследования – обоснование научно-методологического подхода к управлению стратегическим партнерством субъектов хозяйствования, функционирующих в региональном бизнес-пространстве.

МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ

Для исследования ключевых позиций, цели, задач и разработки научно-методологического подхода к управлению стратегическим партнерством в региональном бизнес-пространстве проведен контент-анализ различных научных направлений и теорий, а также комплементаризация концептуальных подходов к стратегическому взаимодействию субъектов хозяйствования.

Для формализованного обоснования научно-методологического подхода к управлению стратегическим партнерством в региональном бизнес-пространстве предложено определять показатели корпоративного и личного уровней существующих компетенций потенциальных партнеров, а также уровня их конкурентной активности по результатам анализа динамики рыночной доли и ресурсного потенциала партнеров.

С целью количественного определения суммарного эффекта синергии в результате стратегического взаимодействия субъектов, функционирующих в региональном бизнес-пространстве, использован комплексный показатель расчета чистого денежного потока, который объединяет стоимостные оценки операционных, рыночных, финансовых, управленческих и инвестиционных эффектов синергии.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЙ

Основываясь на разработках различных научных школ и направлений, авторы статьи провели дальнейший контент-анализ концептуальных подходов к управлению стратегическим партнерством в контексте определения ключевых позиций для целей управления стратегическим взаимодействием субъектов хозяйствования, функционирующих в региональном бизнес-пространстве, а именно: функционального, процессного, ситуационного, системного, динамического, интеграционно-синергетического, ресурсно-компетенционного и поведенческого подходов.

Целесообразность использования функционального подхода, архитектура которого представлена на рис. 1, состоит в том, что управление стратегическим партнерством на любом уровне, в т. ч. и в региональном бизнес-пространстве, строится на всеобщем цикле управления субъектами, который базируется на взаимосвязи основных функций управления: прогнози-

ровании и планировании, организации и координации, стимулировании и активизации, контроле, анализе и мониторинге [2; 16].

Согласно процессному подходу, управление стратегическим партнерством в региональном бизнес-пространстве представляет собой совокупность взаимосвязанных универсальных и специфических управленческих процессов по формированию и реализации партнерских отношений, которые определяют этапы стратегического партнерства. В рамках данного подхода важным элементом является «ситуационное мышление» – понимание того, какие методы и приемы будут более эффективными для достижения стратегических целей партнерского взаимодействия в конкретной проблемной ситуации, а также тщательное изучение ситуационных различий между потенциальными партнерами [2; 3; 18].

При системном подходе управление стратегическим партнерством в региональном бизнес-пространстве рассматривается как система взаимоотношений субъектов разных уровней и форм, которая имеет вход (мотивы, стратегическая, ресурсно-компетенционная, региональная и отраслевая совместимость партнеров), функционально-процессный базис стратегического партнерства (функции управления стратегическим партнерством, ресурсы и компетенции партнеров, контексты реконфигурации деятельности партнеров), выход (синергетические эффекты стратегического взаимодействия партнеров, устойчивые конкурентные преимущества в долгосрочной перспективе) и обратную связь (изменения в ожиданиях партнеров) [19–21].

Использование стратегического подхода к управлению стратегическим партнерством определяется необходимостью эффективно адаптировать партнерское взаимодействие к изменениям внешней среды, что, в свою очередь, обеспечивает достижение стратегических целей и создание устойчивых конкурентных преимуществ партнеров в долгосрочной перспективе. Стратегический подход к управлению стратегическим партнерством в региональном бизнес-пространстве включает в себя программно-целевой подход, поскольку основывается на четком обосновании и выборе стратегических целей развития партнерских отношений, их закреплении в стратегиях развития регионов и долгосрочных планах, разработке целевых региональных программ по оптимальному достижению этих целей с учетом ресурсов и компетенций партнеров. Поэтому еще на стадии формирования стратегического партнерства рассматриваются альтернативные варианты управленческих решений по достижению поставленных стратегических целей и разрабатываются сценарии и программы реализации партнерских взаимоотношений [2; 3].

Динамический подход к управлению стратегическим партнерством в региональном бизнес-пространстве предполагает разработку и реализацию управленческих решений, направленных на внешнее динамическое развитие партнеров и регионов в целом. Такой подход связан с проактивным стратегическим поведением партнеров и внедрением трансформационных стратегических изменений в различные сферы совместной деятельности [22–24].

