

## ЭКОНОМИКА ТОРГОВЛИ И УСЛУГ

УДК 339.13.017

### ФАКТОРЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СФЕРЫ ТОРГОВЛИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

**М.Л. Братковский,**  
д-р наук по гос.  
управлению,  
профессор<sup>1</sup>

**М.А. Вербовская,**  
аспирант<sup>2</sup>

1- ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики», г. Донецк, ДНР,  
e-mail: kozina.n@bk.ru

2- ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, ДНР,  
e-mail: mvd-51@mail.ru

### TRADE FACILITIES IMPROVEMENT FACTORS DONETSK PEOPLE'S REPUBLIC

**M.L. Bratkovskiy,**  
is the Doctor of  
Sciences in State  
management,  
Professor<sup>1</sup>

**M.A. Verbovskaya,**  
is the graduate  
student<sup>2</sup>

1- SEI HPE «Donetsk Academy of Management and Public Administration under the Head of the Donetsk People's Republic», Donetsk, DPR,  
e-mail: kozina.n@bk.ru

2 - SO HPE «Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhayil Tugan-Baranovsky», Donetsk, DPR, e-mail: mvd-51@mail.ru

### Реферат

**Цель.** Целью статьи является анализ понятийного содержания дефиниции «торговля» и идентификация факторов совершенствования сферы торговли Донецкой Народной Республики.

**Методика.** Методическую основу статьи составляют комплексный системный подход, методы анализа, синтеза и идентификации.

**Результаты.** Проведенные исследования позволили проанализировать труды отечественных и зарубежных ученых по проблематике функционирования торговли, а также вопросов, связанных с решением отдельных аспектов управления сферой торговли. Мониторинг мнений ученых, а также данных Министерства промышленности и торговли, позволил идентифицировать ряд факторов совершенствования сферы торговли Донецкой Народной Республики. Среди которых, конъюнктурообразующие факторы, факторы международного сотрудничества, факторы организации ведения торговли, поведение потребителей, защита отечественного производителя и мониторинг качества реализуемой продукции, актуализация и обновление

нормативно-правовой базы, регулирующей сферу торговли, контроль за созданием эффективной конкурентной среды.

**Научная новизна.** Вопросы, связанные с исследованием факторов совершенствования сферы торговли в Донецкой Народной Республике пока не изучены (недостаточно изучены). В этой связи, осуществлена идентификация факторов совершенствования сферы торговли Донецкой Народной Республики.

**Практическая значимость.** Научное исследование позволит предпринять меры по дальнейшему восстановлению и становлению сферы торговли в Республике.

**Ключевые слова:** *торговля, факторы, деятельность, совершенствование, потребитель, купля-продажа.*

**Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами.** В процессе перехода экономики любого государства на рыночные основы и его интеграцию в мировое хозяйство наблюдается довольно активный рост розничной торговли, закономерным также является стабильная тенденция устойчивых темпов ее развития [1]. В условиях рынка формируется более сложная и разнообразная система товародвижения с многочисленными оптовыми посредниками, обусловленная острой конкуренцией и конъюнктурой рынка [2].

Становление рыночной экономики в стране актуализирует разработку и исследование не только системы эффективного управления торговлей, а и выявление факторов совершенствования этой сферы. Поскольку инфраструктура торговли и ее специфика тесно взаимосвязана с ее объектами и субъектами, взаимодействие которых интенсивно развивается. Интенсивность развития торговли диктует идентификацию факторов ее совершенствования.

**Анализ последних исследований и публикаций** показал, что ключевыми составляющими рыночного механизма являются такие экономические факторы, например, как цены, конкуренция, спрос, предложение.

Изучение проблематики функционирования торговли прослеживается в работах многих отечественных и зарубежных ученых: Л.А. Абалкина, В.Д. Базилевича, Д.И. Валигурского, Дж. М. Кейнса, В.И. Кушлина, Т.И. Николаевой, А.В. Орлова, А. Пигу, А. Смита, Б.А. Соловьева, Й. Шумпетера, А.М. Фридмана, А. Хоскинга, В.М. Яковлева, М. Коджима, З. Гуо, Л. Бай, С. Гонг. Значительный вклад в разработку вопросов, связанных с решением отдельных аспектов управления сферой торговли, внесли ученые Л.П. Барышникова, В.В. Дорофиев, А.Ю. Литвин, А.А. Коломиец, Р.В. Ободец, Н.С. Сангинов, К.К. Толибов, М.М. Шарипов, Ф.Р. Шаропов, М.Н. Шевченко, Д. Янг, Л. Киу, Дж. Ян, З. Чен, М. Джиянг, К.Н. Русс, Д.Л. Свенсон.

Вопросы, связанные с исследованием факторов совершенствования сферы торговли в Донецкой Народной Республике пока изучены недостаточно.

**Изложение основного материала исследования.** Прежде, чем перейти к

обсуждению и идентификации факторов совершенствования сферы торговли в Донецкой Народной Республике, необходимо раскрыть различные аспекты сущности понятия «торговля». Трактовка и толкование дефиниции позволит отобразить ее многогранность и квинтэссенцию. Был проанализирован ряд источников, которые предлагают определения дефиниции «торговля» - Большой толковый словарь, Гугл словарь, Словарь бизнеса и коммерции, Финансовый словарь, Толковый словарь Ушакова, Словарь бизнес-терминов и Современная энциклопедия (табл. 1).

Данные, систематизированные в таблице, свидетельствуют о том, что торговля является довольно многогранным понятием (это хозяйственная деятельность, отрасль народного хозяйства, вид предпринимательской деятельности, особая деятельность людей и т.д.) и одновременно подразумевает взаимный обмен или процесс купли-продажи. Стоит обратить внимание, что неотъемлемой составляющей торговли является обслуживание покупателей в процессе продажи товаров и их доставки, хранение товаров и их подготовку к продаже.

Таблица 1 – Анализ трактований термина «торговля»

Определение	Источник
Хозяйственная деятельность по обороту, купле и продаже товаров.	Гугл словарь
Отрасль народного хозяйства, обеспечивающая обращение товаров между производством и потреблением.	Большой толковый словарь
Это особая деятельность людей, связанная с осуществлением актов купли-продажи и представляющая собой совокупность специфических технологических и хозяйственных операций, направленных на обслуживание процесса обмена	Словарь бизнеса и коммерции
<i>В широком смысле</i> - отрасль хозяйства, экономики и вид экономической деятельности, объектом, полем действия которых является товарообмен, купля-продажа товаров, а также обслуживание покупателей в процессе продажи товаров и их доставки, хранение товаров и их подготовка к продаже.	Финансовый словарь
Вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей товаров и оказанием услуг покупателям	
Хозяйственная деятельность по обороту товаров, купле и продаже их	Толковый словарь Ушакова
Деятельность по продаже товаров или услуг с целью получения прибыли	Словарь бизнес-терминов
Отрасль хозяйства, реализующая товары путем купли продажи	Современная энциклопедия

Анализ источников литературы показал, что сложность идентификации полного перечня факторов совершенствования сферы торговли в Донецкой Народной Республике обусловлен широчайшим реализуемым ассортиментом товаров.

