

Г.В. Макарова

АНАЛІЗ СУМІСНОСТІ ТА ПІДБІР БІЗНЕС-ПАРТНЕРІВ НА БАЗІ ІТ-ТЕХНОЛОГІЙ

***Анотація.** Темою даної роботи є виявлення закономірностей успішної роботи бізнес партнерів та побудова алгоритму, завдяки якому можливо здійснювати цей підбір використовуючи ІТ-технології. Предметом є інформаційні технології, зокрема методи інтелектуального аналізу даних, методи підбору та встановлення сумісності партнерів, психологічні методи виявлення типології особистості. Об'єктом дослідження є процес підбору бізнес-партнерів. Метою роботи є побудова алгоритму підбору бізнес-партнерів, визначення та дослідження методів, завдяки яким можливо максимально пришвидшити процес пошуку, підбору та дослідження сумісності бізнес-партнерів з врахуванням необхідних критеріїв. Було використані методи кореляційно-регресійного аналізу, методи визначення психологічного типу людини. Результатами дослідження є система визначення оптимальних параметрів, що дозволяють зробити висновок щодо сумісності бізнес-партнерів та алгоритму підбору бізнес-партнера на основі створеної бази даних та побудування моделі прогнозування в залежності від визначених критеріїв. Отримані результати можуть бути використані як розробниками програмних продуктів для створення додатків за аналогічною тематикою, так і власне компаніями, що мають необхідність у бізнес-партнерстві.*

***Ключові слова:** бізнес-партнер, сумісність, інтелектуальний аналіз даних, модель, типологія особистості, кореляція, кореляційний аналіз, Data Science*

***Abstract.** The theme of this work is to determine the regularities of successful business partners work and to construct an algorithm through which this selection can be made using IT technologies. The subject is the information technology, in particular methods of data analysis, methods of selecting and establishing partner compatibility, psychological methods for identifying the typology of the individual. The object of the research is the process of selecting business partners. The aim of the work is to build an algorithm for selecting business partners, identify and explore methods that can accelerate the process*

of finding, selecting and researching the compatibility of business partners, taking into account the necessary criteria. Methods of correlation-regression analysis, cluster analysis, methods of determining the psychological type of a person were used. The results of the study are a system for determining the optimal parameters that make it possible to conclude on the compatibility of business partners and the algorithm of selecting a business partner based on the created database and building a prediction model, depending on certain criteria. The results obtained can be used as software developers to create applications with similar topics, as well as companies that have a need for a business partnership.

Key words: *business partner, compatibility, intellectual data analysis, model, personality typology, correlation, correlation analysis, Data Science.*

Вступ

Вивчення ділових партнерських відносин, їх специфіки, факторів, що впливають на успішність розвитку відносин, з одного боку дуже актуально і має серйозну, не лише наукову, але, передусім, практичну важливість, а з іншого - практична цінність досліджень і розробок у цій галузі широко не афішується через можливість комерційного використання результатів, які самі пособі є об'єктом продажу і одним з елементів ведення успішного бізнесу. В цей же час широке поширення популярної літератури, заснованої не на наукових дослідженнях, а найчастіше на практичному досвіді того чи іншого автора, відображає реальну потребу у цих знань, необхідних для успішної побудови партнерських відносин, які все глибше проникають у світ великого, середнього і малого бізнесу. Саме тому вивчення ділових партнерських відносин в аспекті їх розвитку стало основним фокусом нашого дослідження.

На відміну від традиційного підходу, аналіз партнерів на базі ІТ-технологій дозволяє компаніям прискорити процес співпраці за рахунок ідентифікації збігів протягом декількох годин і ознайомити компанії один з одним, не вимагаючи при цьому особистої участі, протягом декількох днів. Крім того, даний метод дозволяє відстежувати всі значення доступних даних, для формування динамічного рейтингу сумісності двох будь-яких партнерів.