Главная идея интеграционно-синергетического подхода к управлению стратегическим партнерством



Рис. 1. Архитектоника функционального подхода к управлению стратегическим партнерством [2; 16; 17]

в региональном бизнес-пространстве заключается в обосновании эффективности партнерского взаимодействия на основе концепции синергизма. Использование такого подхода предполагает реконфигурацию стратегического, оперативного, структурного и социально-психологического контекстов деятельности партнеров, а также усиление взаимосвязей между стадиями жизненного цикла и уровнями стратегического партнерства по вертикали и горизонтали. При этом эффективность интеграционных процессов, предусматривающих углубление сотрудничества субъектов регионального бизнес-пространства, существенно превышает суммы эффектов раздельного функционирования за счет эффекта синергии [23–25].

Практическая значимость использования ресурсно-компетенционного подхода к управлению стратегическим партнерством в региональном бизнес-пространстве состоит в том, что источником создания совместной ценности является комбинирование и совместное использование комплементарных ресурсов, способностей и компетенций партнеров. При этом принципиальным моментом является первичность компетенций и вторичность ресурсов и способностей [4; 6; 7]. Такое умозаключение обусловлено тем, что именно знания, умения и опыт партнеров на каждом этапе формирования, реализации и развития партнерских отношений предопределяют выбор определенной комбинации ресурсов и способностей с учетом их стратегической значимости для эффективного стратегического партнерства.

Поведенческий подход к управлению стратегическим партнерством соотносится с ресурсно-компетен-

ционным подходом, поскольку компетенции формируются посредством использования не только материальных, но и нематериальных ресурсов, среди которых приоритетное место занимает информация, которая трансформируется в знания. Носителями знаний выступают люди, которые их накапливают, распространяют и применяют в различных инновационных технологиях, способах организации деятельности и т. д. Использование такого подхода к управлению стратегическим партнерством направлено на повышение роли человеческих ресурсов и знаний при партнерском взаимодействии [26].

ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

В результате проведенного контент-анализа авторами установлено, что управление стратегическим партнерством в региональном бизнес-пространстве носит дихотомический характер:

- с одной стороны, управление стратегическим партнерством подчиняется общепринятым закономерностям, теориям и подходам к управлению многосторонними и многоуровневыми партнерскими отношениями (функциональный, процессный, ситуационный, системный и стратегический подходы) [2; 3; 16];

- с другой стороны, управление стратегическим партнерством обусловлено специфическими особенностями стратегического взаимодействия субъектов, функционирующих в региональном бизнес-пространстве (динамический, интеграционно-синергетический, ресурсно-компетенционный и поведенческий подходы) [23; 25; 26].

Таким образом, дуализм понятия «управление стратегическим партнерством в региональном бизнес-пространстве», по мнению авторов, представляет собой комплементарность концептуальных подходов к управлению стратегическим партнерством, предполагающую их комбинирование и взаимодополнение (рис. 2).

Результаты анализа различных мнений ученых-экономистов по вопросу выявления проблем, на решение которых направлено управление стратегическим партнерством, позволили выделить главную цель и комплекс задач, решение которых ориентировано на развитие стратегического партнерства в региональном бизнес-пространстве [17; 22; 24].

Считаем, что главной целью управления стратегическим партнерством является формирование и развитие устойчивых конкурентных преимуществ партнеров в долгосрочной перспективе посредством создания совместной ценности и получения синергетического эффекта на основе оптимального комбинирования и совместного использования комплементарных ресурсов, способностей и компетенций, способствующих социально-экономическому развитию регионов в целом.

Для реализации главной цели определен следующий комплекс задач управления стратегическим партнерством в региональном бизнес-пространстве:

- создание совместной ценности партнеров;
- обеспечение эффективного комбинирования и совместного использования комплементарных ресурсов и компетенций;

– формирование региональной интегрированной модели компетенций и создание потенциала для их развития;

– обеспечение стратегической, структурной и культурной совместимости партнеров;

– обеспечение эффективной реконфигурации деятельности партнеров;

– разработка и эффективная реализация коммуникационной политики управления стратегическим партнерством;

– разработка и эффективная реализация интегрированной системы информационного обеспечения;

– создание и внедрение единой системы стимулирования персонала партнеров;

– разработка системы риск-менеджмента партнерского взаимодействия.

