

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
Донецкой Народной Республики

ГО ВПО «Донецкий национальный университет  
экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского»

ТОРГОВЛЯ И РЫНОК

# ТОРГОВЛЯ И РЫНОК



Выпуск 4 (52)

Том  
I

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**ГО ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ  
ИМЕНИ МИХАИЛА ТУГАН-БАРАНОВСКОГО»**

# **ТОРГОВЛЯ И РЫНОК**

**НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ**

**ВЫПУСК 4 (52)**

**ТОМ I**

**ДОНЕЦК - 2019**

УДК 339  
ББК 65.422

Коллектив авторов

**Торговля и рынок:** научный журнал, выпуск №4(52), том 1, 2019 / Главный редактор Е.М. Азарян. – Донецк: ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2019. – 170 с.

Основан в 1994 году

Выходит четыре раза в год

Научный журнал «Торговля и рынок» ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» рассчитан на научных и практических работников, руководителей торговых и других отраслевых предприятий, преподавателей высшей школы, аспирантов, магистрантов, студентов.

В научном журнале «Торговля и рынок» рассматриваются вопросы современной стратегии реформ в торговле, стабилизации экономики в отрасли и восстановления экономического роста и улучшения на этой основе благосостояния людей. Освещаются актуальные вопросы высшей школы, предпринимательства, менеджмента, маркетинга, экономики торговли и услуг, рассматриваются проблемы финансов, бухгалтерского учета, анализа и контроля, а также актуальных аспектов инвестиционной деятельности.

#### РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Азарян Е.М., д-р экон. наук, профессор,  
главный редактор

Малыгина В.Д., д-р экон. наук, профессор,  
зам. главного редактора

Омельянович Л.А., д-р экон. наук, профессор

Балабанова Л.В., д-р экон. наук, профессор

Бакунов А.А., канд. экон. наук, профессор

Возиянова Н.Ю., д-р экон. наук, доцент

Петренко С.Н., д-р экон. наук, профессор

Сардак Е.В., д-р экон. наук, доцент

Сименко И.В., д-р экон. наук, профессор

Фомина М.В., д-р экон. наук, профессор

Германчук А.Н., канд. экон. наук, доцент

Максимова Т.С., д-р экон. наук, профессор

Курочкина А.А., д-р экон. наук, профессор

Иванова Т.Л. канд. экон. наук, доцент, профессор

Федоркина И.А., канд. экон. наук, доцент, отв. секр.

Научный журнал «Торговля и рынок» ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» включен в перечень рецензируемых научных изданий Высшей аттестационной комиссии Донецкой Народной Республики как специализированное издание, публикующее научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата и доктора экономических наук (Приказ №1134 от 01.11.2016 г.).

Научный журнал «Торговля и рынок» ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» включен в цитируемую базу данных «Российский индекс научного цитирования» (РИНЦ) и в Международную наукометрическую базу Index Copernicus Journals Master List.

Научный журнал «Торговля и рынок» рекомендован к печати Ученым Советом ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» (протокол № 3 от 25.09.2019 г.).

Тексты статей представлены в авторской редакции. Авторы несут полную ответственность за содержание публикаций и точность приведенных фактов, цитат, собственных имен и других сведений.

ISSN 2079-4762

© ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2019г.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО, МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ</b>	
<b>Азарян Е.М., Левченко В.О.</b> Перспективы внедрения маркетинговых инновационных технологий в деятельность предприятий	8
<b>Анцифорова Е.А.</b> Методический инструментарий стратегического управления маркетинговыми рисками торгового предприятия	15
<b>Бондаренко И.С.</b> Внешняя и взаимная торговля региональной интеграционной группировки ЕАЭС: анализ структуры и динамики	28
<b>Белявцев Ю.М.</b> Формирование механизма ресурсосбережения предприятий в условиях маркетинговой ориентации	40
<b>Яковлева Ю.К., Денисенко И.А.</b> Концепция развития деятельности сельских домохозяйств в условиях социально-экономического развития хозяйственного комплекса	51
<b>Малыгина В.Д., Гончарова Т.В.</b> Социо-техничко-технологическая концепция информационно-коммуникационной системы обеспечения муниципальных услуг	62
<b>Гречина И.В., Тишаева В.Д.</b> Сущность экономического потенциала препринимательских структур	75
<b>Емельянова И.Ф.</b> Конкурентоустойчивость предприятия как экономическая категория	82
<b>Лиходедова Т.В.</b> Ключевые детерминанты реализации интеллектуальных ресурсов на основе системно-динамической модели	91
<b>Петенко И.В., Петенко А.В.</b> Маркетинговая концепция модернизации сферы дополнительного образования	99
<b>Родионов А.В.</b> Способы оценки механизма влияния личности на эффективное управление персоналом предприятия и его организационную культуру	109
<b>Тисунова В.Н.</b> Оценка эффективности управления интеллектуальной собственностью предприятия	114
<b>Ульяницкая О.В., Костенко М.Н., Припотень О.А.</b> Особенности оценки состояния системы безопасности продовольственного комплекса народного хозяйства	120

<b>Фомина М.В.</b> Коррупционно-теневые отношения как фактор снижения уровня экономической безопасности	129
<b>ЭКОНОМИКА ТОРГОВЛИ И УСЛУГ</b>	
<b>Петрушевский Ю.Л.</b> Непрерывное профессиональное образование в Донецкой Народной Республике: состояние и перспективы развития	136
<b>ФИНАНСЫ И ИНВЕСТИЦИИ</b>	
<b>Омельянович М.Ю.</b> Ориентиры финансовой политики государства: преодоление бедности	142
<b>Салита С.В.</b> Влияние покупательной способности на воспроизводство	151
<b>Шевченко М.Н.</b> Товарная составляющая денежного обращения	156
<b>БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И КОНТРОЛЬ</b>	
<b>Бессарабов В.О., Абдалян Л.Н.</b> Человеческий капитал и особенности его отражения в системе бухгалтерского учета	163

## CONTENT

<b>USINESS, MANAGEMENT, MARKETING</b>	
<b>Azaryan H.M., Levchenko V.O.</b> Prospects for the implementation of marketing innovative technologies in the activities of enterprises	8
<b>Antsirova E.A.</b> Methodological tools for strategic management of marketing risks of a trading company	15
<b>Bondarenko I.S.</b> Foreign and mutual trade of the EAEU regional integration group: analysis of structure and dynamics	28
<b>Belyavtsev Yu.M.</b> The formation of the mechanism of resource saving enterprises in a marketing orientation	40
<b>Yakovleva Yu.K., Denisenko I.A.</b> The concept of development of rural households in the conditions of socio-economic development of the economic complex	51
<b>Malygina V.D., Goncharova T.V.</b> Socio-technical-technological concept of information-communication system of municipal services	62
<b>Grechina I.V., Tishaeva V.D.</b> The essence of the economic potential of entrepreneurial structures	75
<b>Emelyanova I.F.</b> Competitiveness of an enterprise as an economic category	82
<b>Likhodedova T.V.</b> Key determinants of the implementation of intellectual resources based on a system-dynamic model	91
<b>Petenko I.V., Petenko A.V.</b> Marketing concept of modernization of the field of continuing education	99
<b>Rodionov A.V.</b> Ways to assess the mechanism of influence of the individual on the effective personnel management of the enterprise and its organizational culture	109
<b>Tisunova V.N.</b> Assessment of the effectiveness of intellectual property management of an enterprise	114
<b>Ulyanitskaya O.V., Kostenko M.N., Pototen O.A.</b> Features of assessing the state of the security system of the food complex of the national economy	120
<b>Fomina M.V.</b> Corruption-shadow relations how factor report economic health	129

