

## ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО, МАРКЕТИНГ И МЕНЕДЖМЕНТ

**Шубин А.А., Махносов Д.В.**

*Понятия и мотивы применения механизма устойчивого развития предприятий малого бизнеса*

В статье отражены проблемы понятий и мотивов применения механизма устойчивого развития малого бизнеса в условиях совершенности. Предложены пути решения этого вопроса с учетом компенсаторных возможностей предприятий малого бизнеса.

**Ключевые слова:** *компенсаторные возможности, устойчивое развитие, международный стандарт, система управления, качество, малый бизнес, конкуренция.*

**Шубин А.А., Титова К.В.**

*Конкурентный анализ деятельности производителей замороженных полуфабрикатов*

В статье приведены результаты комплексного конкурентного анализа деятельности основных производителей замороженных полуфабрикатов на основе схемы разработанного конкурентного анализа.

**Ключевые слова:** *конкурентный анализ, конкурентные преимущества, коэффициент конкордации, экспертные данные.*

**Азарян Е.М., Беленький О.Ю.**

*Использование маркетингового инструментария предприятиями пищевой промышленности в современных условиях ведения хозяйства*

В статье показана цель и задание маркетингового подхода к управлению предприятиями пищевой промышленности, предлагается придерживаться схемы циклического планирования по принципам маркетинга, проведена структуризация целей и функций стратегического маркетинга предприятий пищевой промышленности.

**Ключевые слова:** *маркетинговый подход, управление предприятиями, пищевая промышленность, циклическое планирование, принципы маркетинга, стратегический маркетинг.*

**Балабанова Л.В., Лиходедова О.В.**

*Модель контролинга персонала предприятий*

В статье рассмотрена модель контролинга персонала торговых предприятий. Охарактеризованы основные структурные элементы предложенной модели контролинга персонала.

**Ключевые слова:** *модель контролинга персонала, управление персоналом, инструментарий контролинга персонала.*

**Волкогон С.О.**

*Состояние и проблемы государственной регистрации налогоплательщиков субъектов малого бизнеса*

Исследована сущность учета налогоплательщиков субъектов малого бизнеса в органах налоговой службы, влияние изменений, обусловленных внедрением норм налогового кодекса относительно учета налогоплательщиков, предоставлены предложения по

усовершенствованию  
внедрения этих норм.

**Ключевые слова:** *налоговый кодекс, малый бизнес, учет субъектов малого бизнеса, принцип молчаливого согласия, прекращение деятельности субъектов малого бизнеса.*

#### **Заремба В.П.**

*Аудит ресурсного обеспечения маркетингового управления деятельностью предприятий*

В статье осуществлен аудит ресурсного обеспечения маркетингового управления деятельностью предприятий в разрезе отдельных видов ресурсов (информационных, кадровых и материально-технических).

**Ключевые слова:** *аудит ресурсного обеспечения маркетингового управления, информационное обеспечение, кадровое обеспечение.*

#### **Логвина Ю.М.**

*Сущность и значение интегрированной системы стратегического управления маркетинговой деятельностью предприятий*

В статье раскрыта сущность интегрированной системы стратегического управления маркетинговой деятельностью предприятий, разработана подсистема управления маркетинговыми исследованиями, подсистема стратегического управления маркетинговым потенциалом, подсистема управления стратегическими изменениями.

**Ключевые слова:** *стратегическое управление маркетинговой деятельностью; активность стратегического управления маркетинговой деятельностью предприятий; интегрированная система стратегического управления маркетинговой деятельностью предприятий.*

#### **Ольшанский О.В., Ткаченко О.П., Ткачева А.О.**

*Электронная коммерция как направление развития современных предприятий*

Изучено состояние и перспективы развития электронной коммерции в разных странах мира. Разработаны предложения относительно совершенствования составных элементов электронной коммерции производственно-торгового предприятия.

**Ключевые слова:** *электронная коммерция, B2C-электронная коммерция, C2C-электронная коммерция, электронный магазин, продовольственные товары, Web-сайт, социальные сети.*

#### **Панчук А.С.**

*Анализ стратегического маркетингового климата предприятий*

В статье проанализировано стратегическое маркетинговое управление предприятий, приведены этапы процесса исследования стратегического маркетингового климата, а также предложена модель оценки стратегического маркетингового климата предприятий.