Актуальність дослідження сумісності та підбору бізнес-партнерів, полягає у тому, що правильний вибір відповідного бізнес-партнера

забезпечує компаніям ряд переваг, як вихід на нові ринки, збільшення конкурентоспроможності, додаткове фінансування, збільшення кількості продажів і, відповідно, прибутку, зростання затребуваності і впливу компанії як на вітчизняному, так і на іноземному ринку. Але не менш важливою перевагою виступає той чинник, що вдалий підбір та повна сумісність партнерів-керівників, сприяє довготривалому, міцному та комфортному для обох сторін союзу, що дозволяє вести підприємницьку діяльність без конфліктів, ризиків розпаду та, найголовніше, до швидкого успіху. І оскільки від цього вибору значною мірою залежить як успішний розвиток, так і подальша доля підприємства, критично важливо стає для підприємств зробити цей процес максимально швидким і, в той же час, ефективним.

Метою дослідження є визначення найбільш важливих критеріїв під час підбору бізнес-партнерів та дослідження їх сумісності, їх впливу на результати подальшої співпраці та застосування їх при процесі підбору бізнес-партнера.

Досягнення мети передбачає розв'язання таких завдань дослідження:

- вивчення стану розгляду питання дослідження сумісності та підбору бізнес-партнерів;
- формулювання теоретичних засад майбутньої системи;
- вибір критеріїв для дослідження сумісності;
- огляд та аналіз методів, що будуть використовуватися для досягнення мети.

Об'єктом дослідження є процес пошуку бізнес-партнера, з можливістю підбору останнього за обраними критеріями.

Предмет дослідження – інформаційні технології, зокрема методи інтелектуального аналізу даних.

Досягнення поставленої мети передбачається використанням наступних методів дослідження:

- аналіз і синтез результатів досліджень провідних вітчизняних і зарубіжних вчених щодо підбору бізнес-партнерів;
- метод системного підходу до вирішення проблеми дослідження сумісності бізнес-партнерів;
- методи кореляційно-регресійного аналізу отриманих даних;
- порівняння та оцінка результату здійсненого прогнозування та результатів експериментальних даних.

Наукова новизна дослідження полягає в наступному:

- вдосконалений індивідуальний підхід до пошуку бізнес-партнерів;
- вперше дослідження сумісності аналізується не лише на основі фінансових показників компаній, а основний акцент припадає на індивідуальні риси бізнес-партнера як людини.

Наукове значення роботи важливе з точки зору актуальності визначення алгоритму, що реалізує новий напрямок та новий підхід у області підбору бізнес-партнерів.

Практична цінність роботи – в отриманні індивідуального підходу до підбору бізнес-партнерів та дослідження їх сумісності, що може бути використано для створення більш розвинутих програм та підвищення якості створення та побудови партнерських відносин.

Основна частина

В даний час співіснують різні розуміння сутності партнерських відносин в бізнесі. Одним із них є пропозиція розуміти партнерство в бізнесі як вид економічних відносин, заснованих на спільних діях і зусиллях сторін, об'єднаних загальним інтересом, під яким розуміється в першу чергу, вигода для обох сторін, і спрямованих на досягнення конкретних цілей, які добре розуміються учасниками таких відносин. Аналогічним чином ділове партнерство постає в дослідженні Т.З. Вавакіної: «Ділове партнерство у сфері економічних відносин визначається нами як соціальна взаємодія економічно самостійних суб'єктів, засноване на об'єднанні зусиль ділових партнерів, спрямованих на реалізацію їх ділових інтересів у рамках спільної економічної діяльності» [4].

Узагальнення літературних джерел, присвячених даному питанню, дозволило виділити особливості ділових партнерських відносин:

- власні цілі (або інакше – вигоди), які є у кожної із сторін і які досягаються лише в результаті спільної роботи;
- значимість поставлених цілей для кожної із сторін;
- потенційно тривалий період взаємодії;
- особлива природа ділових партнерських відносин, в яких паралельною реальністю є не тільки відносини по справі, але й особисті відносини між партнерами (взаємна симпатія, інтерес тощо).

Аналіз компаній показав, що підприємства, як правило, переслідують наступні цілі під час пошуку партнера:

майже 40% підприємств прагнуть вийти на нові географічні ринки або розширити свій вплив в Інтернеті, а не фокусуються на клієнтів в їх існуючому ринку;

близько 12,5% підприємств зосереджені на пошуку партнерів, які могли б допомогти їм різноманітнити асортимент і шляхи збуту;

більше 10% підприємств активно шукають партнера, щоб збільшити свій капітал;

близько 3% підприємств готуються досліджувати вихід на нові ринки і потребують допомоги зовнішніх сторін в цьому процесі.