<b>ECONOMICS OF TRADE AND SERVICES</b>	
<b>Петрушевский Ю.Л.</b> Непрерывное профессиональное образование в Донецкой Народной Республике: состояние и перспективы развития	136
<b>FINANCES AND INVESTMENTS</b>	
<b>Omelyanovich M.Yu.</b> Guidelines for State Financial Policies: Overcoming Poverty	142
<b>Salita S.V.</b> The effect of purchasing power on reproduction	151
<b>Shevchenko M.N.</b> Commodity component of money circulation	156
<b>ACCOUNTING, ANALYSIS AND CONTROL</b>	
<b>Bessarabov V.O., Abdalyan L.N.</b> Human capital and features of its reflection in the accounting system	163

**ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ  
ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ  
ПРЕДПРИЯТИЙ**

**Е.М. Азарян, д-р экон. наук,  
проф.,  
В.О. Левченко, канд. экон. наук**

ГО ВПО «Донецкий национальный  
университет экономики и торговли имени  
Михаила Туган-Барановского», г.Донецк,  
ДНР, e-mail: [marketolosooo@gmail.com](mailto:marketolosooo@gmail.com)

**PROSPECTS FOR THE INTRODUCTION OF MARKETING  
INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE ACTIVITIES OF  
ENTERPRISES**

**Azaryan H.M., Doctor of  
Economics. Sciences, Prof.,  
V.O. Levchenko, Candidate of  
Economics, Associate Prof.**

SO HPE «Donetsk National University of  
Economics and Trade named after Mykhayilo  
Tugan-Baranovsky», Donetsk, DPR,  
e-mail: [marketolosooo@gmail.com](mailto:marketolosooo@gmail.com)

**Реферат**

**Цель.** Цель статьи состоит в систематизации технологий инноваций маркетинга предприятий с целью внедрения в деятельность для повышения инновационной активности и конкурентоспособности в целом.

**Методика.** В процессе исследования использованы: общенаучные методы: теоретического обобщения и сравнения, анализа и синтеза, методы индукции, дедукции на основе диалектического, системного и комплексного подходов.

**Результаты.** На основании обобщения современных технологий маркетинговых инноваций установлено, что нововведением являются усовершенствованные методы, инструменты, механизмы по изменению дизайна, подаче и представлении новинок потребителям, изменении в системе обслуживания, продаж и сбыта, формированию новых стратегий сбыта и стимулирования сбыта. Экономически развитые страны развиваются в этом плане более стремительно и успевают занимать всё новые ниши. Это порождает отставание в технологической сфере от мировых тенденций.

**Научная новизна.** Обобщена информация о современных новаторских подходах применения маркетинговых инновационных технологий, которые основываются на желании предприятия непрерывно производить



качественный и улучшенный продукт с помощью использования новейших методов в сфере привлечения клиентов.

**Практическая значимость.** Полученные результаты направлены на ускорение внедрения маркетинговых инновационных технологий в деятельность предприятий Донецкой Народной Республики на основе использования платформы цифрового маркетинга.

**Ключевые слова:** *инновации, маркетинг, инновационная структура маркетинга, цифровой маркетинг.*

**Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами.** Внедрение маркетинговых инновационных технологий актуально при условиях существования сильной рыночной конкуренции, где каждая из компаний пытается захватывать рынок и благоприятные сегменты для продажи товаров и услуг. С учетом необходимости инвестиционно-инновационного развития региона с особым статусом, направления диверсификации отраслевой структуры экономики этот вопрос актуален для предприятий Донецкой Народной Республики. Поэтому, использование инновационных маркетинговых технологий в деятельности предприятий - эффективный и нужный рыночный инструмент, который поможет высоким темпам развития и повышения конкурентоспособности организаций, а также повышению эффективности экономики Республики в целом. Всего этого невозможно достичь без внедрения новых технологий маркетинга на рынке товаров или услуг.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Проблемы внедрения и использования маркетинговых инновационных технологий рассматривались в трудах Ергуновой О. Т., Цапулиной Ф. Х., Корокошко Ю. В., Армашовой-Тельник Г. С., Канавцева М. В., Сердитова В. А. [1-3] и др.

Ежегодно появляется целый поток разнообразной и новой продукции на рынке. Стремительно меняется технология производства, дизайн, сервис обслуживания; производители стремятся угодить своим клиентам, пытаются произвести товар, отвечающий всем запросам. Новые потребности и сходство между конкурирующими брендами заставляют маркетологов искать пути продвижения продукции и привлечения потребителей. Современных потребителей уже сложно удивить традиционными маркетинговыми уловками: акциями, упаковкой, скидками, стандартной подачей. На смену ему приходит более продвинутый инновационный маркетинг.

**Изложение основного материала исследования.** Генезис инновационной концепции маркетинга связан с появлением новых видов маркетинга, формирующих новаторские подходы к деятельности на рынке. Инновационный маркетинг основывается на желании предприятия непрерывно производить качественный и улучшенный продукт с помощью использования новейших методов в сфере привлечению клиентов. Такой

маркетинг основывается на использовании оригинальных идей в отношении создания товаров, услуг и технологических разработок. Инновационный маркетинг повсеместно предусматривает трансформацию не только самого товара, но и инструментов, механизмов привлечения потенциальных клиентов.

Исключительно благодаря новым технологиям предприятия Донецкой Народной Республики будут развиваться, разрабатывая новейшие продукты, не имеющих ранее аналогов на рынке. Тем самым максимизировав свою прибыль, привлечением все большего количества покупателей и потребителей их продукта и наиболее полного удовлетворения их потребностей.

Причины, лежащие в основе применения инновационного маркетинга предприятиями:

- «одноразовые» товары, предназначенные для длительного пользования, так как порой товар требует дополнительного вложения, к примеру, ремонт товара, который может, обойдись вам дороже, чем покупка нового;

- увеличение вариативности местных брендов и марок, что в условиях сильной конкуренции приводит к уменьшению конкурентов в результате роста входных барьеров. Колоссальное влияние на потребителей, несомненно, оказывает бренд. Доля людей, предпочитающих приобретать одежду от известного и качественного бренда, составляет 50,8%, другая доля 45,9% ориентируется не только на сам бренд, но и на фасон, и 3% приходится на людей, предпочитающих покупать вещи именно иностранных дизайнеров;

- количество посредников, распределяющих товары и услуги.

