

Куршакова Н.Б. Деловые коммуникации как основа межорганизационного взаимодействия в цепи поставок: методический аспект / Н.Б. Куршакова, Г.Г. Левкин // Тренды и инициативы устойчивого развития внешнеэкономической деятельности, логистики и таможенного администрирования: сборник докладов IV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, посвященной 85-летию образования ДВГУПС / под ред. З. С. Рудневой. – Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2022. – С. 57-64.

УДК 658.8

Куршакова Н.Б., Левкин Г.Г., Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ КАК ОСНОВА МЕЖОРГАНИЗАЦИОННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ЦЕПИ ПОСТАВОК: МЕТОДИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

В статье обозначается проблема разрушения логистических цепочек в условиях экономических санкций. Отмечается роль фокусной компании как ядра цепи поставок по установлению и развитию межорганизационного взаимодействия с новыми участниками цепи поставок посредством различных форм и средств деловых коммуникаций. Раскрываются предпосылки, условия для формирования партнерских отношений между фокусной компанией и прямыми контрагентами, а также пути преодоления барьеров при создании новых цепочек. Даются методические рекомендации по организации работы внутри фокусной компании по реализации стратегии партнерства.

Ключевые слова: цепь поставок, фокусная компания, межорганизационное взаимодействие, деловые коммуникации, стратегия партнерства, партнерские отношения в цепи поставок

Kurshakova N. B. Levkin G.G. , Omsk State Transport University (OSTU), Omsk

Актуальность темы опосредуется ситуацией, в которой оказались многие профессиональные покупатели¹ в связи с агрессивными экономическими санкциями со стороны США и стран ЕС весной 2022 года. Разрыв логистических цепочек, создаваемых на протяжении многих лет между отечественными предприятиями и западными партнерами, произошедший в результате принятия пяти санкционных пакетов, остро обозначил потребность в импортозамещении, поиске поставщиков на российском рынке и рынках дружественных стран.

В связи с этим повышается значимость целенаправленной деятельности фокусной компании как ядра цепи поставок по установлению и развитию межорганизационного взаимодействия с новыми участниками. Профессор В.И. Сергеев отмечает, что «фокусная компания, поставщик и потребитель являются в объектном подходе так называемыми основными

¹ Профессиональный покупатель – это предприятие (организация) различной формы собственности, которое приобретает сырье, материалы, комплектующие, полуфабрикаты для дальнейшего использования в своей хозяйственной (экономической) деятельности, связанной с производством и реализацией продукции, продажей товаров, выполнением работ или предоставлением услуг. – Прим.автор.