Автор Огородова А.А., считает, что розничная торговля товарами для дома, ремонта и строительства в последнее время получила активное развитие. Об этом свидетельствует динамика основных конъюнктурообразующих факторов данного и смежного с ним рынков. К числу таких факторов относятся: ситуация на рынке жилищного строительства; состояние сектора ипотечного и потребительского кредитования; уровень доходов населения; стабильный курс рубля по отношению к основным валютам; объемы производства строительных и отделочных материалов [3].

Коллектив авторов [4] анализирует торговлю в контексте международных отношений. Фактор торговли играет все более важную роль в международных отношениях, как на глобальном, так и на региональном уровне. Мировая торговля на глобальном уровне регулируется правилами Всемирной торговой организации (ВТО), на региональном — интеграционными структурами или Региональными торговыми соглашениями (РТС). Эти правила направлены на одну цель — увеличение объема торговли и упрощение процедур международной торговли. Они взаимосвязаны и взаимозависимы.

В статье [5], автор Иванов Г.Г. рассматривает роль и значение объединений в торговой деятельности. Отдельно проанализированы экономические особенности добровольных объединений торговых организаций. Показаны главные экономические и организационные особенности применяемых в торговле объединений холдингового типа.

Ученый Монкин О.А. [6], констатирует, что в современной маркетинговой деятельности зарубежным компаниям, функционирующим в сфере розничной торговли, чрезвычайно важно четко определить, от чего зависят действия потребителей, как спрогнозировать их поведение. Поскольку поведение потребителей определяется как действия, предпринимаемые людьми при приобретении, потреблении товаров и услуг и избавлении от них. При чем, на поведение потребителей воздействуют как внешние, определяющие человека как члена общества, так и внутренние, определяющие человека как индивидуальность, факторы.

По нашему мнению, к числу факторов совершенствования сферы торговли необходимо отнести защиту отечественного производителя и мониторинг качества продукции. Регулярно проводимый мониторинг рынка потребительских товаров с целью изучения количественного и качественного ассортимента продуктов питания и товаров народного потребления (выявление дефицита (профицита), как отдельных товаров, так и номенклатурных групп) на прилавках торговых предприятий и организаций всех форм собственности обязывает предпринимателей к сотрудничеству исключительно с поставщиками качественных товаров и услуг.

Не менее значимым факторов необходимо признать актуализацию и обновление нормативно-правовой базы, регулирующей сферу торговли. Регулярно подготавливаются и подаются на рассмотрение проекты (предложения) по совершенствованию, разработке новых и пересмотре действующих нормативно-правовых актов, относящихся к сфере деятельности Министерства промышленности и торговли Донецкой Народной Республики.

Вырабатываются меры по созданию эффективной конкурентной среды, обеспечивающей устойчивую систему товародвижения и предупреждению нарушений антимонопольного законодательства, по формированию и насыщению внутреннего потребительского рынка товарами, повышению конкурентоспособности отечественных товаров, поддержке отечественных производителей.

Оказывается содействие в обеспечении торгового обслуживания городских праздников, ярмарок и других культурных мероприятий по просьбам органов исполнительной власти, городских и районных администраций, предприятий и организаций всех форм собственности.

Мониторинг функционирования сферы торговли позволил отметить основные события в обновлении ассортимента продовольственных товаров и наполнении торговой сети товарами местных производителей.

Например, запуск ГП «Горловский мясокомбинат» в 2017 году. Ассортимент продукции на конец 2017 года насчитывал 90 наименований мясных изделий. На комбинате функционирует современная лаборатория качества, где осуществляется многоуровневый контроль входного сырья и выпускаемой продукции.

Создание новых и возобновление работы малых предприятий. В 2017-2018 году начали осуществлять производственную деятельность более 20 предприятий малого бизнеса. Это предприятия по производству специй и приправ, кондитерских изделий, подсолнечного масла, производству и розливу питьевой воды, сладких напитков, холодного чая, готовой пищи и блюд.

По данным Министерства промышленности и торговли Донецкой Народной Республики, в 2017 году своеобразный скачок в своем развитии осуществила именно сфера торговли. Объем розничного товарооборота предприятий-юридических лиц оставил 33,5 млрд.руб., что на 2,8 млрд.руб. выше показателя 2016 года. Объем оптового товарооборота предприятий-юридических лиц составил 53,6 млрд.руб.

Количество объектов торговли составило 10930 единиц, в том числе 8493 продовольственных и непродовольственных магазинов, 2437 объекта мелкорозничной торговой сети. Годовой прирост количества предприятий торговли составил 608 единиц (5,9%). В Республике функционируют 1726 объектов общественного питания и 2642 предприятия бытового обслуживания.

Торговую деятельность в Республике осуществляли 19 торговых сетей, общее количество магазинов которых насчитывало 240 единиц (на 27% больше, чем в 2016 году). В 2017 году были открыты 34 магазина в 7 торговых сетях («Первый Республиканский Супермаркет», «Авоська», «Аверс», «Семёрочка»,

«Батон», «Наш маркет», «Золушка»).

Также сфера торговли широко представлена другими торговыми объектами, среди которых особой популярностью у населения пользуются магазины формата «шаговой доступности».

В общем объеме розничного товарооборота предприятий Республики доля товаров отечественного производства составляет более 40%.

Доля продаж многих социально значимых групп товаров отечественного производства в общем товарообороте превысила 50%: хлебобулочных изделий – 93%, колбасных изделий – 84%, мясо птицы и яйца – 79% и 74% соответственно, молочных продуктов и мучных кондитерских изделий – около 60%.

Среднесписочная численность штатных работников предприятий сферы торговли составила 23,7 тыс.чел., и увеличилась на 14,8% по сравнению с 2016 годом.

С целью содействия развитию розничной торговли за счёт возобновления деятельности и реконструкции ранее закрытых магазинов, обеспечения населения товарами народного потребления, разработан и размещён на официальном сайте раздел «Открой свой бизнес», где размещена актуальная информация об объектах недвижимости, пригодных для осуществления деятельности в сфере торговли и услуг.

Особого внимания заслуживает, фактор развития ярмарочной деятельности в Республике. Ярмарочная деятельность является одним из важных инструментов экономической политики и способствует повышению привлекательности товаров местного производства.

Важным аспектом ярмарочной деятельности является её социально-экономическая направленность, обеспечивающая повышение деловой активности.

При поддержке Министерства промышленности и торговли совместно с администрациями городов и районов в 2017 году в Республике проведено 1533 ярмарки, реализовано 2,7 тыс. т продукции на общую сумму 141,9 млн. руб. по ценам ниже рыночных на 5-25%. В ярмарках приняли участие свыше 50 производителей Республики.