Ключевым моментом инновационного маркетинга, в первую очередь, при распространении стратегии внедрения новинок, является поиск сфер применения данного ноу-хау. Создание новых технологий в маркетинге, а далее и их применение достаточно комплексно усложненный процесс, включающий в себя brainstorm (метод мозгового штурма), benchmarking (эталонное тестирование), широкий поиск внутри отрасли, анализ бизнес-систем и структур в перспективных отраслях, включая вопросы венчурного инвестирования [4]. Первоочередно необходимо провести исследование новинок уже присутствующих на рынке и опираясь на эти данные выявить по каким критериям, особенностям они пользуются спросом и интересом у целевой аудитории. Определение динамики потребления и спроса на инновации является основным показателем, включающим в себя: а) анализ сегментов; б) диагностика структуры предложения и спроса; в) дифференциация предпочтений; г) brainstorm и анализ трендов. Повышение вероятности коммерческого успеха напрямую зависит от процесса создания новинки, сопровождающийся интенсивными исследованиями и тестированиями. Известны такие виды тестирования новинок [6]:

- conceptual testing используется для проверки идеи
- life-checking продукта пользователями (бета-тест);
- market testing (демо-маркетинг).

Этапы тестирования часто не используются фирмами, что в свою очередь приводит к неизбежному отсутствию спроса, связанного с некоторыми дефектами, которых могли быть выявлены при использовании бета-маркетинга, что позволяет снизить коммерческие риски, и помогает изучить мнение о товаре.

Нововведением в маркетинге являются усовершенствованные методы, инструменты, механизмы, которые включают в себя изменение дизайна, подачу и представление новинок потребителям, изменение в системе обслуживания, продаж и сбыта, формирование новых ценовых стратегий.

Виды инновационных стратегий, применяемых в маркетинге:

а) новые пути ведения бизнеса – i-Analytics - программа введения умного бизнеса, информационные технологии на автотранспорте «умный транспорт», buzz-маркетинг;

б) создание новаторских товаров или услуг - новый дисплей iPhone XR — самый продвинутый ЖК-дисплей телефона в мире. Инновационные технологии подсветки позволили создать компании дисплей, закруглённый по углам и занимающий всю переднюю панель. Теперь реалистичные цвета заполняют её целиком;

с) применение новых приемов продвижения продуктов - разработка дизайн-концепции, использование необычных технологий для подачи товаров. В сети ресторанов в Сингапуре производители стали использовать дроны в качестве официантов, которые на летающем подносе транспортируют еду прямо к клиенту.

Также актуально использование платформы цифрового маркетинга. Использование обеспечения BigData формирует и выстраивает структуру данных в больших объемах и повышает эффективность обработки, используя масштабированное программное обеспечение, заменяющее обычные инструменты способные использовать менеджмент задач уровня Business Intelligence.

Не менее важным является интернет Конверсия - показатель целевых действий по отношению к общему числу посетителей за определенный промежуток времени. Существует интернет-ресурс, на который заходят множество потенциальных покупателей с разными целями. Очевидно, не все эти люди совершат какое-либо целевое действие. Для успешной конверсии очень важно определить потребности на каждом этапе и предоставить ему соответствующее предложение. Этапы конверсии: обнаружение проблемы и поиск решения, осведомленность, активный поиск, выбор, покупка. Уникальные торговые предложения, несомненно, помогут в достижении цели эффективной конверсии [2].

CRM (Customer Relationship Management)-информационная технология будущего, которая способна автоматически корректировать рабочий процесс; оценить насколько эффективен бизнес-процесс; автоматизирует взаимодействие с клиентами; используется для повышения уровня продаж компании. Более того, продуктивно оперирует массивами информации, поступающими из различных источников, плюс происходит синхронизация данных, состоящая из социальных сигналов, частоты связи, всесторонней поддержки и аналитики.

Еще одним изобретением, которое трудно не заметить стало-SEO (Search Engine Optimization) - поисковая оптимизация. Появляется отсутствие в необходимости адаптироваться под поисковую систему, подбирая важные ключевые слова, производит оптимизации поисковых запросов, вследствие их результатов, также включает грамотное написание и оформление текста, настройка изображений, качественную информацию. Также устраняет внутренние ошибки на сайте, скорость загрузки, регулирование спама и лишних ссылок.

Прорывом в сфере инноваций стало использование искусственного интеллекта. Существует целый список машин выполняющих задачи в отделах продаж и на сайтах. На данный момент искусственный интеллект не в состоянии полностью самостоятельно выполнять полный объем задач, выполняемый человеком, на это еще уйдут многие годы

Убеждения, связанные с искусственным интеллектом (ИИ): ИИ доверяют алгоритмические действия, интуиция играет важную роль в принятии решения, искусственный интеллект на это не способен; существует ряд неоправданных расходов и издержек; только транснациональным корпорациям могут себе позволить использование ИИ, в финансовом плане это очень дорогостоящий ресурс.

Довольно таки поражающей новинкой является применение в маркетинге средств дополнительной реальности. Можно рассмотреть, как пример VR-очки, перемещающие человека в другую реальность. С помощью данного ноу-хау клиент оценивает продукт, не нуждаясь в реальном посещении или чтении отзывов и характеристик. Находясь в комфортной домашней обстановке человек получает видео с обзором в 360 градусов, с ощущением полного присутствия. Торговые гиганты могут позволить себе использование виртуальной реальности на базе Matterport, избавляющий от издержек реального посещения торговых палат и не только.

Также можно отметить повсеместное внедрение онлайн-консультантов. Примерами могут служить платформы Customer Messaging Support и Conversational Marketing Platform, что улучшает качество работы с клиентами. Account-Based Marketing (ABM) производит такую услугу, как персонализация сообщений, берущее во внимание все предпочтения и увлечения клиента. Ресурсы Adobe и Optimisely отбирают рекламу в

социальных сетях для конкретного потребителя в особом формате контента [4]. Также сейчас зачастую используется мессенджер в качестве средства коммуникации.

Более того, персонализированность развивается с помощью внедрения чат-ботов, что позволяет непрерывно осуществлять продажи, снижая, в свою очередь, издержки. Разновидности чат-ботов, классифицируемые по их функциям: бот-консультант, бот-поддержки, бот-визитка и другие.

Блокчейн, наверняка, один из самых заметных прогрессивных инноваций двадцать первого века, система, состоящая из блока данных, которые соединены одной сетью, способна хранить, защищать и распознавать информацию. Основные особенности блокчейна:

- возможность повысить эффективность работы компании;
- обеспечение оптимального показа рекламы и ее прозрачность;
- выбор нужного продукта для конкретного человека;
- создание усовершенствованной программы лояльности для покупателей;
- расчет потребителей за кооперацию с контентом.