Комплементарность управления стратегическим партнерством требует обоснования конститутивной базы, определяющей механизм управления стратегическим партнерством. Авторами предложен научно-методологический подход к управлению стратегическим партнерством в региональном бизнес-пространстве, конститутивной основой которого выступает триада логически упорядоченных понятий: «двухуровневая пирамида существующих компетенций потенциальных партнеров», «партнер-инициатор», «мотивы, цели, интересы потенциальных партнеров» (рис. 3).

Двухуровневая пирамида существующих компетенций потенциальных партнеров является источником



Рис. 2. Схема комплементарности концептуальных подходов к управлению стратегическим партнерством в региональном бизнес-пространстве (составлено авторами)

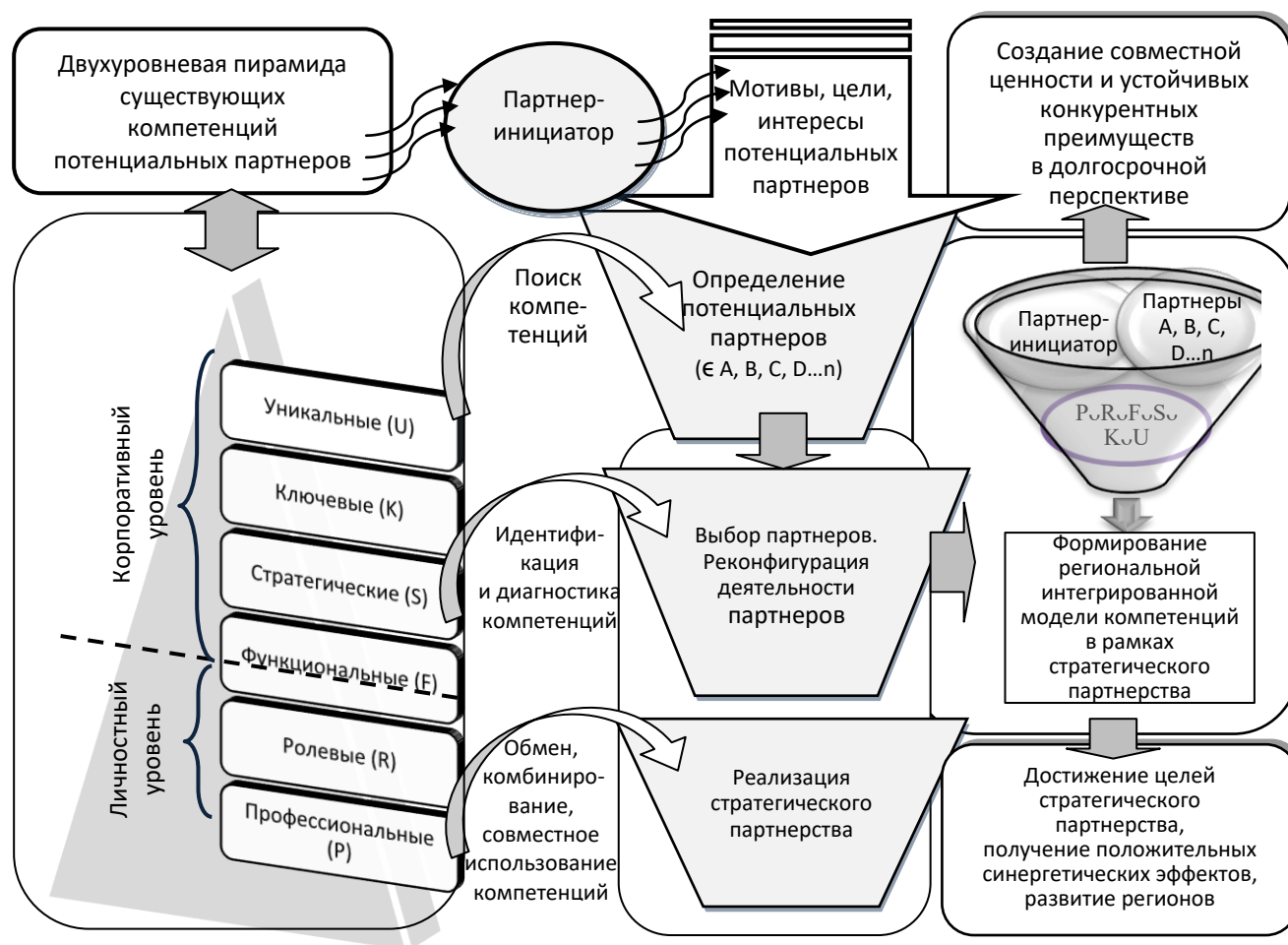


Рис. 3. Научно-методологический подход к управлению стратегическим партнерством в региональном бизнес-пространстве (составлено авторами)