В Україні більш ніж 70% компаній використовують бізнес-партнерство. Близько 12% компаній зараз шукають для себе можливості у цьому напрямку і тільки близько 5% не планують використати його найближчим часом.

Метою даної роботи є побудова алгоритму підбору бізнес-партнерів та дослідження сумісності бізнес-партнерів з врахуванням необхідних критеріїв.

При правильному підході до партнерства можна отримати значні результати у комерційній та некомерційній діяльності, так що, приступивши до вивчення основ якісного і ефективного партнерства, можна буде досягнути відмінного результату і отримати вигоду, а також надати вигідні умови співпраці партнерів.

Отже, пошук бізнес-партнера - досить складне завдання, не маюче достатнього розгляду та наукових обґрунтувань та визначень, що, скоріш за все, і є причиною досить невисокої популярності такого типу відносин.

Тому, перш, ніж приступати до процесу вибору, необхідно чітко встановити вимоги до ділового партнера. Якщо визначити такі критерії завчасно, то можна звузити коло пошуків, отримавши першочергові компанії, які слід розглядати в якості потенційних партнерів. Чинники, що визначають сумісність, включають:

сумісність цілей;

близькість по менталітету і філософії;

технічні знання і досвід;
товари або послуги потенційного партнера;
фінансову стійкість;
рівень конфліктності і так далі.

Відповідальним є вибір. Основними критеріями відбору є спільність характеру і масштабу діяльності, більш високий рівень досягнень. Джерелами інформації при складанні цього списку можуть служити споживачі, дослідницькі і консалтингові організації, торгові виставки, наукові конференції, професійні і комерційні видання, ЗМІ, експерти, постачальники та ін. Далі приведені критерії для визначення відповідних партнерів:

- компанії, які отримали нагороди за якість або за роботу;
- фірми, що займають високі місця в рейтингових опитуваннях галузі;
- розповіді про успіхи, публіковані в періодичних виданнях;
- почесні місця, що присуджуються в ділових виданнях;
- компанії з чудовими фінансовими результатами;
- відгуки внутрішніх і зовнішніх експертів, споживачів, постачальників і ділових партнерів.

Потім з розширеного списку необхідно відібрати 3-6 майбутніх партнерів. Основними умовами є наявність у організації цікавого і корисного досвіду і її згоду поділитися ним на взаємних умовах. Для цього відбору складається коротка анкета опитувальники пропонується потенційному партнеру. Ці питання можуть з'ясуватися і в телефонній розмові керівників організацій.

Більшість методів, які використовуються до підбору бізнес-партнерів, розглядають стан підприємства, його цілі та тип капіталу та інші економічні показники. Дуже рідко згадують про особисті характеристики керівників підприємства і то більш у контексті їх схильності до ризику. Але це дуже важливий показник успішності роботи у команді, який впливає на фінансовий успіх всього підприємства.

Тому, ми вважаємо доцільним використовувати наряду з економічними показниками також психологічні показники сумісності

бізнес-партнера на основі персональних характеристик (особистої сумісності).

У будь-якому випадку, партнерство в малому бізнесі відрізняється від партнерства між великими компаніями. У великих компаніях кожне рішення проходить багато рівнів, що вимагає значних витрат часу. І тому для них більш важливі показники економічної сумісності.

Навпаки, щоб у маленьких фірм або початківців була можливість рухатися вперед, їм необхідно приймати ефективні рішення досить швидко. Невеликі компанії схильні до дій, зв'язаних з ризиком, і використанню інноваційних рішень в тих ситуаціях, коли великі компанії воліють дотримуватися статуту і діяти в рамках перевіреної системи. Тому розглядання особистих рис характеру керівників підприємства чи осіб, які приймають рішення, у цьому випадку особливо важливо.

До контрольних аспектів першої групи показників, назовемо їх «загально-економічними», належать такі фактори, як загальне управління, а саме стаж роботи у даному бізнесі, попередні успіхи, репутація на ринку; фінансові показники, такі як ріст доходності, прибутковість, фінансова стабільність, особистий капітал, кредитна історія; виробничі ресурси, такі як чисельність і кваліфікація штату співробітників, бюджет реклами та маркетингу, товарні запаси; ринкові показники, такі як доля ринка, стабільність клієнтської бази, цінова стабільність.