Предприятия в силу своих возможностей могут внедрять все технологии одновременно или постепенно одну технологию за другой. Но их применение неизбежно. Для Донецкой Народной Республики очень важно быстро пройти кризисный путь и выйти на высокие показатели развития экономики, которые состоят из суммы достижений всех ее предприятий. Современные задачи внедрения инновационных технологий поставлены перед всеми отраслями, а именно перспективы внедрения [5]:

- инструментов «смешанной» стимулирующей политики, нацеленной на развитие нескольких компонентов инновационной системы;
- механизмов развития инновационного бизнеса и стимулирования инновационной активности населения;
- системы информационной поддержки инновационной деятельности;
- направлений государственно-частного партнерства в реализации совместных инновационных проектов;
- механизмов сотрудничества науки и производства, коммерциализации результатов научных исследований;
- направлений имплементации положительного опыта формирования стратегии инновационного развития Российской Федерации.

**Выводы и перспективы дальнейших исследований.** Развитие инновационных маркетинговых технологий имеет достаточно много препятствий. Главная проблема заключается в заторможенной реакции экономики на инновации. Зарубежные страны развиваются в этом плане более стремительно и успевают занимать всё новые ниши. Это порождает отставание экономики в технологической сфере от мировых тенденций.

Однако, в условиях развития сильной рыночной конкуренции предприятия, использующие технологии маркетинговых инноваций, идущие

в ногу со временем, будут конкурентоспособными, и предоставлять более качественные услуги при работе с покупателями. Однако, к сожалению, могут, не всегда инновации предприятия представляются возможными для всех потребителей (на рынке потребительских товаров), это связано с тем, что люди не всегда готовы пробовать новшества и, заменять привычки, так как они привыкли к традициям. Поэтому предприятия должны непременно брать во внимание психологический фактор их заказчиков.

### Список литературы

1. Ергунова О. Т., Цапулина Ф. Х. Маркетинг инноваций – новый вектор продвижения территорий. [Электронный ресурс]: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_28308317\\_79284951.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_28308317_79284951.pdf) (дата обращения: 03.04.20)
2. Корокошко Ю.В., Панькина О.А., Маркетинговые инновации и инструменты повышения конкурентоспособности предприятия // Успехи современной науки 2017, Том 3, №1 [Электронный ресурс]: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_28386255\\_68560922.PDF](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_28386255_68560922.PDF) (дата обращения: 23.03.20)
3. Г.С. Армашова-Тельник, М.В. Канавцев, В.А. Сердитов. Маркетинг инноваций как фактор роста результативности хозяйственной деятельности предприятия. [Электронный ресурс]: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_32737994\\_57071969.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_32737994_57071969.pdf) (дата обращения: 02.04.20)
4. Специалисты сервиса Автор24 Маркетинг инновационных технологий [Электронный ресурс]: URL: [https://spravochnik.ru/marketing/tehnologii\\_marketinga/marketing\\_innovacionnyh\\_tehnologiy/](https://spravochnik.ru/marketing/tehnologii_marketinga/marketing_innovacionnyh_tehnologiy/) (дата обращения: 14.12.19)
5. Рекомендации, принятые по итогам работы Круглого стола «Инновационное развитие экономики Донбасса: проблемы, перспективы, решения», проведенного ГУ «Институт Экономических Исследований» в рамках II Международного научного форума Донецкой Народной Республики «Инновационные перспективы Донбасса: инфраструктурное и социально-экономическое развитие» // Вестник института экономических исследований 2016, № 2. [Электронный ресурс]: <https://cyberleninka.ru/article/n/rekomendatsii-prinyatye-po-itogam-raboty-kruglogo-stola-innovatsionnoe-razvitie-ekonomiki-donbassa> (дата обращения: 23.03.20)
6. Kag Katumba by Marketing technology trends in 2019 [Электронный ресурс]: URL: <https://www.smartinsights.com/managing-digital-marketing/marketing-innovation/marketing-technology-trends-in-2019/> (дата обращения: 23.11.19)

## МЕТОДИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫМИ РИСКАМИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

**Е. А. Анциферова, аспирант**

ГО ВПО «Донецкий национальный  
университет экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского»,  
г. Донецк, ДНР,  
e-mail: [lana-antsiferova@mail.ru](mailto:lana-antsiferova@mail.ru)

## FORMATION OF THE MECHANISM OF REPRODUCTION OF FINANCIAL ENTERPRISES

**Е. А. Antsiferova, graduate student**

SO HPE «Donetsk National University of  
Economics and Trade named after Mykhayilo  
Tugan-Baranovsky», Donetsk, DPR,  
e-mail: [lana-antsiferova@mail.ru](mailto:lana-antsiferova@mail.ru)

### Реферат

**Цель.** Цель статьи состоит в разработке методического инструментария стратегического управления маркетинговыми рисками торгового предприятия.

**Методика.** В процессе исследования использованы: методы теоретического обобщения, научной абстракции, анализа, синтеза, сравнения, систематизации и обобщения, методы структурного и графического анализа, экспертный, интегральный методы, метод рандомизации.

**Результаты.** На основании проведенного исследования обосновано наличие тесной взаимосвязи между стратегическим управлением, в частности концепцией стратегических намерений, и риск-менеджментом. Сформирована модель взаимосвязи стратегических намерений торгового предприятия и маркетинговых рисков. Предложен авторский подход к определению сущности понятия «управление маркетинговыми рисками». Разработана интегрированная модель управления маркетинговыми рисками торгового предприятия, основными параметрами которой являются цель, потенциальные возможности, степень воздействия рискообразующих факторов, уровень маркетинговой рискозащищенности, множество параметров реализации реальных и потенциальных возможностей системы управления маркетинговыми рисками торгового предприятия. Предложен механизм обеспечения целевого уровня маркетинговой рискозащищенности торгового предприятия, практическая реализация которого позволяет

сократить размер стратегического интегральный разрыв между фактическим и целевым состоянием системы управления маркетинговыми рисками и обеспечить устойчивое стратегическое развитие торгового предприятия. Разработана алгоритмическая схема GAP-анализа системы управления маркетинговыми рисками торгового предприятия и обоснован методический инструментарий обоснования оптимальной стратегии управления ими.

**Научная новизна.** Разработанный методический инструментарий стратегического управления маркетинговыми рисками, в отличие от существующих, учитывает эффективность управления отдельными видами маркетинговых рисков (товарным, ценовым, коммуникационным, организационным, информационным, дистрибутивным конкурентным, сбытовым, ресурсным, компетентностным) и создает возможность идентификации величины интегрального «стратегического разрыва» между фактическим и желаемым состояниями системы управления маркетинговыми рисками.

**Практическая значимость.** Предложенный методический инструментарий стратегического управления маркетинговыми рисками, основывающийся на GAP-анализе, создает возможности для определения комплекса возможных управленческих решений относительно управления отдельными видами маркетинговых рисков на основе сокращения размера «локального стратегического разрыва», является информационной основой для определения оптимального вида стратегии управления маркетинговыми рисками из возможных стратегических альтернатив (агрессивной, защитной, консервативной, компромиссной и доминантной) в перспективном периоде.