генерации идеи о формировании партнерских отношений и состоит из двух уровней: личного и корпоративного. Личностный уровень компетенций включает профессиональные (P) и ролевые (R) компетенции партнера, которые образуют основу корпоративного уровня компетенций (функциональных (F), стратегических (S), ключевых (K) и уникальных (U) компетенций).

Диагностику корпоративного и личного уровней существующих компетенций потенциальных партнеров предлагается проводить методом экспертных оценок в баллах по формулам:

$$K_{CLC} = \frac{1}{4} \sum_{j=1}^4 K_{ij(U;K;S;F)},$$

где K_{CLC} – корпоративный уровень компетенций потенциальных партнеров;

K_{iU} – коэффициент, отражающий уникальные компетенции i -го потенциального партнера в конкурентно значимых видах деятельности, по которым предприятие значительно превосходит своих конкурентов;

K_{iK} – коэффициент, отражающий ключевые компетенции i -го потенциального партнера, связанные с созданием конкурентных преимуществ;

K_{iS} – коэффициент, отражающий стратегические компетенции i -го потенциального партнера в области разработки и реализации стратегических планов и программ; K_{iF} – коэффициент, отражающий функциональные компетенции i -го потенциального партнера в функциональных подсистемах при принятии управленческих решений;

$$K_{PLC} = \frac{1}{2} \sum_{j=1}^2 K_{ij(P;R)},$$

где K_{PLC} – личный уровень компетенций потенциальных партнеров;

K_{iP} – коэффициент, отражающий профессиональные компетенции i -го потенциального партнера в области этики делового общения и деловых коммуникаций;

K_{iR} – коэффициент, отражающий ролевые компетенции моделей поведения i -го потенциального партнера.

По результатам экспертной оценки определяется выборка потенциальных партнеров, т. е. оптимальное количество стратегических партнеров по формуле [27; 28]

$$n^{СП} = \frac{P \times (1 - P)}{\Delta_p^2} \times t^2,$$

где $n^{СП}$ – оптимальное количество стратегических партнеров;
 P – удельный вес стратегических партнеров, уровень компетенций которых (K_{CLC} и K_{PLC}) оценивается как «высокий»;
 t – критерий Стьюдента при заданном доверительном интервале $(0,05)$;
 Δ_p^2 – средняя предельная ошибка выборки (принимая равную 0,15).

Партнер-инициатор, ориентируясь на мотивы, цели и интересы потенциальных партнеров, определяет возможности создания совместной цепочки ценностей и устойчивых конкурентных преимуществ в долгосрочной перспективе. С этой целью проводится оценка уровня конкурентной активности потенциальных партнеров по результатам анализа динамики рыночной доли, траектория изменения которой является отражением характера конкурентной стратегии (наступательной или оборонительной) [27]. Поскольку на величину рыночной доли, наряду с внутренними факторами, влияют изменения общей ситуации на региональном рынке, то более корректной будет оценка конкурентной активности (I_{KA}), рассчитанная по формуле

$$I_{KA} = \sqrt{I_{ДР} * I_{РП}},$$

где $I_{ДР}$, $I_{РП}$ – индекс доли рынка и ресурсного потенциала потенциального партнера за соответствующий период соответственно.

В свою очередь, $I_{ДР}$ и $I_{РП}$ определяются следующим образом:

$$I_{ДР} = n \sqrt[n-1]{\frac{ДР_k}{ДР_0}},$$

где $ДР_k$ – конечный показатель доли рынка в динамическом ряду;

$ДР_0$ – начальный показатель доли рынка в динамическом ряду;

n – количество показателей в динамическом ряду.

$$I_{РП} = \sqrt[3]{I_{OC} * I_{OA} * I_{TP}},$$

где I_{OC} , I_{OA} , I_{TP} – индексы основных средств, оборотных активов и трудовых ресурсов потенциального партнера соответственно.