Крім цього, при підборі партнерів слід звертати особливу увагу на необхідність виявлення і розуміння сильних і слабих сторін. Слід визначити:

власні сильні сторони (здібності, навички, знання, досвід, зв'язки);
сильні сторони партнера;

власні слабкі сторони (проблемні зони, нерозвинені вміння);

слабкі сторони партнера;

здатність до ризику.

Саме на стикуванні власних сильних сторін зі слабкими сторонами партнера (і навпаки) виходить ефективне бізнес-партнерство.

Бізнес нагадує азартну гру, тому будь-який підприємець під час прийняття різних управлінських рішень (розподіл матеріальних,

сировинних, фінансових та інших ресурсів, визначення цільового ринку, купівлі цінних паперів тощо) ризикує. Американські дослідження засвідчують, що найважливішими якостями для людини, яка має мету стати бізнес-партнером, є оцінка здатності йти на ризик.

За американськими стандартами, всі люди поділяються на дві категорії: ризикових і більш обережних, які приймають рішення з мінімальними шансами на ризик. Важливо знати, до якої категорії належить бізнес-партнер.

Ризик— це невизначеність в одержанні доходу взагалі або в одержанні того розміру доходу від інвестицій, на який розраховує підприємець. Ось чому при обчисленні очікуваного доходу підприємницької структури й оцінюванні її активів враховується (страхується) ризик.

Кожний підприємець має знати, до якої категорії людей він належить: до людей з підвищеним рівнем бажання йти на ризиковані проекти або ж займатися бізнесом з невеликим рівнем ризику.

Про творчість та ініціативу. Комерційний менталітет, вміння розпоряджатися фінансами та відкривати свою справу — це ініціатива, щирість і чесність, позитивне і дружнє ставлення до інших людей, здатність керувати людьми, почуття відповідальності, добрі організаторські здібності, рішучість, наполегливість в досягненні мети, сила волі, творче начало, вміння швидко і стисло аналізувати інформацію, комунікабельність, готовність йти на виправданий ризик, працездатність і міцне здоров'я. Комерційний і фінансовий склад розуму розуміються як самі собою риси для підприємця.

Після з'ясування сильних та слабких сторін кожного з партнерів, необхідно прямо і чесно обговорити довгострокові стратегічні цілі та обговорити наступні питання:

визначити дійсну причину того, чому потенційний партнер цікавиться проектом;

наскільки важлива для партнера можливість співпраці і чому;

яке місце займає запропонований проект у довгостроковій стратегії партнера;

які ресурси партнер готовий привнести в співпрацю;
прийнятні для партнера запропоновані терміни досягнення стратегічних цілей;
очікувані розміри прибутку.

Відповіді на ці питання дають змогу оцінити дійсні прагнення та очікування бізнес-партнера від подальшої співпраці. Проаналізувавши їх, можливо отримати приблизну картину подальшого розвитку співробітництва та винести рішення про необхідність саме цього бізнес-партнера, оскільки успіх всякого партнерства залежить від того, наскільки воно відповідає цілям кожної із сторін. Для забезпечення успішної роботи необхідно внести повну ясність не тільки щодо цілей власної компанії, але і щодо цілей компанії партнера.

Партнери необов'язково повинні мати однакові цілі. Найбільш переважно, якщо їх цілі доповнюють один одного, і разом утворюють єдину загальну стратегію. Необхідно переконатися в тому, що цілі обох сторін чітко відображені у договорі про партнерство. Лише в цьому випадку можливо уникнути ситуації, коли партнери стикаються з вибором однієї з кількох можливостей, кожна з яких приносить вигоду лише одній зі сторін.

Переговори повинні бути чесними і відкритими. Кооперація залежить від взаємної поваги і довіри. Однак довіра не означає ігнорування складних питань чи сумнівів. Довіра дає партнерам можливість впоратися з труднощами і спільно вирішити проблеми. Довіра також не означає ігнорування питань корпоративної безпеки. Важливо точно визначити наміри кожної сторони, область співробітництва та умови конфіденційності. Ясність у відносинах будує довіру сторін. Відмова від обговорення важливих питань веде тільки до непорозуміння, напруженості у відносинах і підозрливості [3].