**Ключевые слова:** *стратегический климат, стратегическое маркетинговое управление, STEEPLE-анализ.*

#### **Петриченко П.А.**

*Развитие маркетинговых технологий управления взаимоотношениями*

В статье рассмотрена роль маркетинговых технологий управления взаимоотношениями,

приведены модели лояльности клиентов и их характеристики.

**Ключевые слова:** *модели лояльности клиентов, удовлетворенность потребителей, выгода, склонность потребителей к восприятию действий конкурентов.*

**Пророчук Ж.А.**

*Логистический менеджмент как фактор повышения конкурентоспособности торгового предприятия*

В статье проведен теоретический анализ сущности и содержания логистического менеджмента торгового предприятия, определено место логистики в общей стратегии торгового предприятия.

**Ключевые слова:** *логистика, логистический менеджмент, торговое предприятие.*

**Роттер М.В.**

*Сбор и обработка информации для потребностей конкурентной разведки*

В статье рассмотрен сбор информации, необходимой для принятия полноценных управленческих решений. Описаны достоинства и недостатки первичной и вторичной информации. Отмечена необходимость сочетания информации обоих видов, причем вид информации (первичная, вторичная) следует подбирать с учетом специфики каждого конкретного задания.

**Ключевые слова:** *конкурентная разведка, управленческие решения, первичная, вторичная информация.*

**Савельева К.В., канд. экон. наук, доц. (ДонНУЕТ, Донецк)**

*Эволюция концепций и моделей имиджологии*

В статье изложены результаты исследования развития имиджологии, систематизации разных научных подходов к концепциям, моделям и теориям имиджологии; выявлены предпосылки переориентации деятельности украинских предприятий на интеграционный подход к формированию имиджа; определены основные тенденции и задачи отечественной имиджологии.

**Ключевые слова:** *имиджология, концепция имиджологии, модели имиджологии, эволюция имиджологии.*

**Сардак О.В., канд. экон. наук, доц. (ДонНУЕТ, Донецк)**

*Система управления HR-потенциалом предприятий в условиях рыночной экономики*

В статье уточнена роль HR-потенциала в формировании ключевых компетенций предприятия. Предложено использование категории «HR-потенциал предприятия» в трех измерениях. Определена сущность и цель управления HR-потенциалом в условиях маркетинговой ориентации предприятий. Представлен состав системы управления HR-потенциалом предприятия.

**Ключевые слова:** *персонал, компетенции работников, компетенции предприятия, HR-потенциал, реальный HR-потенциал, необходимый HR-потенциал, желаемый HR-потенциал, управление HR-потенциалом, система управления HR-потенциалом предприятия.*

**Филякова Т.И. (ХНУ имени В.Н. Каразина, Харьков)**

*Пространственно-временные и количественно-качественные характеристики экономической динамики*

Рассмотрена экономическая динамика через логику соотношения ее пространственно-временных и количественно-качественных характеристик.

Раскрыто значение движения стоимости, что представляет собой пространственную локализацию общественно-необходимого времени воссоздания блага как глубинной основы экономической динамики.

**Ключевые слова:** *качество, количество, пространство, время, экономическая динамика.*

**Хаврова К.С., канд. экон. наук, доц. (ДонНУЕТ, Донецк)**

*Эволюция взглядов на природу, содержание и сущность интеллектономики*

В статье выявлены и систематизированы тенденции развития экономических отношений под возросшим влиянием фактора «знания» в современной экономике.

**Ключевые слова:** *интеллектономика, знания, экономика знаний, интеллектуальный капитал, интеллектуализация деятельности.*

**Чацкис Ю.Д., Федорец М.С., кандидаты экон. наук, доценты (ДонНУЕТ, Донецк)**

*Научное объяснение критериев оценки деятельности участников мастер-класса*

Статья посвящена исследованию отдельного элемента мастер-класса как критерия оценки деятельности его участников. Научный подход предусматривает всестороннее и системное изучение этой составляющей за разными признаками, когда при создании реального мастер-класса позволит разработать достаточно качественные показатели для общей оценки занятий, эффективности деятельности мастера и других участников.

**Ключевые слова:** *мастер-класс, учебный процесс, участники, концепция, критерии оценки, учетные дисциплины.*