Если $I_{KA} > 1$, потенциальный партнер является конкурентно активным, использующим наступательные стратегии; $I_{KA} < 1$ свидетельствует об использовании пассивной конкурентной стратегии.

По результатам диагностики уровней существующих компетенций и уровня конкурентной активности происходят окончательный выбор партнеров и дальнейшая реконфигурация деятельности участников стратегического партнерства. Посредством обмена, комбинирования и совместного использования компетенций партнеров формируется региональная интегрированная модель компетенций в рамках стратегического партнерства, а также создается совместная ценность, которая оценивается с точки зрения проявления различных видов синергетических эффектов, таких как прирост

выручки (прибыли), экономия на затратах, капиталовложениях, инвестициях в оборотный капитал и т. д. [28]. С целью количественного определения суммарного эффекта синергии в результате стратегического взаимодействия субъектов, функционирующих в региональном бизнес-пространстве ($E_{synergy}^{total}$), предлагается применять стоимостной подход, основанный на использовании метода дисконтирования денежных потоков [28], расчет которого предлагается проводить по следующим формулам:

$$E_{synergy}^{total} = \sum_{i=1}^n \frac{\Delta FCF_i}{(1+r_e)^i},$$

$$\Delta FCF = E_{synergy}^{operational} + E_{synergy}^{market} + E_{synergy}^{financial} + E_{synergy}^{management} + E_{synergy}^{investment},$$

где ΔFCF_i (free cash flow) – чистый денежный поток от партнерского взаимодействия, полученный в i -м году;

$E_{synergy}^{operational}$ – стоимость операционных эффектов синергии (прирост чистой выручки (прибыли), экономия операционных расходов);

$E_{synergy}^{market}$ – стоимость рыночных эффектов синергии (прирост доли рынка, экономия транзакционных издержек);

$E_{synergy}^{financial}$ – стоимость финансовых эффектов синергии (экономия на налоге на прибыль, повышение кредитоспособности, экономия на выплате процентов по кредитам);

$E_{synergy}^{management}$ – стоимость управленческих эффектов синергии (экономия общекорпоративных и управленческих расходов, улучшение деловой репутации предприятий-партнеров, повышение гибкости управленческой команды);

$E_{synergy}^{investment}$ – стоимость инвестиционных эффектов синергии (экономия на инвестициях в оборотный капитал, экономия на капиталовложениях);

r_e – доходность собственного капитала (ставка дисконтирования);

n – количество лет партнерского соглашения.

Предложенный стоимостной подход к оценке эффективности стратегического партнерства позволяет одновременно учесть различные виды синергетических эффектов и источники их возникновения, количественно оценить их и сделать наиболее объективные и информативные выводы относительно целесообразности установления партнерских отношений (на стадии проектирования стратегического партнерства), а также их результативности в будущем (на стадии реализации стратегического партнерства).

Использование предложенного научно-методологического подхода позволяет достигать поставленных целей стратегического партнерства на основе создания совместной ценности, получать положительные синергетические эффекты, тем самым обеспечивая устойчивые

конкурентные преимущества партнеров в долгосрочной перспективе и социально-экономическое развитие регионов в условиях повышения динамизма регионально-го бизнес-пространства.

ВЫВОДЫ

Установлено, что управление стратегическим партнерством в региональном бизнес-пространстве представляет собой совокупность управленческих функций, процессов и решений по формированию, реализации и развитию партнерских взаимоотношений, обеспечивающих создание совместной ценности и устойчивых конкурентных преимуществ партнеров в долгосрочной перспективе, способствующих социально-экономическому развитию регионов в целом.

На основе комплементаризации концептуальных подходов к управлению стратегическим партнерством, определения его главной цели и задач разработан научно-методологический подход к управлению стратегическим партнерством в региональном бизнес-пространстве. Его отличительная особенность состоит в выделении триады логически упорядоченных понятий: «двухуровневая пирамида существующих компетенций потенциальных партнеров», «партнер-инициатор», «мотивы, цели, интересы потенциальных партнеров».