**Выводы и перспективы дальнейших исследований.** Проведенные исследования позволили проанализировать труды отечественных и зарубежных ученых по проблематике функционирования торговли, а также вопросов, связанных с решением отдельных аспектов управления сферой торговли. Мониторинг мнений ученых, а также данных Министерства промышленности и торговли, позволил идентифицировать ряд факторов совершенствования сферы торговли Донецкой Народной Республики. Среди которых, конъюнктурообразующие факторы, факторы международного сотрудничества, факторы организации ведения торговли, поведение потребителей, защита отечественного производителя и мониторинг качества реализуемой продукции, актуализация и обновление нормативно-правовой базы, регулирующей сферу торговли, контроль за созданием эффективной конкурентной среды и т.д.

Поскольку инфраструктура торговли и ее специфика тесно взаимосвязана с ее объектами и субъектами, взаимодействие которых интенсивно развивается. Интенсивность развития торговли диктует регулярную идентификацию факторов ее совершенствования, что и является перспективой дальнейших исследований.

### Список литературы

1. Елисеев, А.Е. Развитие услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров: на примере Хабаровского края [Текст]: дис.....канд. экон. наук: 08.00.05 / Елисеев Александр Евгеньевич. – Комсомольск-на-Амуре, 2009. – 186 с.
2. Гарнова, М.С. Организация товародвижения продовольственных товаров в потребительской кооперации Республики Коми [Текст]: дис.....канд. экон. наук: 08.00.05 / Гарнова Марина Станиславовна. – Москва, 2002. – 208 с.
3. Огородова Алина Александровна Конъюнктурообразующие факторы в торговле // Известия СПбГЭУ. 2011. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konyunkturoobrazuyushchie-factory-v-torgovle> (дата обращения: 24.01.2019).
4. Косов Юрий Васильевич, Торопыгин Андрей Владимирович Фактор торговли в глобальных и региональных международных отношениях // Управленческое консультирование. 2016. №11 (95). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/faktor-torgovli-v-globalnyh-i-regionalnyh-mezhdunarodnyh-otnosheniyah> (дата обращения: 24.01.2019).
5. Иванов Г.Г. Объединения как фактор развития торговли // Актуальные проблемы экономики и права. 2012. №3 (23). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obedineniya-kak-faktor-razvitiya-torgovli> (дата обращения: 24.01.2019).
6. Монкин О. А. Фактор потребительского поведения в розничной торговле // ТДР. 2010. №10. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/faktor-potrebitelskogo-povedeniya-v-rozничnoy-torgovle> (дата обращения: 24.01.2019).
7. В Республике активно развивается фирменная торговля местных товаропроизводителей [Электронный ресурс]// Правда ДНР. Первое интернет-издание Республики — URL: <https://dnr-pravda.ru/2018/01/25/v-respublike-aktivno-razvivaetsya-firmennaya-torgovlya-mestnyh-tovaroproduzvoditelej/> - Дата обращения: 12.08.2018
8. Динамика развития сферы торговли Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс] // Инфоцентр — URL: <http://infocentr.dnr.ru/5852-dinamika-razvitiya-sfery-torgovli-doneckoy-narodnoy-respubliki.html> - Дата обращения: 12.08.2018
9. Министерство агропромышленной политики и продовольствия

Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс] // Официальный сайт — URL <http://mcxdnr.ru/> - Дата обращения: 12.08.2018

10. Министерство промышленности и торговли Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс] // Официальный сайт — URL <http://mptdnr.ru/> - Дата обращения: 17.08.2018

11. Министерство экономического развития Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс] // Официальный сайт — URL <http://mer.govdnr.ru/> - Дата обращения: 17.08.2018

12. Рост показателей в аграрной отрасли ДНР. Краткий отчет Министерства доходов и сборов [Электронный ресурс] // Правда ДНР. Первое интернет-издание Республики — URL: <http://dnr-live.ru/gost-pokazateley-v-agrarnoy-otrasli-d/> - Дата обращения: 17.08.2018

13. Семенова Т.В К вопросу о развитии внешнеторговой деятельности в Донецкой Народной Республике / Т.В.Семенова, Н.П. Малов // Материалы XIV-й Международной научно-практической конференции «Экономика и маркетинг в XXI веке: проблемы, опыт, перспективы», 23–24 ноября 2017 г. - г. Донецк, ДонНТУ. – 2017. - С.137-142

14. Состояние товарооборота ДНР. Инфографика [Электронный ресурс] // Деловой портал DNR LIVE — URL: [http://dnr-live.ru/sostoyanie-tovarooborota-dnr-infografika/?\\_utl\\_t=tw](http://dnr-live.ru/sostoyanie-tovarooborota-dnr-infografika/?_utl_t=tw) - Дата обращения: 17.08.2018

15. Экономика Донецкой Народной Республики: состояние, проблемы, пути решения: научный доклад / коллектив авторов ГУ «Институт экономических исследований» в рамках сотрудничества с Институтом народнохозяйственного прогнозирования Российской академии наук; под науч. ред. А.В. Половяна, Р.Н. Лепы; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики. Государственное учреждение «Институт экономических исследований». Донецк, 2017. 84 с.

16. Экономическое и социальное положение Донецкой Народной Республики за январь-июнь 2015 г. Статистический бюллетень Главного управления статистики Донецкой Народной Республики — URL: [www.glavstat.govdnr.ru](http://www.glavstat.govdnr.ru). - Дата обращения: 17.08.2018

17. Экономическое и социальное положение Донецкой Народной Республики за январь-июнь 2016 г. Статистический бюллетень Главного управления статистики Донецкой Народной Республики — URL: [www.glavstat.govdnr.ru](http://www.glavstat.govdnr.ru) - Дата обращения: 17.08.2018

18. Экономическое и социальное положение Донецкой Народной Республики за январь-июнь 2017 г. Статистический бюллетень Главного управления статистики Донецкой Народной Республики — URL: [www.glavstat.govdnr.ru](http://www.glavstat.govdnr.ru) - Дата обращения: 17.08.2018



## ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

**В.Н. Гончаров,**  
д-р экон. наук, профессор

ГОУ ЛНР «Луганский национальный  
аграрный университет», г. Луганск, ЛНР,  
e-mail: vgonch@lnau.su

## FACTORS OF DEVELOPMENT OF GASTRONOMIC TOURISM

**V.N. Goncharov,**  
Doctor of Sciences (Econ.),  
Professor

SEI LPR «Lugaysk National Agrarian  
University Nati», Lugansk, LPR,  
e-mail: vgonch@lnau.su

### Реферат

**Цель.** Целью статьи является исследование современного состояния и тенденций развития гастрономического туризма.

**Методика.** В качестве исследовательского инструментария использованы общенаучные и специфические методы научного познания (абстрагирования, анализа и синтеза, индукции и дедукции, аналогии, теоретического обобщения и группировки), а также эмпирические методы (наблюдение, мониторинг, сравнение).

**Результаты.** Выделены предпосылки развития гастрономического туризма и обобщены факторы, сдерживающие его.

**Научная новизна.** Систематизированы тенденции и перспективы развития гастрономического туризма.

**Практическая значимость.** Результаты исследования могут быть применены при разработке стратегии развития гастрономического туризма, а также стратегии гастрономического брендинга.