**Ключевые слова.** *Маркетинговый риск, стратегические намерения, стратегический разрыв, GAP-анализ, система управления, маркетинговая рискозащищенность, стратегические альтернативы, стратегия.*

**Постановка проблемы в общем виде и связь с важнейшими научными или практическими задачами.** В трансформационных условиях развития экономики Донецкой Народной Республики все большее значение приобретают интегральные характеристики устойчивого функционирования и развития торговых предприятий. Руководители торговых предприятий, разрабатывая и реализуя маркетинговые стратегии, осознают значимость и серьезность принимаемых управленческих решений относительно идентификации, диагностики, предупреждения, а в случае наступления – нейтрализации риска, поскольку в ином случае возможность достижения целевых векторов стратегического развития минимизируется, снижается эффективность функционирования предприятия розничной торговли, происходит миграция ценности, снижается лояльность потребителей и происходит потеря конкурентных преимуществ. Вместе с тем, как достаточно лаконично утверждает А. Сливотски: «...риск – это еще и нестандартный, и вместе с тем весьма эффективный способ стимулирования активности и роста» [14]. Безусловно, практика деятельности многих



торговых предприятий подтверждает возможность извлечения из маркетинговых рисков возможностей.

Актуальность указанных аспектов обусловлена необходимостью эффективного управления маркетинговыми рисками, формирования современной модели управления маркетинговыми рисками предприятия, поскольку своевременное установление причин и практическая реализация действенных механизмов управления маркетинговыми рисками является залогом, как результативности маркетинговой деятельности, так и стабильности и устойчивости функционирования торгового предприятия в условиях сложной, динамичной, турбулентной и неопределенной среды.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Значительный вклад в развитие методологии управления маркетинговыми рисками торгового предприятия внесли такие отечественные и зарубежные ученые как: Р. Баззел, Д. Кокс, Р.Браун, Л.Балабанова, И. Зенкина [7], П. Друкер [6], Ф. Котлер, М. Новени, Д. Гэнстер, Б. Хартлен, Д. Кинг [8], Н. Колчиной [8], А. Кульман [9], В. Нестеровой, Н. Желтовой [11], Г. Минцберг, Б. Альстрэнд, Дж. Лэмпел [9], Л. Дробозиной [6], Ф. Найт [10], А. Сливотски Пономарева [13], М. Романовского, Г. Белоглазовой [14], А. Шеремет [16], И. Булеева, Н. Брюховецкой, С. Богачева [17]. Вместе с тем, в современной экономической литературе по вопросам маркетингового менеджмента недостаточно разработанными остаются вопросы обоснования методического инструментария оценки действующей системы управления маркетинговыми рисками, определения уровня ее развития, определения степени достижения целевых стратегических ориентиров стратегического управления маркетинговыми рисками. Это негативно влияет как на реализацию маркетинговой стратегии торгового предприятия, так и общую конкурентную стратегию его развития в условиях ограниченности маркетинговых ресурсов и повышения неопределенности, стохастичности изменения рискообразующих факторов и динамизма маркетинговой среды. Ситуация в сфере торговли в Донецкой Народной Республике постоянно усложняется и требует применения качественных методов маркетингового управления, усовершенствования методического инструментария управления маркетинговыми рисками.

**Формирование целей статьи (постановка задачи).** Разработка и обоснование методического инструментария стратегического управления маркетинговыми рисками торгового предприятия.

**Изложение основного материала исследования.** Доминантной основой формирования устойчивых конкурентных преимуществ торговых предприятий является, ориентация на удовлетворение потребностей потребителей, что характеризует способность и готовность торгового предприятия эффективно функционировать и определяет его коммерческий успех. Вместе с тем, процессы эффективного функционирования и развития торгового предприятия носят достаточно сложный характер, что обусловлено широким спектром маркетинговых рисков, влияющих на его деятельность.

Некоторые виды маркетинговых рисков являются достаточно простыми и обычно не учитываются менеджерами и руководителями торговых предприятий, однако могут оказывать прямое влияние на репутацию, имидж, финансовое состояние и эффективность деятельности торгового предприятия. К тому же, часть маркетинговых рисков носит скрытый характер. Следствием их проявления является снижение лояльности потребителя, что, соответственно, приводит к утрате конкурентных преимуществ торгового предприятия.

Значимость решения приобретает особой актуальности в условиях современного маркетингового пространства, в котором одновременно с развитием непосредственно маркетингового комплекса продвижения и сбыта товаров происходит изменение подходов к стратегическому управлению предприятием [11]. Это обусловлено тем, что современный потребитель выбирает уже не столько функцию, и даже не бренд, а те ощущения и впечатления, которые он получит от использования товара (услуги). Управление впечатлениями потребителей, в свою очередь, расширяет карту маркетинговых рисков торгового предприятия.

Указанные выше причины позволяют констатировать, что на современном этапе развития экономики Донецкой Народной Республики достижение торговым предприятием целевых стратегических векторов развития возможно только при условии формирования эффективной системы управления маркетинговыми рисками, практическая реализация которой будет способствовать не только обеспечению нивелирования негативного влияния маркетинговых рисков на деятельность торгового предприятия, контролирования рискованной ситуации, но и минимизации финансовых потерь, связанных с маркетинговыми рисками.

Проведенные нами теоретические исследования показали, что ряд ученых [3; 5; 6; 9; 12; 14] акцентируют внимание на взаимосвязи между стратегическим управлением, в частности, концепцией стратегических намерений, и риск-менеджментом.

Так, И. Ансофф, выделяя четыре стратегии роста в товарно-рыночной сетке, акцентировал внимание на возможности снижения маркетингового риска с помощью стратегий диверсификации [3, с. 183], П. Друкер подчеркивал, что единственная вещь, в которой мы можем быть уверены, это то, что «будущее неизбежно наступит, и оно будет другим в силу воздействия риска» [6, с. 237.]. В свою очередь, Г. Минцберг, рассматривая «десять школ мысли», указывал на наличие риска сопротивления в «школе дизайна» и риска группового мышления в «школе планирование» [9, с. 26]. Подчеркивая важность и необходимость стратегического управления маркетинговыми рисками Д. Кент выделил стадии данного процесса [Davis J.], а А. Сливозкий выделил семь типов стратегических рисков [14] - отрасль, технология, бренд, конкурент, клиент, проект, стагнация.

Фокусируя внимание на взаимосвязи стратегии и риска, Ф. Найт выделяет три группы маркетинговых рисков; рыночный (продуктовой

категории, риск объемов продаж, ценовой риск); частичный риск в стратегии (риск оценки целевого рынка, риск предложения, риск SWOT-анализа, риск уникальности, риск будущего); риски прибыли (связанные с вероятностью не получения ожидаемой маржи: риск источников прибыли, влияния конкурентов, дополнительных затрат, риск низкой внутренней маржи) [10].