С целью объективной оценки результативности стратегического партнерства на стадиях его формирования и реализации, определена целесообразность использования стоимостного подхода к оценке синергетических эффектов методом дисконтирования денежных потоков, что позволяет более точно оценить положительные и отрицательные последствия стратегического партнерства в будущем.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Гуськова Н.Д., Краковская И.Н. Методы управления стратегическим партнерством исследовательского университета // Университетское управление: практика и анализ. 2014. № 1. С. 63–70.
- Агафонов В.А. Стратегический менеджмент. Модели и процедуры. М.: ИНФРА-М, 2018. 276 с.
- Мызникова М.А. Трансформация стратегического управления отечественных социально-экономических систем через призму смены парадигм стратегического управления // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. 2021. № 1. С. 150–159.
- Иванов А.Е. Комплементарный и ресурсный подходы к обоснованию синергетического эффекта слияний и поглощений // Экономический анализ: теория и практика. 2017. Т. 16. № 9. С. 1678–1695.
- Левенцов В.А. Концептуальные основы реляционных взаимодействий современных промышленных предприятий // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2019. № 1. С. 25–34.
- Туменова С.А. Конкурентоспособность в экономике знаний: развитие ключевых компетенций и динамических способностей // Известия Кабардино-Балкарского научного центра РАН. 2019. № 1. С. 46–52.
- Никифорова Л.Е., Хорошун Е.А. К вопросу о взаимосвязи ресурсов, организационных способностей и ключевых компетенций для достижения устойчивых конкурентных преимуществ // Сибирская финансовая школа. 2016. № 6. С. 33–39.
- Клейнер Г.Б. Трансакционный принцип Коуза в свете системной экономической теории // Журнал институциональных исследований. 2021. Т. 13. № 3. С. 6–19.
- Тарануха Ю.В. Теория отраслевых рынков: проблема определения предметной области // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. 2021. Т. 16. № 1. С. 5–18.
- Курганов М.А., Третьякова Е.А. Оценка устойчивого регионального развития с позиции реализации ценностей ключевых стейкхолдеров // Journal of New Economy. 2020. Т. 21. № 4. С. 104–130.
- Калганов И.А. К вопросу о маркетинг-менеджменте отношений // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. № 7. С. 61–71.
- Овчинникова А.В., Тополева Т.Н. Кластеризация экономического пространства как фактор роста конкурентоспособности национальной экономики // Управленческие науки. 2020. Т. 10. № 2. С. 41–52.
- Мак Н.И. Классические теории регионального развития и современные методы управления социально-экономическим развитием // Экономика и управление. 2021. № 4. С. 113–118.
- Шахов О.Ф., Рисин И.Е. Особенности и содержание региональной программы развития стратегического партнерства государства и бизнеса // Регион: системы, экономика, управление. 2018. № 3. С. 59–62.
- Костенко О.В. Стратегии участия предприятий в кластере: поиск направлений кооперации и сотрудничества // Фундаментальные исследования. 2016. № 9. С. 601–606.
- Старков И.А. Становление неоклассической школы менеджмента // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2019. № 11. С. 13–19.
- Добросоцкий В.И., Занковский А.Н. Психологические аспекты управления эффективным стратегическим партнерством // Управление. 2020. Т. 8. № 1. С. 114–123.
- Андросова И.В., Согачева О.В. Стратегические партнерства как современная форма интеграции бизнеса в промышленности // Вестник университета. 2020. № 10. С. 10–14.
- Мошкова Л.Е. Развитие партнерских отношений бизнеса и власти на территории присутствия: теория и практика. Тверь: Тверской государственный университет, 2014. 236 с.
- Екимов А.В., Горбунова Н.В., Новокрещенова О.А. Стратегическое партнерство как фактор повышения конкурентоспособности субъектов финансового рынка // Финансы и кредит. 2016. № 35. С. 15–26.
- Шахов О.Ф. Эффекты стратегического партнерства государства и бизнеса // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и Управление. 2017. № 4. С. 78–82.
- Селезньова Г.О. Особливості стратегічних партнерств // Економіка і суспільство. 2019. № 20. С. 372–376.
- Тихонова А.Д. Оценка межфирменных взаимодействий в условиях цифровизации экономики // Вопросы

инновационной экономики. 2020. Т. 10. № 4. С. 2283–2298.