**Ключевые слова:** *гастрономический туризм, предпосылки развития, тенденции, перспективы.*

**Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами.** Как известно, туристическая индустрия является одним из векторов социально-экономического развития страны. Кроме того, развитие туризма обуславливает диверсификацию источников доходов бюджета, рост денежного потока, валового национального продукта, налоговых сборов, инфраструктуры, уменьшение безработицы за счет создания рабочих мест. Следовательно, возникает необходимость в исследовании тенденций развития гастрономического туризма. В свою очередь, гастрономический туризм будет способствовать диверсификации экономики сельских районов, рациональному использованию культурно-рекреационного потенциала, увеличению въездного туристического потока и росту импорта капитала в ЛНР, стимулированию развития малого и среднего бизнеса.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Проблемным аспектам и особенностям развития гастрономического туризма посвящено много работ

отечественных ученых, среди которых следует отметить Е. Драчеву, В. Дунаеву, Л. Семенову, Т. Климову, Н. Кущеву, А. Линькову, Ю. Сивошапку, И. Старкову, И. Суслову и др.

**Изложение основного материала исследования.** В настоящее время существует ряд предпосылок развития гастрономического туризма, а именно:

- пропаганда здорового образа жизни (питания) в виде мирового гастрономического бренда;
- применение натуральных местных продуктов, отечественного производства;
- популяризация slow food («медленная еда») против fast food («быстрая еда»);
- увеличение объема производства экологически чистых продуктов без применения удобрений, ГМО и разных пищевых добавок;
- рост популярности гастрономии в СМИ (кулинарные шоу, кино-, телефильмы) [1, с. 101].

Однако существуют факторы, сдерживающие развитие гастрономического туризма:

- низкое качество и/или необеспеченность туристской инфраструктуры – моральный и физический износ коллективных средств размещения, отсутствие и/или малое количество благоустроенных зон отдыха;
- нерациональное размещение действующих объектов, износ памятников истории, культуры, архитектуры, недостаточное количество предприятий общественного питания, а также сомнительная привлекательность имеющихся;
- недостаточное использование информационно-коммуникационных технологий с целью формирования положительного мнения о новом туристическом предложении и стимулирования продажи [10, с. 92];
- отсутствие квалифицированных кадров туристической индустрии;
- отсутствие опыта в организации гастрономических туров;
- высокая стоимость услуг гастрономического туризма;
- недостаточно высокое качество обслуживания туристов на предприятиях гостинично-ресторанного бизнеса [6, с. 209-210].

Е. Вишневская отмечает, что с целью создания качественно нового социального института по возрождению, развитию и продвижению гастрономического туризма необходима консолидация усилий профессиональных сообществ гастрономического туризма, культуры, органов исполнительной власти соответствующих областей деятельности [1, с. 103].

Мировые тенденции развития гастрономического туризма, которые целесообразно применить в Республике, заключаются в следующем.

1. Финансирование и стимулирование государством развития туристских ресурсов и потенциала, характерных для данного региона, с помощью реализации следующих мероприятий:

- обеспечение популяризации гастрономического предложения на внешнем рынке (презентации, конференции, участие в выставках, мероприятия при посольствах, реклама в СМИ и пр.);

- стимулирование создания малым и средним предпринимательством туристской инфраструктуры;
- создание и продвижение единого гастрономического бренда;
- стимулирование и поддержка турагентств (фискальные послабления, компенсация маркетинговых расходов, направленных на популяризацию бренда гастротуризма и пр.);
- защита и признание местных продуктов посредством маркировки и обозначения места их происхождения;
- создание действенной системы сертификации, гарантирующей безопасность пищевых продуктов;
- увеличение количества фестивалей, конференций и прочих мероприятий внутри страны с приглашением иностранных гостей, способных обеспечить приток туристов в страну (сотрудники посольств, руководители индустрии туризма и пр.) [4, с. 16-17].

2. Развитие направлений туризма с возможностью получения многочисленных туристских впечатлений, включая гастрономический, с использованием объектов других видов туризма – этнографического, сельского, событийного, религиозного, образовательного, детского.

Так, этнический туризм исходит из интереса ко всем аспектам жизни разных народов, включая кулинарный. Углубленное знакомство с этой стороной культуры и быта помогает формированию у отечественных и иностранных туристов более целостного представления о многогранности Республики с населяющими ее народностями, уникальными в своей индивидуальности [9, с. 24].

Необходимо создавать возможности погружения в атмосферу нематериального национального культурного наследия при наблюдении или участии в культурных ритуалах, праздниках, фестивалях. Например, все большую популярность приобретают музеи, использующие интерактивные программы показа (театрализованные представления, мастер-классы, ролевые игры и т.д.).

Кроме того, важным фактором гастрономического туризма является наличие объектов этнографической инфраструктуры: этнодеревень, этнопарков, этнокультурных центров, межнациональных комплексов и др. Люди становятся приверженцами сельского туризма, чистой окружающей среды и продуктов питания. Такие туристы предпочитают отдыхать в сельской местности и проживают в деревянных домах или мини-гостиницах, участвуют в мероприятиях гастрономической направленности [2, с. 120]. Вместе с тем знакомятся с агротехникой производства сельскохозяйственной продукции и технологиями ее переработки; принимают участие в процессе ее производства (например, в сборе урожая); дегустируют традиционные местные блюда; посещают мастер-классы по их приготовлению; присутствуют на народных праздниках, связанных с продуктами питания («Медовый спас», «Яблочный спас» и др.) [12, с. 20].

3. Разработка и реализация стратегии дестинации, которая включает гастрономические предложения, повышение информированности общества о данном виде туризма.

Современное состояние рынка туристских услуг привело к тому, что стандартные медианосители ATL уже не приносят необходимого коммуникативного эффекта. Так, гастрономический турист желает познакомиться с производителем, превращая стандартные пакетные туры в индивидуальные. Производителю для удовлетворения желания туриста необходимо знать и учитывать его предпочтения и вкусы, что делает диалог продуктивным.

Существует эффективное средство воздействия на потребителя – это возможность использовать нестандартные виды коммуникаций (BTL-технологии – мероприятия по стимулированию сбыта), к которым можно отнести событийный маркетинг, мерчандайзинг, выставочную деятельность, промоушн, презентации, менеджмент и т.д. [1, с. 107].

4. Повышение самосознания населения за счет продвижения местной пищевой культуры [6, с. 213]. Например, включение местного блюда, напитка, продукта питания в меню кафе и ресторанов. По такому пути пошли в г. Сергиев Посад (Московская область), где большинство ресторанов предлагают разнообразные блюда русской национальной кухни: блины, медовуху, сбитень, пельмени. В г. Суздале (Владимирская область), помимо предложения широкого ассортимента блюд русской кухни, в 2016 г. открылись рестораны «Огурец» и бар, специализированный на напитках и закусках на основе хрена [13, с. 47].

Однако далеко не всегда предприятие общественного питания предлагает туристу возможность заказать и оценить особенности местной кухни. Обычно это можно сделать только в самых дорогих ресторанах, расположенных в центре города. Причём такая тенденция характерна не только для районных и областных, но и для краевых и республиканских центров страны [6, с. 98].