Теорія раціонального портфеля Маркевича (розвив Шарп) наголошує, що на фінансовому ринку обертається єдиний вид цінних паперів, який без ризику приносить інвестору дохід, рівень якого відомий. Такими паперами є державні облігації, дохід яких фіксований і гарантується прибутками державного бюджету.

Розглянемо далі засоби дослідження індивідуальних властивостей особистості на партнерську сумісність.

Сумісність — це «взаємне прийняття партнерів у спілкуванні і діяльності, яке засновано на оптимальному поєднанні (схожості чи взаємодоповнення) ціннісними орієнтаціями, соціальних установок, інтересів, мотивів, потреб, характерів, темпераментів, темпу ритму психофізіологічних реакцій та інших значимих характеристик. Критерієм сумісності є висока безпосередня задоволеність партнерів результатом і процесом взаємодії [1].

Соціально-психологічний рівень сумісності заснований на узгодженості соціальних ролей, соціальних установок, ціннісних орієнтації, інтересів. Двом суб'єктам, що прагнуть до домінування, буде складно організувати спільну діяльність. Обидва люди можуть прагнути заробити багато грошей, але один для купівлі другого будинку, а другий для пожертви у дитячий будинок, де виріс, і ці люди навряд чи знайдуть багато спільних точок дотику.

До індивідуально-психологічних властивостей особистості відносяться темперамент, характер і здібності.

Характер (від грец. — прикмета, відмітна властивість, відмітна ознака, риса, знак або друк) — структура стійких, порівняно постійних психічних властивостей, що визначають особливості відносин і поведінки особистості.

Коли говорять про характер, то зазвичай мають на увазі під цим саме таку сукупність властивостей і якостей особистості, які накладають певний відбиток на всі її прояви й діяння. Риси характеру складають ті істотні властивості людини, які визначають той чи інший спосіб поведінки, спосіб життя.

Існує багато типологій особистості з дослідженнями сумісності партнерів різних чи схожих типів.

Зразками таких досліджень можуть бути роботи Леонгарда або Айзенка, Юнга та Ра Уру Ху, за допомогою яких можна визначити:

тип темпераменту (халерік, сангвінік, флегматик чи меланхолік), тест Айзенка;

типи акцентуації по Леонгарду (емотивна, істероїдна, гіпертимна та інші, усього 12, акцентуації);

соціоніка яка дозволяє виявити типологію за іншими критеріями (типи Гамлет, Жуков, Байрон та інші, усього 16 різних типів);

дизайн людини виявляє чотири типу особистості та тілесних реакцій (генератор, проектор, маніфестор та рефлексор).

Типологія особистості вивчається соціонікою. Ця галузь науки розглядає взаємозв'язок навколишнього світу і людини на основі особистісних характеристик останнього. Кожна розсудлива людина належить до одного із 16 соціонічних типів особистості.

Соціонічний тип — одне з основних понять соціоніки. Згідно соціонічною теорією, існує шістнадцять таких типів і кожна людина може бути віднесений до одного з них. Соціоніка, розвиваючи типологію Юнга, виділяє ці типи як результат різних комбінацій «психічних функцій».

Human-дизайн — це частина знання, що пояснює принципи функціонування людини, інтеграція найпотужніших течій світу з особистого розвитку. Дизайн людини поєднує в собі знання як духовних, так і наукових напрямків. Ця система фундаментально відрізняється від усіх існуючих сьогодні у світі і дає можливість побачити конкретну карту людини.

Практична цінність Human-дизайну в можливості точно описати унікальну природу кожної людини. Розуміння цього рівнозначно отриманню персональної інструкції з експлуатації.

Визначити свою тип за тою чи іншою методикою можливо за допомогою спеціально розроблених опросників, тестів, проєктивних методів та експертного аналізу. Далі можливо визначити тип майбутнього передбачуваного бізнес-партнера та зрозуміти перспективи взаємодії та сумісності.