24. Voskoboieva O., Romashchenko O. Strategic partnership as the basis of modern business // Экономика та суспільство. 2021. № 29. С. 1–7.
 25. Долженкова Е.В., Казакова М.А. Комплементарный и синергетический подходы к инновационному развитию социально-экономических систем // Экономика и предпринимательство. 2015. № 10-2. С. 559–563.
 26. Тебекин А.В., Денисова И.В., Тебекин П.А. Роль школы поведенческих наук в развитии современного менеджмента // Журнал исторических исследований. 2018. Т. 3. № 2. С. 20–34.
 27. Николаев Д.В., Стецюк В.В., Сазонов В.В., Иванюк Р.В. Теоретические аспекты конкурентной активности организаций // Экономические науки. 2015. № 131. С. 91–96.
 28. Сергеева А.В., Кожухова А.В. Обоснование организационно-экономических направлений развития предприятий в контексте синергетического подхода // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. 2018. № 7. С. 188–192.
- ## REFERENCES
1. Gyskova N.D., Krakovskaya I.N. The methods of managing strategic partnerships of the research university. *Universitetskoe upravlenie: praktika i analiz*, 2014, no. 1, pp. 63–70.
 2. Agafonov V.A. *Strategicheskii menedzhment. Modeli i protsedury* [Strategic management. Models and procedures]. Moscow, INFRA-M Publ., 2018. 276 p.
 3. Myznikova M.A. Transformation of the strategic management of domestic socio-economic systems through the prism of changing the paradigms of strategic management. *Vestnik Donetskogo natsionalnogo universiteta. Seriya B. Ekonomika i pravo*, 2021, no. 1, pp. 150–159.
 4. Ivanov A.E. Complementary and resource-based approaches to justifying the synergistic effect of mergers and acquisitions. *Ekonomicheskii analiz: teoriya i praktika*, 2017, vol. 16, no. 9, pp. 1678–1695.
 5. Leventsov V.A. Conceptual bases of relational interactions of modern industrial enterprises. *Intellekt. Innovatsii. Investitsii*, 2019, no. 1, pp. 25–34.
 6. Tumenova S.A. Competitiveness in the knowledge economy: development of key competences and dynamic capabilities. *Izvestiya Kabardino-Balkarskogo nauchnogo tsentra RAN*, 2019, no. 1, pp. 46–52.
 7. Nikiforova L.E., Khoroshun E.A. To a question of interrelation of resources, organizational capabilities and core competencies for achievement of steady competitive advantages. *Sibirskaya finansovaya shkola*, 2016, no. 6, pp. 33–39.
 8. Kleyner G.B. Coase's transactional principle in the light of system economic theory. *Zhurnal institutsionalnykh issledovaniy*, 2021, vol. 13, no. 3, pp. 6–19.
 9. Taranukha Yu.V. Theory of industrial organization: the problem of defining the subject. *Vestnik Permskogo universiteta. Seriya: Ekonomika*, 2021, vol. 16, no. 1, pp. 5–18.
 10. Kurganov M.A., Tretyakova E.A. Sustainable regional development assessment in terms of realizing the values of key stakeholders. *Journal of New Economy*, 2020, vol. 21, no. 4, pp. 104–130.
 11. Kalganov I.A. On the question of marketing-management of relations. *Innovatsionnaya ekonomika: perspektivy razvitiya i sovershenstvovaniya*, 2017, no. 7, pp. 61–71.
 12. Ovchinnikova A.V., Topoleva T.N. Clusterization of the economic space as a factor in the growth of the national economy competitiveness. *Upravlencheskie nauki*, 2020, vol. 10, no. 2, pp. 41–52.
 13. Mak N.I. Classical theories of regional growth and modern methods of socio-economic development. *Ekonomika i upravlenie*, 2021, no. 4, pp. 113–118.
 14. Shakhov O.F., Risin I.E. Features and content of regional development programme strategic partnership of government and business. *Region: sistemy, ekonomika, upravlenie*, 2018, no. 3, pp. 59–62.
 15. Kostenko O.V. Business development strategies by participating in the cluster: search of destinations of cooperation and collaboration. *Fundamentalnye issledovaniya*, 2016, no. 9, pp. 601–606.
 16. Starkov I.A. Formation of the neoclassical school of management. *Ekonomika i menedzhment innovatsionnykh tekhnologiy*, 2019, no. 11, pp. 13–19.
 17. Dobrosotskiy V.I., Zankovskiy A.N. Psychological aspects of effective strategic partnership management. *Upravlenie*, 2020, vol. 8, no. 1, pp. 114–123.
 18. Androsova I.V., Sogacheva O.V. Strategic partnerships as a modern form of business integration in industry. *Vestnik universiteta*, 2020, no. 10, pp. 10–14.
 19. Moshkova L.E. *Razvitie partnerskikh otnosheniy biznesa i vlasti na territorii prisutstviya: teoriya i praktika* [Development of partnerships between business and government in the territory of presence: theory and practice]. Tver, Tverskoy gosudarstvennyy universitet Publ., 2014. 236 p.
 20. Ekimov A.V., Gorbunova N.V., Novokreshchenova O.A. Strategic partnership as a factor of enhancing the competitiveness of financial market actors. *Finansy i kredit*, 2016, no. 35, pp. 15–26.
 21. Shakhov O.F. The effects of state and business strategic partnership. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika i Upravlenie*, 2017, no. 4, pp. 78–82.
 22. Seleznova G.O. Features of strategic partnerships. *Ekonomika i suspiilstvo*, 2019, no. 20, pp. 372–376.
 23. Tikhonova A.D. Assessment of interfirm interactions in the context of digitalization of the economy. *Voprosy innovatsionnoy ekonomiki*, 2020, vol. 10, no. 4, pp. 2283–2298.
 24. Voskoboieva O., Romashchenko O. Strategic partnership as the basis of modern business. *Ekonomika ta suspiilstvo*, 2021, no. 29, pp. 1–7.
 25. Dolzhenkova E.V., Kazakova M.A. Complementary and synergistic approaches to the innovative development of socio-economic systems. *Ekonomika i predprinimatelstvo*, 2015, no. 10-2, pp. 559–563.
 26. Tebekin A.V., Denisova I.V., Tebekin P.A. Role of school of behavioural sciences in development of modern management. *Zhurnal istoricheskikh issledovaniy*, 2018, vol. 3, no. 2, pp. 20–34.
 27. Nikolaev D.V., Stetsyuk V.V., Sazonov V.V., Ivanuk R.V. Theoretical aspects of competitive activity of