Вместе с тем для гурманов привлекательным является не только дегустация местных блюд, но и посещение мастер-классов известных шеф-поваров. В городской и пригородной среде ежегодно увеличивается количество ресторанов, предлагающих подобные программы. Довольно часто они ориентированы не на взрослых, а на детей разного возраста.

5. Проведение всевозможных семинаров, школ и конкурсов кулинарного искусства с целью продвижения и укрепления гастрономического бренда региона. В соответствии с международными стандартами осуществляется финансирование участия ведущих кулинаров края в зарубежных международных конкурсах.

6. Разработка стратегии развития гастрономического туризма с учетом самоанализа системообразующих участников рынка, которые не должны работать разрозненно (в профессиональном сообществе необходимы

постоянные дискуссии по поводу того, что нужно для развития этой сферы). Необходима консолидация усилий специалистов различных сфер, включая сферу общественных коммуникаций, культуры, туризма, органы региональной власти для решения актуальных задач развития данного вида туризма. Результатом этого взаимодействия должны стать новые пакетные турпродукты, которые и будут точками притяжения туристов. Турист не должен ехать к нам потому, что больше некуда. Он должен ехать к нам, потому что он этого хочет [5, с. 20-21].

Перспективой дальнейшего развития гастрономического туризма в Республике в рамках стратегии развития внутреннего и въездного гастрономического туризма должна стать реализация следующих мероприятий:

- разработка «Гастрономической карты Республики» с размещением ее в информационном пространстве, на ресурсах, освещающих туризм в ЛНР;
- организация и проведение органами местного самоуправления совместных мероприятий с привлечением представителей сферы туризма и предприятий, которые могут быть использованы как объекты гастрономического туризма;
- разработка туроператорами пакетных туров на гастрономические фестивали на несколько дней, стимулируя тем самым туристов дополнительно воспользоваться услугами размещения и питания;
- создание и продвижение новых пакетных туров с увязкой объектов сельского и гастрономического туризма в один турпродукт выходного дня;
- проведение системной целенаправленной работы по развитию и популяризации брендов местных производителей;
- обмен опытом с другими регионами, формирующими гастрономические бренды, маршруты и программы, изучение зарубежного опыта развития гастрономического туризма, а также проведение работы по повышению качества сервисного обслуживания туристов [5, с. 22-23].

**Выводы и перспективы дальнейших исследований.** Установлено, что гастрономический туризм стремительно развивается с учетом быстро меняющихся предпочтений туристов. Представленные тенденции развития гастрономического туризма подтверждают доминирование новой экономики – экономики впечатлений, которую создает гастрономический туризм. Перспективой дальнейшего исследования является разработка стратегии развития гастрономического туризма.

### **Список литературы**

1. Вишневская Е.В. Роль событийно-гастрономического туризма в повышении эффективности региональной экономики / Е.В. Вишневская, И.В. Богомазова // Сервис в России и за рубежом. 2017. №7 (77). С. 99-112.

2. Драчева Е.Л. Гастрономический туризм: современные тенденции и перспективы / Е.Л. Драчева, Т.Т. Христов // Российские регионы: взгляд в будущее. 2015. №3 (4). С. 1-19.
3. Дунаева В.Г. Развитие гастрономического туризма и трансграничное сотрудничество / В.Г. Дунаева, Л.В. Семенова // Туризм и трансграничное сотрудничество: гастрономический туризм и его роль в диверсификации экономической деятельности региона материалы научной конференции молодых ученых. Балтийский федеральный университет им. И. Канта. 2017. С. 13-20.
4. Каримов М.К. Увеличение количества туристов в Узбекистане за счет развития сектора гастрономического туризма / М.К. Каримов, Ш.М. Каримова, М.К. Х. Гадоева // Вопросы науки и образования. 2019. №2 (45). С. 14-18.
5. Klimova T.B. Prospects of development of gastronomic tourism in Belgorod region / T.B. Klimova, N.I. Myachikova // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – Т.3, №3, 2016. – с. 13-23.
6. Кущева Н.Б. Гастрономический туризм как перспективный вид развития регионов России / Н.Б. Кущева, Т.В. Бедяева // СИСП. 2014. №12 (44). С. 207-217.
7. Линькова А.А. Современные тенденции в организации гастрономических туров / А.А. Линькова, А.Г. Максименко // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. 2015. Т.1. №1. С. 209-213.
8. Линькова А.А. Актуальность включения гастрономических туров в программу туристских путешествий / А.А. Линькова, А.Г. Максименко // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. Краснодар: Кубанский государственный университет. 2014. №1. С. 187-190.
9. Локша А.В. Особенности развития гастрономического туризма в Приморском крае / А.В. Локша, Н.И. Петрова // Вестник НГИЭИ. 2018. №12 (91). С. 58-67.
10. Сивошاپка Ю.В. Гастрономический туризм как перспективное направление экономического развития Крыма // Экономический журнал. 2016. №41. С. 86-93.
11. Старкова И.И. Перспективы развития гастрономического туризма в республике Бурятия / И.И. Старкова, Е.В. Кондрашова // Таврический научный обозреватель. 2015. №4-1. С. 13-23.
12. Суслова И.А. Состояние и тенденции формирования элементов гастрономического туризма в России / И.А. Суслова, Т.Н. Лустина, А.Г. Панова // Сервис. 2018. №3. С. 13-25.

**ИННОВАЦИОННАЯ ОРИЕНТАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ:  
ОТ ЗАТРАТ ДО ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ**

**П.А. Заремба, д-р экон. наук,  
профессор,  
С.И. Охременко, канд. техн.  
наук, доцент,  
А.В. Гура, канд. техн. наук,  
доцент**

ГО ВПО «Донецкий национальный  
университет экономики и торговли имени  
Михаила Туган-Барановского», г. Донецк,  
ДНР, e-mail: pavelz09@gmail.com

**ORIENTATION INNOVATIVE COMPANIES:  
FROM THE COST TO THE ECONOMIC EFFICIENCY**

**P.A. Zarembo, doctor of  
Economic Sciences, Professor,  
S.I. Okhremenko, candidate of  
Technical Sciences,  
associate Professor,  
A.W. Gura, candidate of  
Technical Sciences, associate  
Professor**

SO HPE «Donetsk National University of  
Economics and Trade named after Mykhayl  
Tugan-Baranovsky», Donetsk, DPR,  
e-mail: pavelz09@gmail.com

**Реферат**

**Цель.** Определение ожидаемой экономической эффективности от освоения и внедрения результатов инновационной технологии – обработки пряных овощей высоким давлением – на предприятии ООО «Прайм Продукт».

**Методика.** Методическую основу исследования составили труды, посвященные проблеме экономической эффективности предприятий, с учетом особенности отечественной пищевой промышленности.

**Результат.** Установлена экономическая целесообразность освоения технологии производства пасты из пряных трав, обработанной высоким давлением, в ООО «Прайм Продукт».