Звісно, що не завжди один темперамент чи тип акцентуації у різних партнерів свідчить про їх сумісність.

Щоб сумісність темпераментів була більш зрозумілою, існує спеціальна таблиця (табл. 1), по якій легко можна дізнатися, ти знайдеш спільну мову з тим чи іншим людиною чи ні.

Сумісність темпераментів

Темперамент	Складні відношення	Нейтральні відносини	Відмінні відносини
холерик	меланхолік, холерик	сангвінік	флегматик
сангвінік	флегматик	холерик, сангвінік	меланхолік
меланхолік	холерик	флегматик	сангвінік, меланхолік
флегматик	сангвінік	меланхолік	холерик, флегматик

Враховуючи ці особливості сумісності різних темпераментів, можна побудувати гармонійні, хороші відносини з будь-яким партнером. Головне — зрозуміти, що багато вчинків людини продиктовані саме особливостями темпераменту, яким дуже важко чинити опір.

Таким чином, знання і врахування індивідуально-психологічних особливостей темпераменту бізнес-партнерів — важлива умова забезпечення партнерської сумісності та ефективності діяльності, а також оптимального розподілу завдань. У партнерстві негативні риси одного темпераменту можна врівноважити позитивними рисами іншого, наприклад, песимізм і замкнутість меланхоліка — оптимізмом і товариськістю сангвініка; легкість зміни настроїв і захоплень холерика добре доповнюють спокій, логічність і стійка цілеспрямованість флегматика.

Використовуючи в якості відправної точки наведені характеристики ділових партнерських відносин, справедливо виникають питання з приводу того, що являють собою успішні ділові партнерські відносини, які фактори сприяють їх розвитку, на підставі яких критеріїв учасники оцінюють успіх і приймають рішення про продовження або припинення партнерських відносин. Відповіді на ці питання не очевидні, а наявних теоретичних концепцій і даних явно недостатньо.

Намагаючись виправити цю ваду, була поставлена задача вивчення успішних ділових партнерських відносин в експериментальних умовах.

У статті В. А. Штроо та М. Е. Балакшина, яку ми брали за основу дослідження, представлені результати експериментального дослідження ролі довіри в ділових партнерських відносинах на міжособистісному рівні [3].

Загальний план дослідження. Дослідження проводилося в кілька етапів. На першому, в ході структурованих інтерв'ю були опитані експерти в області ділових партнерських стосунків, які мали тривалий і успішний досвід реалізації взаємодії подібного роду. На другому етапі були опитані представники бізнесу, які мають самий різноманітний досвід ділових партнерських відносин. В результаті вихідна кількість критеріїв, згадуваних респондентами в якості ведучих, вдалося звести до мінімуму. На третьому етапі дослідження був здійснений експеримент, спрямований на прояснення вкладу провідних факторів становлення успішних партнерських відносин.

В ході досліджень нами було проаналізовано декілька бізнес-партнерів, з ціллю виявити закономірності різноманітної сумісності.

Як показав частотний аналіз, найбільш поширеним критерієм оцінки ділових партнерських відносин як успішних є «довіра до партнера». Цей критерій вказали 72% респондентів. Критерій «масштабування бізнесу» згадали 55 % респондентів, критерій «наявність у партнерів спільних цілей» вказали 54 % респондентів,

Для оцінки узгодженості відповідей був використаний кореляційно-регресійний аналіз, а саме коефіцієнт кореляції Пірсона. Кореляційний аналіз взаємозв'язку критеріїв успішності партнерства показав, що найбільш оформленим освітою є критерій «довіра» і тісно пов'язані з ним критерії «одержувана взаємна вигода (проміжний результат)», «наявність у партнерів спільних цілей» і «задоволеність ходом подій (загальне відчуття успішності)».

Результати дослідження подано в таблиці. Як видно, найбільш узгодженими є дані за шкалами «довіра до партнера» і «збільшення прибутку» (табл. 1).