organizations. *Ekonomicheskie nauki*, 2015, no. 131, pp. 91–96.
28. Sergeeva A.V., Kozhukhova A.V. Substantiation of organizational and economic directions of enterprise

development in the context of a synergistic approach. *Strategiya predpriyatiya v kontekste povysheniya ego konkurentosposobnosti*, 2018, no. 7, pp. 188–192.

STRATEGIC PARTNERSHIP MANAGEMENT IN THE REGIONAL BUSINESS SPACE

© 2021

L.I. Donets, Doctor of Sciences (Economics), Professor,
professor of Chair of Enterprise Economics and Personnel Management

A.V. Sergeeva, PhD (Economics), Associate Professor,
assistant professor of Chair of Enterprise Economics and Personnel Management

Mikhail Tugan-Baranovsky Donetsk National University of Economics and Trade, Donetsk (Donetsk People's Republic)

Keywords: strategic partnership management; regional business space; conceptual approach; complementarity.

Abstract: Among the many forms of interaction between the economic process participants, which cause the necessity to improve constantly management process, the partnership relations covering a wide range of issues take a specific place: from the formation of motives, goals, and cooperation mechanism to determining its results and consequences. This issue has particular importance in the regional business environment since the strategic partnership at the regional level allows significantly expanding the spatial boundaries to synchronize the interests of enterprises and entrepreneurial structures functioning in different spheres and industries, and using regulatory mechanisms of their economic behavior and the ways of interaction of the state, business, and society. The paper considers different approaches to strategic partnership management. The study proves that the dualism of the concept of strategic partnership management in the regional business environment is a complementarity of conceptual approaches to strategic partnership management, which implies their combination and mutual complement. The authors built the complementarity scheme of conceptual approaches to the strategic partnership management in the regional business space; determined the main goal and key tasks of the strategic partnership management of entities operating in the regional business environment. The study identified that the use of a strategic approach to strategic partnership management is determined by the architectonics of this concept and the necessity of effective adaptation of the partnership interaction to the changes in the external environment. It, in turn, ensures the achievement of strategic goals and the creation of sustainable competitive advantages of partners in the long-term outlook. The authors propose a scientific and methodological approach to the formation of the competence-constitutive basis for the strategic partnership management in the regional business environment, which is a triad of the logically ordered definitions of a two-level pyramid of the existing competencies of potential partners, a partner-initiator, and the motives, goals, and interests of potential partners.