**Научная новизна.** Выявлено, что одним из основных факторов устойчивого развития предприятия является его переход на инновационный тип развития. Обоснован методический подход к определению экономической эффективности от освоения предлагаемой технологии с учетом дополнительных единовременных и текущих затрат на него.

**Практическая значимость.** Освоение технологии производства пасты из пряных трав, обработанной высоким давлением, на предприятии ООО «Прайм Продукт» приведет к увеличению объема реализации продукции за счет расширения ассортимента и снижения себестоимости производства консервированной продукции.

**Ключевые слова:** *инновационные технологии, экономический эффект, паста из пряных трав, высокое давление.*

**Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами.** Мировая пищевая промышленность с каждым годом повышает наукоемкость производства. Среди производителей пищевых продуктов наблюдается также стремительная переориентация на принципиально новые технологии, что позволит производить продукты высокого качества, расширить их ассортимент и сохранить сильные конкурентные позиции на рынке.

По данным официальной статистики среднегодовое потребление свежей зелени укропа и петрушки составляет около 55%, на долю производства приходится 35% сбора урожая, а оставшиеся 10% пряной зелени укропа и петрушки ввиду короткого срока их хранения подвергаются порче.

Для определения перспектив развития пищевой промышленности важным является установление природы её роста. Эта задача может быть решена путем оценки экономической эффективности предприятий и выявления основных факторов, определяющих её величину. Один из таких факторов – использование инновационных технологий.

Согласно Проекту Федерального Закона РФ «Об инновационной деятельности и государственной инновационной политике» от 23 декабря 1999 г. инновационная деятельность – это создание новой или усовершенствованной продукции, нового или усовершенствованного технологического процесса, реализуемых в экономическом обороте с использованием научных исследований, разработок, опытно-конструкторских работ либо иных научно-технических достижений [1]. Среди инновационных технологий большое внимание со стороны зарубежных, а также отечественных исследователей и практиков уделяется применению технологии высокого давления. Данные технологии широко используется во многих отраслях пищевой промышленности и позволяют получить продукты качественно нового уровня с улучшенными вкусо-ароматическими свойствами без использования консервантов, с минимальными потерями витаминов и ценных питательных веществ.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Проблема оценки экономической эффективности предприятий уже длительное время является предметом научных исследований ученых во всем мире. Современная методология оценки экономической эффективности основана на трудах Д. Айгнера, В. Купера, Т. Купманса, а также представителей отечественных экономических школ: Л. Дейнеко, Н. Конищевой, С. Струмилина, М. Туган-Барановского, О. Фещенко, А. Френкеля, Т. Хачатурова, Н. Чумаченко и др.

Отталкиваясь от фундаментальных исследований перечисленных ученых и учитывая особенности отечественной пищевой промышленности, возможно осуществление адекватной оценки экономической эффективности предприятий отрасли.

**Изложение основного материала исследования.** Предлагаемая технология производства пастообразной консервированной зелени с использованием установки высокого давления относится к инновационным. Ее



применение позволяет получить продукцию высокого качества.

Экономическая эффективность от освоения инновационной технологии производства пасты из пряных трав (обработанной высоким давлением) определена при условии ее применения на предприятии по производству консервированной продукции ООО «Прайм Продукт» с целью удовлетворения спроса потребителей и расширения ассортимента продукции. Кроме того, данная технология производства пастообразной консервированной зелени позволит удешевить производство той основной консервированной овощной продукции предприятия, в рецептуре которой предусмотрено использование зелени.

Ожидаемая экономическая эффективность от освоения предлагаемой технологии рассчитана с учетом дополнительных единовременных и текущих затрат на него и положительных результатов, которые могут быть получены при ее внедрении.

При оценке эффективности инвестиций в освоение инновационной технологии производства пасты из пряных трав, обработанной высоким давлением, рассчитаны следующие общие показатели с учетом инфляции: чистый приведенный доход, индекс доходности, норма доходности, период окупаемости инвестиций, внутренняя норма доходности.

Расчет показателей эффективности инвестиций на освоение технологии производства пасты из пряных трав, обработанной высоким давлением, выполнен в следующей последовательности: единовременные затраты, изменяющиеся текущие затраты, чистая прибыль, денежный поток, показатели эффективности инвестиций.

Единовременные расходы на освоение инновационной технологии производства пасты из пряных трав, обработанной высоким давлением, рассчитаны с учетом стоимости дополнительно приобретаемого оборудования с учетом действующих оптовых цен и расходов на транспортировку, монтаж и наладку оборудования.

Оптовая цена установки высокого давления определена на основе составления ориентировочной калькуляции по укрупненным элементам с учетом сложившейся структуры текущих затрат в ООО «ВИ-ВА-ЛТД» (г. Краматорск, Украина), где она может быть изготовлена. Прибыль от реализации определена с учетом сложившегося уровня рентабельности производства продукции на предприятии в размере 11,2%.

$$\text{Пр} = \frac{\text{ИП} \times \text{Урен}_{\text{ИП}}}{100},$$

где  $\text{ИП}$  – издержки производства, тыс. грн;

$\text{Урен}_{\text{ИП}}$  – уровень рентабельности производства, %.

$$\text{Пр} = \frac{714,9 \times 11,2}{100} = 80,1 \text{ тыс. грн.}$$

Результаты расчета затрат на изготовление установки высокого давления

приведены в табл. 1.

Таблица 1 – Структура оптовой цены установки высокого давления <sup>1</sup>

Наименование показателей	Количество	Стоимость, тыс. грн.	Удельный вес, %
1. Расходы на материалы и комплектующие:			
1.1 камера	1	289,7	30,4
1.2. пресс	1	70,5	7,4
1.3 гидростанция	1	90,2	9,5
Прочие		160,5	16,8
Транспортно-заготовительные расходы		81,9	8,6
Итого		692,8	72,6
2. Расходы на обработку и сборку		22,2	2,3
3. Текущие затраты производства		714,9	74,9
4. Прибыль		80,1	8,4
5. Оптовая цена предприятия-изготовителя		795,0	83,3
6. Налог на добавленную стоимость		159,0	16,7
7. Оптово-отпускная цена		954,0	100,0

<sup>1</sup> Цены в этой таблице и далее приведены в грн, т.к. исследования проводились в 2013-2017 гг.

Дополнительные капитальные затраты на приобретение оборудования, необходимого для освоения технологии производства пасты из пряных трав, обработанной высоким давлением, с учетом затрат на транспортировку и монтаж ориентировочно составят 1135 тыс. грн.

Расчет выполнен по формуле

$$\Delta КИ = C_{ОБ} + \frac{C_{ОБ} \times N_{ТР}}{100},$$

где  $C_{ОБ}$  – стоимость оборудования по оптовым ценам, тыс. грн.;

$N_{ТР}$  – уровень расходов на транспортировку и монтаж, %.

$$\Delta КИ = \Delta ПИ = 1033 + \frac{1033,5 \times 9,87}{100} = 1135 \text{ тыс. грн.}$$

Результаты расчета общей суммы капитальных инвестиций отражены в табл. 2.