Таблиця 1

Показники узгодженості для критеріїв оцінки успішності ділових партнерських відносин

Критерії	Коефіцієнт кореляції
Збільшення прибутку / Зменшення прибутку	0,81
Масштабування бізнесу / Взаємодія партнерів замикається на одній конкретній сфері	0,45
Наявність у партнерів спільних цілей / Партнери бачать перед собою різні цілі, непоєднані один з одним	0,73
Схожість типів особистості / Різні типи особистості	0,51
Довіра до партнера / Відсутність довіри	0,89
Розуміння переваг і недоліків один одного / Нерозуміння переваг і недоліків один одного	0,65
Симпатія партнерів один до одного / Негативне емоційне ставлення	0,64
Загальне відчуття успішності / Незадоволення ходом подій	0,69

Підводячи підсумок дослідження, можна констатувати, що серед розглянутих критеріїв оцінки успішності ділових партнерських відносин виділяються чотири провідних критерію. До них відносяться «довіра до партнера», «збільшення прибутку», «загальне відчуття успішності» і «наявність у партнерів спільних цілей».

Таким чином, даний експеримент підтвердив значущість персональної сумісності у формуванні і розвитку успішних і довгострокових партнерських відносин, оскільки більшість показників їх успішності зводяться до розуміння природи партнера, врахування його інтересів, сильних і слабких сторін і єдиного погляду на речі.

Тобто має сенс приділяти увагу як визначенню "загальних економічних" показників сумісності бізнес-партнерів, так і особистісним характеристикам та індивідуальним особливостям сприйняття світу людини, яка керує компанією або тій, що приймає рішення.

Узагальнюючи все, що було сказано, алгоритм встановлення сумісності бізнес-партнерів буде виглядати наступним чином (рис. 1):