Практический опыт деятельности торговых предприятий подтверждает тезис о том, не существует бизнеса без риска, учитывая тесную взаимосвязь стратегических намерений и маркетинговых рисков. Данная взаимосвязь наглядно представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Модель взаимосвязи стратегических намерений торгового предприятия и маркетинговых рисков (разработано авторами)

Согласно разработанной модели, в момент формирования миссии и стратегических целей развития торговое предприятие уже подсознательно закладывает в свою деятельность комплекс маркетинговых рисков, имеющих временные границы. Модель взаимосвязи «стратегические намерения – маркетинговые риски» демонстрирует, что принятие управленческих решений в плоскости стратегических намерений приводит к возникновению маркетинговых рисков и, наоборот, управление маркетинговыми рисками влияет на процесс достижения стратегических целей торговым предприятием.

Менеджмент маркетинговых рисков является не только ключевой доминантой процесса формирования стратегических намерений торгового предприятия, но и управления ими. Исходя из этого, основой для совершенствования процесса формирования стратегических намерений торгового предприятия, по нашему мнению, должна быть эффективная система управления маркетинговыми рисками, способствующая повышению уровня маркетинговой рискозащищенности торгового предприятия, и, как

результат, обеспечивающая достижение целевых стратегических векторов развития в реальном маркетинговом пространстве и повышение уровня маркетинговой безопасности торгового предприятия в целом.

Обобщение результатов проведенного исследования вопросов стратегического маркетингового управления [3, 5-14] позволило определить, что управление маркетинговыми рисками представляет собой научно-обоснованный план действий торгового предприятия, основанный на принятии эффективных маркетинговых решений относительно обеспечения высокого уровня маркетинговой рискозащищенности, позволяющий нивелировать угрозы недополучения прибыли в результате действия внешних и внутренних факторов, которые негативно влияют на процессы реализации продукции и ее продвижения на рынке, лояльность покупателей, а также достижение за счет этого намеченных стратегических целей и формирование устойчивых конкурентных преимуществ.

Основой для разработки решений по управлению маркетинговыми рисками в системе стратегического маркетингового управления является интегрированная модель, которая в формализованном виде может быть представлена следующим образом:

$$E_{SUMR}^{SO} = f(C_i, I_{S_i}, V_{S_i}, \Theta_i, \dots, P\{MC\}), \quad (1)$$

где,  $E_{SUMR}^{SO}$  – состояние системы управления маркетинговыми рисками торгового предприятия, характеризующаяся набором количественных и структурных (качественных) параметров их фрактальной структуры;

$C_i$  – основная цель системы управления маркетинговыми рисками в маркетинговом пространстве (максимально возможное удовлетворение потребностей потребителей);

$V_i$  – потенциальные возможности системы управления маркетинговыми рисками торгового предприятия (наличие маркетинговых ресурсов всех видов, маркетинговые способности, маркетинговые компетенции и перспективы их использования);

$I_{S_i}$  – степень (сила) воздействия рискообразующих факторов на систему управления маркетинговыми рисками торгового предприятия (нейтральная, слабая, умеренная, средняя, высокая, очень высокая) внешних факторов на стабильность системы управления маркетинговым потенциалом;

$\Theta_i$  – уровень маркетинговой рискозащищенности торгового предприятия (маркетинговые цели и задачи, организационная структура управления, маркетинговые технологии, маркетинговые ресурсы, маркетинговые способности, ключевые маркетинговые компетенции);

$P\{MC\}$  – множество параметров реализации реальных и потенциальных возможностей системы управления маркетинговыми рисками торгового предприятия.

Предложенная интегрированная модель позволяет представить в единой предметной плоскости количественные и качественные характеристики, определяющие состояние системы управления маркетинговыми рисками

торгового предприятия и позволяет согласовать исходные данные в единых оценочных индикаторах.

В свою очередь, достижение стратегических целей торгового предприятия зависит от его готовности к реализации определенных стратегических механизмов и фактического уровня маркетинговой рискозащищенности при осуществлении перехода от текущего состояния к желаемому, и, в основном, определяется стратегическим соответствием системы управления маркетинговыми рисками целевым ориентирам развития. Для определения данного стратегического соответствия может быть применена предложенная М. Ковени, Д. Генстером, Б. Хартленом и Д. Кингом «Концепция стратегического разрыва» [8]. Согласно данной концепции успех реализации разработанной стратегии управления маркетинговыми рисками в значительной степени зависит от размера разрыва между целевым стратегическим и фактически достигнутым уровнем маркетинговой рискозащищенности – «стратегического разрыва».

Неэффективность системы управления маркетинговыми рисками приводит к попаданию в «стратегический разрыв» (рис. 2), когда неопределенность при принятии управленческих маркетинговых решений стремится к максимуму, а система управления маркетинговыми рисками несбалансированная и близка к организационному «хаосу».

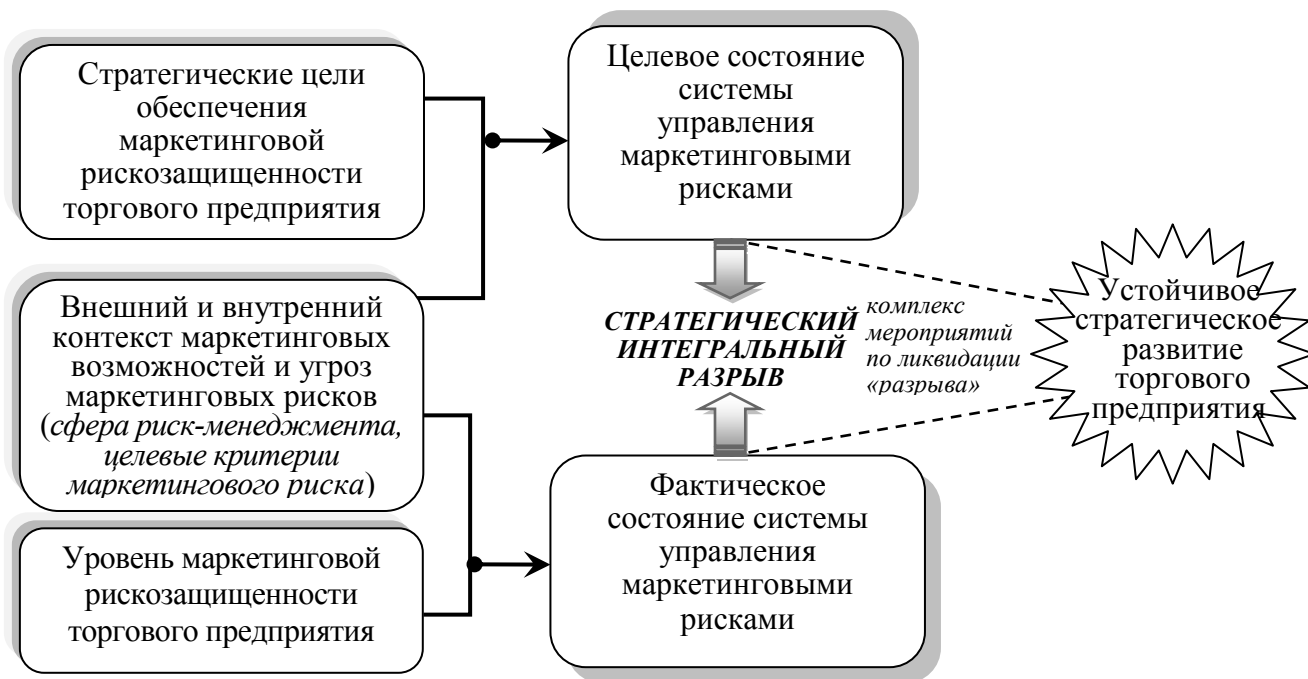


Рисунок 2 – Механизм обеспечения целевого уровня маркетинговой рискозащищенности торгового предприятия