Таблица 2 – Сумма капитальных инвестиций на освоение технологии производства пастообразной консервированной зелени с использованием установки высокого давления, тыс. грн.

Показатель	Количество	Стоимость
Установка высокого давления	1	954,0
Коллоидная мельница	1	10,6
Упаковочный автомат серии «Дой-Пак»	1	56,4
Транспортер	1	12,0
Итого		1033,0
Расходы на транспортировку и монтаж		102,0
Всего		1135,0

Увеличение оборотных активов на предприятии не предусматривается, так как повысится эффективность использования имеющихся оборотных активов.

В процессе освоения новой технологии у предприятия изменяются следующие текущие затраты: расходы на сырье, расходы на амортизацию, расходы на текущий ремонт, расходы на электроэнергию, расходы на текущее обслуживание оборудования, на заработную плату, расходы по перечислению единого социального взноса. Текущие затраты определены с учетом Методических рекомендаций по формированию себестоимости продукции (работ, услуг) в промышленности [2].

Расходы на сырье ( $PX_C$ ) определены по формуле

$$PX_C = \frac{Q \times Q_{c.уд} \times C_c}{K_{в.пп}},$$

где  $Q$  – количество производимой продукции за год, т;

$Q_{c.уд}$  – количество сырья, необходимого для производства одной тонны продукции, т;

$K_{в.пп}$  – коэффициент выхода готовой продукции;

$C_c$  – средняя оптовая цена 1 т сырья без НДС.

$$PX_C = \frac{145,8 \times 1 \times 23,2}{0,973} = 3476,4 \text{ тыс. грн}$$

Расходы на электроэнергию ( $PX_{эл}$ ) определены по формуле

$$PX_{эл} = M \times t_{об} \times m^{эл},$$

где  $t_{об}$  – время работы оборудования;

$M$  – мощность оборудования, кВт;

$m^{эл}$  – тариф за 1 кВт/час, тыс. грн.

Время работы оборудования определено с учетом производительности оборудования и объема вырабатываемой продукции.

$$PX_{эл} = 68,1 \times \frac{145}{0,075} \times 0,43 \times 0,00054 = 47,61 \text{ тыс. грн.}$$

Расходы на амортизацию ( $PX_{амо}$ ) определены с учетом нормативного срока службы оборудования, утвержденного Налоговым кодексом.

$$PX_{амо} = \frac{KI'}{n},$$

где  $KI'$  – капитальные инвестиции без НДС;

$n$  – нормативный срок службы оборудования.

$$PX_{\text{АМО}} = \frac{1135 \times 100}{(100 + 20) \times 5} = 189,2 \text{ тыс. грн}$$

Для расчета расходов на текущий ремонт и обслуживание ( $PX_{\text{ТЕК}}$ ) использована формула

$$PX_{\text{ТЕК}} = \frac{KI' \times N_{\text{ТЕК}}}{100},$$

где  $N_{\text{ТЕК}}$  – уровень расходов на текущий ремонт, %.

$$PX_{\text{ТЕК}} = \frac{1135 \times 4,5}{1,2 \times 100} = 42,6 \text{ тыс. грн}$$

Расходы на заработную плату ( $PX_{\text{З/ПЛ}}$ ) работника, обслуживающего установку высокого давления, определены по формуле

$$PX_{\text{З/ПЛ}} = t_p \times m^{3/\text{ПЛ}} \times K_{\text{ДОП}},$$

где  $t_p$  – время работы работника, час;

$K_{\text{ДОП}}$  – коэффициент, учитывающий премии и доплаты;

$m^{3/\text{ПЛ}}$  – часовая тарифная ставка, тыс. грн.

$$PX_{\text{З/ПЛ}} = 1944 \times 0,0084 \times 1,326 = 21,65 \text{ тыс. грн}$$

Расходы по перечислению единого социального взноса ( $PX_{\text{ЕСВ}}$ ) определены по формуле

$$PX_{\text{ЕСВ}} = \frac{PX_{\text{З/ПЛ}} \times N_{\text{ЕСВ}}}{100},$$

где  $N_{\text{ЕСВ}}$  – норматив единого социального взноса, %.

$$PX_{\text{ЕСВ}} = \frac{21,65 \times 37,18}{100} = 8,05 \text{ тыс. грн.}$$

Общая сумма изменяющихся текущих затрат ( $PX_{\text{ОБЩ}}$ ):

$$PX_{\text{ОБЩ}} = PX_{\text{С}} + PX_{\text{АМО}} + PX_{\text{ЭЛ}} + PX_{\text{ТЕК}} + PX_{\text{З/ПЛ}} + PX_{\text{ЕСВ}} \\ PX_{\text{ОБЩ}} = 3476,4 + 47,61 + 189,2 + 42,6 + 21,65 + 8,05 = 3785,5 \text{ тыс. грн.}$$

Изменяющиеся текущие удельные затраты на производство 1 т продукции определены по формуле

$$PX_{\text{уд}} = \frac{PX_{\text{ОБЩ}}}{Q},$$

$$PX_{\text{уд}} = \frac{3785,5}{145,8} = 25,98 \text{ тыс. грн.}$$

Увеличение прибыли от реализации за счет снижения текущих затрат в результате освоения технологии производства пасты из пряных трав, обработанной высоким давлением, определено по формуле

$$\Delta\Pi_p = Q_{\text{ПР}} \times \text{Ц}_{\text{СР}} - \text{РХ}_{\text{ОБЩ}} + (Q_{\text{П}} \times \text{Ц}_{\text{СР.П1}} - Q_{\text{П}} \times \text{Ц}_{\text{СР.П2}}),$$

где  $Q_{\text{ПР}}$  – количество реализованной консервированной зелени, т;

$\text{Ц}_{\text{СР}}$  – средняя оптовая цена консервированной зелени предприятия-изготовителя, без НДС, тыс. грн.;

$Q_{\text{П}}$  – количество зелени, которая используется при изготовлении консервов;

$\text{Ц}_{\text{СР.П1}}$ ,  $\text{Ц}_{\text{СР.П2}}$  – средняя цена зелени, которая используется при изготовлении консервов до и после освоения инновационной технологии.

$$\Pi_p = (145,8 - 1,5) \times 28,99 - 3785,5 + (1,5 \times 30,8 - 1,5 \times 25,96) = 404,4 \text{ тыс. грн}$$

Увеличение чистой прибыли предприятия после освоения технологии производства пасты из пряных трав, обработанной высоким давлением, составит:

$$\Delta\Pi_{\text{ч}} = \Delta\Pi_p \times \frac{100 - N_{\text{НП}}}{100},$$

где  $N_{\text{НП}}$  – ставка налога на прибыль, %.

$$\Delta\Pi_{\text{ч}} = 404,4 \times \frac{100 - 23}{100} = 311,39 \text{ тыс. грн.}$$

Для расчета показателей эффективности инвестиций определен денежный поток с учетом инфляции (табл. 3).

Таблица 3 – Прогноз денежного потока и чистой прибыли по инвестиционному проекту участка по производству пасты из пряных трав, обработанной высоким давлением, тыс. грн.