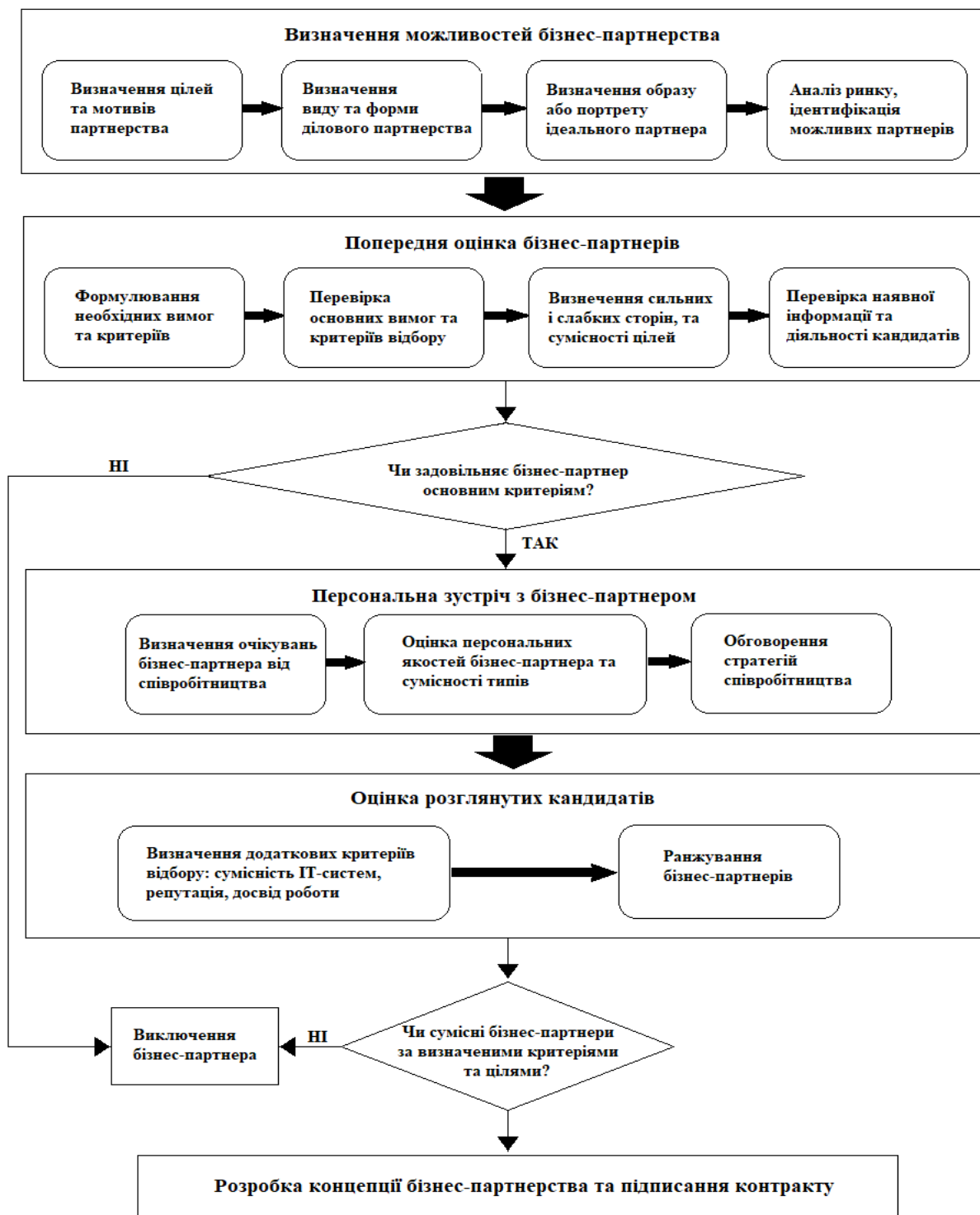


Рис. 1. Алгоритм встановлення сумісності бізнес-партнерів

Висновок

Традиційні алгоритми з вибору партнера, зазвичай, включають в себе лише загальні характеристики та аналіз діяльності компаній, що, по

суті, створює партнерство «за розрахунком», виключаючи реальну взаємодію, що призводить до нетривалості такого союзу. Щоб уникнути такого розвитку подій, необхідно також досліджувати персональну сумісність партнерів. Для цього необхідно з'ясувати уявлення партнерів про успішність ділових відносин та роль індивідуальних якостей у цьому процесі. Саме тому метою нашого дослідження стало вивчення сумісності бізнес-партнерів в партнерських відносинах.

У даній роботі запропоновані нові способи дослідження сумісності та підбору бізнес-партнера загалом та надані рекомендації зі вдосконалення вже існуючих рішень. А саме:

1) з'ясовані теоретичні засади процесу підбору бізнес-партнерів, задля розробки та обґрунтування універсального алгоритму, що включає в себе послідовність дій при підборі потенційного партнера. Розроблений алгоритм пошуку та підбору бізнес-партнерів базується на визначенні індивідуально-психологічних показників партнера;

2) приведений опис методів розв'язання означених підзадач та програмних пакетів, що використовуються у роботі, що обумовлює вибір того чи іншого методу та його переваги, порівняно з іншими, представлений модуль дозволяє значно скоротити час пошуку та підбору партнерів, і, завдяки надання персональної інформації про кожного партнера, зробити висновок про сумісність;

3) запропонована методика діагностики особистості, що дозволяє дослідити індивідуально-психологічні особливості партнерів, такі як: рівень акцентуації, соціанічний тип, розгляд бодіграфу human-дизайну та особливості темпераменту, та зробити висновок про їх сумісність;

4) проведено емпіричне дослідження, що було спрямовано на вивчення особистісних характеристик, які визначають фактори успішності партнерних відносин. Крім того, проведено опитування партнерів на предмет виявлення характеристик ідеального партнера. Дані дослідження підтвердили необхідність та важливість розробленого алгоритму підбору бізнес-партнерів та визначення їх персональних якостей.

Література

1. Андреева Г. М. Социальная психология. Учебник для высших учебных заведений / Г. М. Андреева – М.: Аспект Пресс, 2006. – 231 с.
2. Белик А.Г. Информационные технологии анализа данных / А.Г. Белик, В.Н. Цыганенко – Омск: ОмГТУ, 2015. – 80с.
3. Балакшин М. Е. Роль доверия в становлении и развитии успешных деловых партнерских отношений / М. Е. Балакшин, В. А. Штроо – М.: ЭКОПСИ, 2015. – 93 с.
4. Вавакина Т. С. Образ делового партнера в представлениях предпринимателей / Т. С. Вавакина, В. П. Позняков – М. – 2013. №2. – 224 с.
5. Brecher J. Partnership charter helps clarify the roles, responsibilities and expectations of each partner. Toronto. October, 31. 2008. URL: <http://www.lawyersweekly.ca/index.php?section=article&articleid=794>