В стратегическом планировании для оценки «стратегического разрыва» распространен метод GAP-анализа (анализ разрывов или анализ стратегических «люков»), представляющий собой комплексное аналитическое исследование, изучающее несоответствия, разрывы между

текущим состоянием и желаемым [1]. Использование данного анализа позволяет выделить проблемные зоны, препятствующие обеспечению высокого уровня маркетинговой рискозащищенности торгового предприятия.

Под «разрывом» в системе управления маркетинговыми рисками, согласно теории GAP-анализа [12; 13] следует понимать несоответствие реальных (текущих) возможностей системы управления маркетинговыми рисками желаемому (потенциальному или целевому) уровню маркетинговой рискозащищенности торгового предприятия. Цель GAP-анализа эффективности системы управления маркетинговыми рисками – выявить те маркетинговые ресурсы, способности, возможности и компетенции, которые позволят своевременно нейтрализовать широкий спектр маркетинговых рисков дестабилизирующих деятельность торгового предприятия.

Оценка «стратегического разрыва», согласно методики GAP-анализа, осуществляется согласно разработанной алгоритмической схеме (рис. 3):

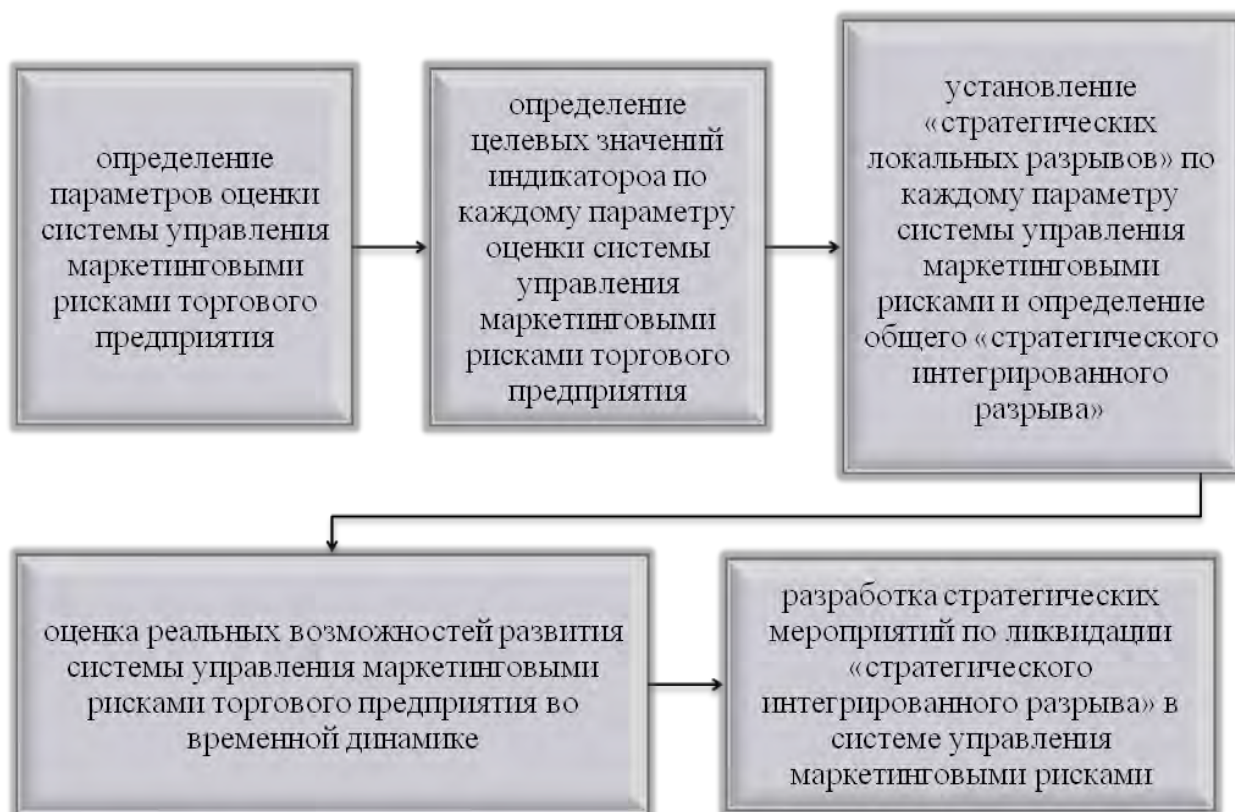


Рисунок 3 – Алгоритмическая схема GAP-анализа системы управления маркетинговыми рисками торгового предприятия (разработано авторами)

На следующем этапе формируется матрица стратегического разрыва (формула 2), элемент которой ( $k$ ) рассчитывается как разница между целевым (эталонным) значением ее параметров и их фактическим значением. Такой подход к оценке состояния системы управления маркетинговыми рисками учитывает управленческие аспекты: действующую политику управления маркетинговыми рисками ( $\Pi_{MR}^r$ ), уровень маркетинговой рискозащищенности

( $Z_{mr}^r$ ), результативность управления маркетинговыми рисками ( $I_{UMR}^R$ ), а также конгруэнтность взаимодействия с внешней маркетинговой средой ( $E^{MS}$ ). Все указанные элементы интегрированной модели в комплексе формируют информационный базис для обоснованного определения оптимальной стратегии управления маркетинговыми рисками торгового предприятия.