Показатель	I год	II год	III год	IV год	V год
Прибыль чистая	311,39	311,39	311,39	311,39	311,39
Амортизационные отчисления	189,17	189,17	189,17	189,17	189,17
Денежный поток (будущая стоимость)	500,56	500,56	500,56	500,56	500,56
Коэффициент дисконтирования	0,9107	0,8295	0,7554	0,6880	0,6266
Денежный поток	455,9	415,2	378,1	344,4	313,6
Прибыль чистая (настоящая стоимость)	283,60	258,28	235,23	214,24	195,12
Денежный поток (настоящая стоимость за весь период эксплуатации проекта)	1907,2				
Денежный поток среднегодовой (настоящая стоимость)	381,5				
Прибыль чистая среднегодовая (настоящая стоимость)	237,29				

Чистый дисконтированный доход (ЧДД) определен по формуле

$$\text{ЧДД} = \text{ДП}_{\text{нс}} - \text{ПИ}_{\text{нс}};$$

$$\text{ЧДД} = 1907,2 - 1135 = 772,2 \text{ тыс. грн.}$$

Индекс доходности инвестиций (ИД) определяется по формуле

$$\text{ИД} = \frac{\text{ДП}_{\text{нс}}}{\text{ПИ}_{\text{нс}}};$$

$$\text{ИД} = \frac{1907,2}{1135} = 1,68.$$

Внутренняя норма доходности (ВНД) отражает ставку дисконта, по которой настоящая стоимость денежных потоков и первоначальные инвестиции имеют одинаковую величину, и определена по формуле

$$\text{ПИ}_{\text{нс}} = \sum_{i=1}^n \left( \frac{\text{ДП}_{\text{бс } i}}{(1+r)^i} \right),$$

где  $n$  – количество лет эксплуатации оборудования.

Результаты расчета внутренней нормы доходности отражены в табл. 4.

Таблица 4 – Расчет внутренней нормы доходности

Год	Денежный поток будущая стоимость (ДП бс), тыс. грн.	Коэффициент дисконтирования при инфляции 33,83%	Денежный поток настоящая стоимость (ДП нс), тыс. грн.
I	500,56	0,7472	374,03
II	500,56	0,5583	279,48
III	500,56	0,4172	208,84
IV	500,56	0,3118	156,05
V	500,56	0,2329	116,60
Итого за период	2502,78		1135,00

Норма доходности инвестиций по проекту ( $N_d$ ) определена по формуле

$$N_d = \frac{\text{ДП}_{\text{нс ср}}}{\text{ПИ}_{\text{нс}}};$$

$$N_d = \frac{381,5}{1135} = 0,336, \text{ или } 33,6\%.$$

Норма прибыльности инвестиций ( $N_p$ ) по проекту составит 20,9%.

$$N_{\pi} = \frac{\text{Пч.ср}_{\text{нс}}}{\text{ПИнс}};$$

где  $\text{Пч}_{\text{нс,сред}}$  – среднегодовая сумма прибыли с учетом инфляции.

$$N_{\pi} = \frac{237,29}{1135} = 0,209, \text{ или } 20,9\%.$$

Период окупаемости капитальных вложений на освоение новой технологии производства пасты из пряных трав, обработанной высоким давлением, составит 2,7 года.

Таблица 5 - Расчет периода окупаемости капитальных вложений на освоение новой технологии производства пастообразной консервированной зелени, тыс. грн.

Год	Денежный поток (будущая стоимость)	Коэффициент дисконтирования	Денежный поток (настоящая стоимость)	Аккумуляированный денежный поток (настоящая стоимость)	Период окупаемости, лет
0	-1135,0	1	-1135,0		
I	500,56	0,9107	455,9	-679,1	
II	500,56	0,8295	415,2	-263,9	
III	500,56	0,7554	378,1	114,2	2,70
IV	500,56	0,6880	344,4	458,6	
V	500,56	0,6266	313,6	772,2	
Итого за период	2502,8		1907,2		

$$\text{ПО} = 2 + \frac{-263}{378,1} = 2,7 \text{ года}$$

Годовой экономический эффект от освоения новой технологии производства пасты из пряных трав, обработанной высоким давлением, можно рассчитать по формуле [3]

$$\mathcal{E}_r = \left[ 3_1 + \frac{(PX_{\text{уд}1} - PX_{\text{уд}2}) + E_{\text{ц}}(KI_1 - KI_2)}{P_2 + E_{\text{ц}}} - 3_2 \right] \times A_2,$$

где  $3_1$  и  $3_2$  – приведенные затраты на единицу продукции по базовому и проектируемому вариантам, тыс. грн.;

$PX_{\text{уд}1}$  и  $PX_{\text{уд}2}$  – удельные изменяющиеся эксплуатационные расходы, тыс. грн.;

$E_{\text{ц}}$  – целевой коэффициент эффективности инвестиций;

$KI_1$ ,  $KI_2$  – капитальные инвестиции до и после освоения новой технологии производства пастообразной консервированной зелени, тыс. грн.;

$P_2$  – доля отчислений от балансовой стоимости на полное восстановление

(амортизация);

$A_2$  – годовой объем производства консервированной зелени, т.

Если принять  $E_{нц} = 1/3 = 0,33$  (при сроке окупаемости 3 года),  $P_2 + E_n = 1$  (срок службы оборудования не изменяется), то можно получить выражение годового экономического эффекта:  $\mathcal{E}_Г = [3_1 + (PX_{вд1} - PX_{вд2}) - 3_2] \times A_2 = \Delta П_P - E_{ц} \times \Delta КИ$ .

$$\mathcal{E}_Г = 404,4 - 0,3 \times 1135 = 63,9 \text{ тыс. грн.}$$

**Выводы и перспективы дальнейших исследований.** Результаты расчетов свидетельствуют в пользу экономической целесообразности освоения технологии производства пасты из пряных трав, обработанной высоким давлением, на предприятии ООО «Прайм Продукт». Это приведет к увеличению объема реализации продукции за счет расширения ассортимента и снижения себестоимости производства консервированной продукции, а также обеспечит увеличение прибыли от ее реализации в сумме 404,4 тыс. грн. в год.

Предприятие получит дополнительный денежный поток с учетом инфляции в сумме 1907,2 тыс. грн., который обеспечит окупаемость затрат на освоение новой технологии за 2,7 года.

Годовой экономический эффект составит 63,9 тыс. грн.

### Список литературы

1. Проект Федерального Закона РФ «Об инновационной деятельности и государственной инновационной политике», 1999.

2. Положение (стандарт) бухгалтерского учета № 16 «Расходы» : утв. приказом М-ва финансов Украины от 31.12.99 г. № 318 // Учет по-новому в соответствии с Положениями (стандартами) бухгалтерского учета в Украине / Ред. еженед. «Главбух». – Изд. 4-е. – Киев, 2002. – С. 69-73.

3. Петрович И.Н., Кот А.Ф., Семенов А.М. и др. Экономика предприятия: Учебник/ под общей редакцией И. М. Петровича. «Новый Мир» – 2000, 2006. - 680 с.