$$\kappa(\Delta E_{SUMR}^{SO}) = f \left( \begin{array}{l} \ell_{11}^{P_{mr}^r} - \varepsilon_{11}^{P_{mr}^r}, \ell_{12}^{Z_{mr}^r} - \varepsilon_{12}^{Z_{mr}^r}, \ell_{13}^{I_{UMR}^R} - \varepsilon_{13}^{S_{mp}^r}, \ell_{14}^{E_{MS}^r} - \varepsilon_{14}^{E_{MS}^r} \\ \ell_{21}^{P_{mr}^r} - \varepsilon_{21}^{P_{mr}^r}, \ell_{22}^{Z_{mr}^r} - \varepsilon_{22}^{Z_{mr}^r}, \ell_{23}^{I_{UMR}^R} - \varepsilon_{23}^{S_{mp}^r}, \ell_{24}^{E_{MS}^r} - \varepsilon_{24}^{E_{MS}^r} \\ \ell_{31}^{P_{mr}^r} - \varepsilon_{31}^{P_{mr}^r}, \ell_{32}^{Z_{mr}^r} - \varepsilon_{32}^{Z_{mr}^r}, \ell_{33}^{I_{UMR}^R} - \varepsilon_{33}^{S_{mp}^r}, \ell_{34}^{E_{MS}^r} - \varepsilon_{34}^{E_{MS}^r} \\ \ell_{...1}^{P_{mr}^r} - \varepsilon_{...1}^{P_{mr}^r}, \ell_{...2}^{Z_{mr}^r} - \varepsilon_{...2}^{Z_{mr}^r}, \ell_{...3}^{I_{UMR}^R} - \varepsilon_{...3}^{S_{mp}^r}, \ell_{...4}^{E_{MS}^r} - \varepsilon_{...4}^{E_{MS}^r} \\ \ell_{n1}^{P_{mr}^r} - \varepsilon_{n1}^{P_{mr}^r}, \ell_{n2}^{Z_{mr}^r} - \varepsilon_{n2}^{Z_{mr}^r}, \ell_{n3}^{I_{UMR}^R} - \varepsilon_{n3}^{S_{mp}^r}, \ell_{n4}^{E_{MS}^r} - \varepsilon_{n4}^{E_{MS}^r} \end{array} \right) \quad (2)$$

где,  $\kappa(\Delta E_{SUMR}^{SO})$  – размер «стратегического разрыва» системы управления маркетинговыми рисками торгового предприятия

$\ell_{ij}^k; \varepsilon_{ij}^K$  – соответственно, целевое (эталонное) и фактическое значение  $k$ -го элемента системы управления маркетинговыми рисками торгового предприятия;

$P_{MR}^r$  – действующая политика управления маркетинговыми рисками (стохастическая, интегрированная, конвергентная, диссипативная, проактивная);

$Z_{mr}^r$  – уровень маркетинговой рискозащищенности торгового предприятия (высокий, допустимый, средний, низкий, критический);

$I_{UMR}^R$  – результативность управления маркетинговыми рисками (высокая, достаточно высокая, средняя, низкая, очень низкая),

$E^{MS}$  – конгруэнтность (от [лат.](#) «congruens» «-ntis» – соразмерный, соответствующий, согласованный, соответствующий) взаимодействия с внешней маркетинговой средой (1-5 конгруэнтные классы)

Интегральная оценка действующей системы управления маркетинговыми рисками торгового предприятия осуществляется на основе интегрирования локальных оценок ее детерминированных параметров по формуле:

$$R_j = \sum_{k=1}^n \alpha_k [1 - \tau_{ок}]^{-1} \quad (3)$$

где  $R_j$  – интегральная оценка действующей системы управления маркетинговыми рисками  $i$ -го торгового предприятия, коэф.;

$\tau_{or}$  – стандартизированное значение  $k$ -го детерминированного параметра системы управления маркетинговыми рисками  $i$ -го торгового предприятия, коэф.:

$$\tau_{ok} = \frac{O\pi_i - O\pi_{\min}}{O\pi_{\max} - O\pi_{\min}} \quad (4)$$

где,  $\gamma_i$  – фактическое значения  $i$ -го индикатора оценки  $k$ -го детерминированного параметра системы управления маркетинговыми рисками  $i$ -го торгового предприятия в  $k$ -м периоде, коэф.;

$O\pi_{\max}$ ,  $O\pi_{\min}$  – соответственно максимальное и минимальное значение  $i$ -го индикатора оценки  $k$ -го детерминированного параметра системы управления маркетинговыми рисками  $i$ -го торгового предприятия в  $k$ -м периоде, коэф.

$\alpha_k$  – значимость  $k$ -го детерминированного параметра системы управления маркетинговыми рисками  $i$ -го торгового предприятия ( $\sum_{k=1}^n \alpha_k = 1$ );

Определение значения коэффициентов значимости каждой группы параметров оценки параметра системы управления маркетинговыми рисками осуществлялось на основе метода рандомизации [4], сущность которого заключается в том, что определение значимости  $k$ -го детерминированного параметра может принимать только конечное множество возможных значений:

$$\alpha_k \in F_L = \langle 0, 1/L, \dots, L-1/L, 1 \rangle \quad (4)$$

где,  $\alpha_k$  – коэффициент значимости  $k$ -го детерминированного параметра системы управления маркетинговыми рисками  $i$ -го торгового предприятия;

$L$  – определенное натуральное число ( $L > m$ );

$m$  – количество индикаторов оценки  $k$ -го детерминированного параметра системы управления маркетинговыми рисками  $i$ -го торгового предприятия.

Согласно условий практического использования метода рандомизации, общее количество  $K$  возможных реализаций  $m$ -мерного случайного вектора составляет:  $R = (L + m - 1)$ . Считается, что вектор рангов подчинен распределению Дирихле (...). Подстановки рендомизованного вектора весовых коэффициентов вместо детерминированного позволяет получить рендомизований обобщенный комплексный коэффициент, который можно интерпретировать как «числовое изображение  $n$  - информации» и объединить информацию отдельных свойств показателей с нечисловой информацией о значимости отдельных индикаторов оценки  $k$ -го детерминированного параметра системы управления маркетинговыми рисками.

По результатам расчетов формируется матрица «локальных стратегических разрывов» в системе управления маркетинговыми рисками (табл. 1).

Позиционирование маркетинговых рисков в поле матрицы позволяет определить приоритетные стратегические направления управления



отдельными видами маркетинговых рисков исходя из рассчитанного уровня локального стратегического разрыва по каждому из них.

Согласно предложенного подхода, разрабатывается программа стратегических маркетинговых мероприятий по ликвидации «стратегических локальных разрывов» в системе управления маркетинговыми рисками (рис. 4).

Таблица 1 - Макет матрицы определения локальных стратегических разрывов» в системе управления маркетинговыми рисками торгового предприятия

Вид маркетингового риска	Код группы маркетингового риска	Уровень локального стратегического GAP-разрыва по <i>i</i> -му виду маркетингового риска*, %					
		<15%	16%-30%	31%-45%	46%-60%	61%-80%	>81%
товарный	$MR^I$	<i>H</i>	<i>D</i>	<i>F</i>	<i>Π</i>	<i>V</i>	<i>X</i>
ценовой	$MR^{II}$						
конкурентный	$MR^K$						
организационный	$MR^O$						
коммуникационный	$MR^L$						
дистрибутивный	$MR^D$						
сбытовой	$MR^C$						
информационный	$MR^I$						
ресурсный	$MR^K$						
компетентносный	$MR^P$						

\*Уровни стратегического локального разрыва по *i*-му виду маркетингового риска

*H* – незначительный; *D* – допустимый; *F* – существенный; *Π* – предельный; *V* – высокий; *X* – критический

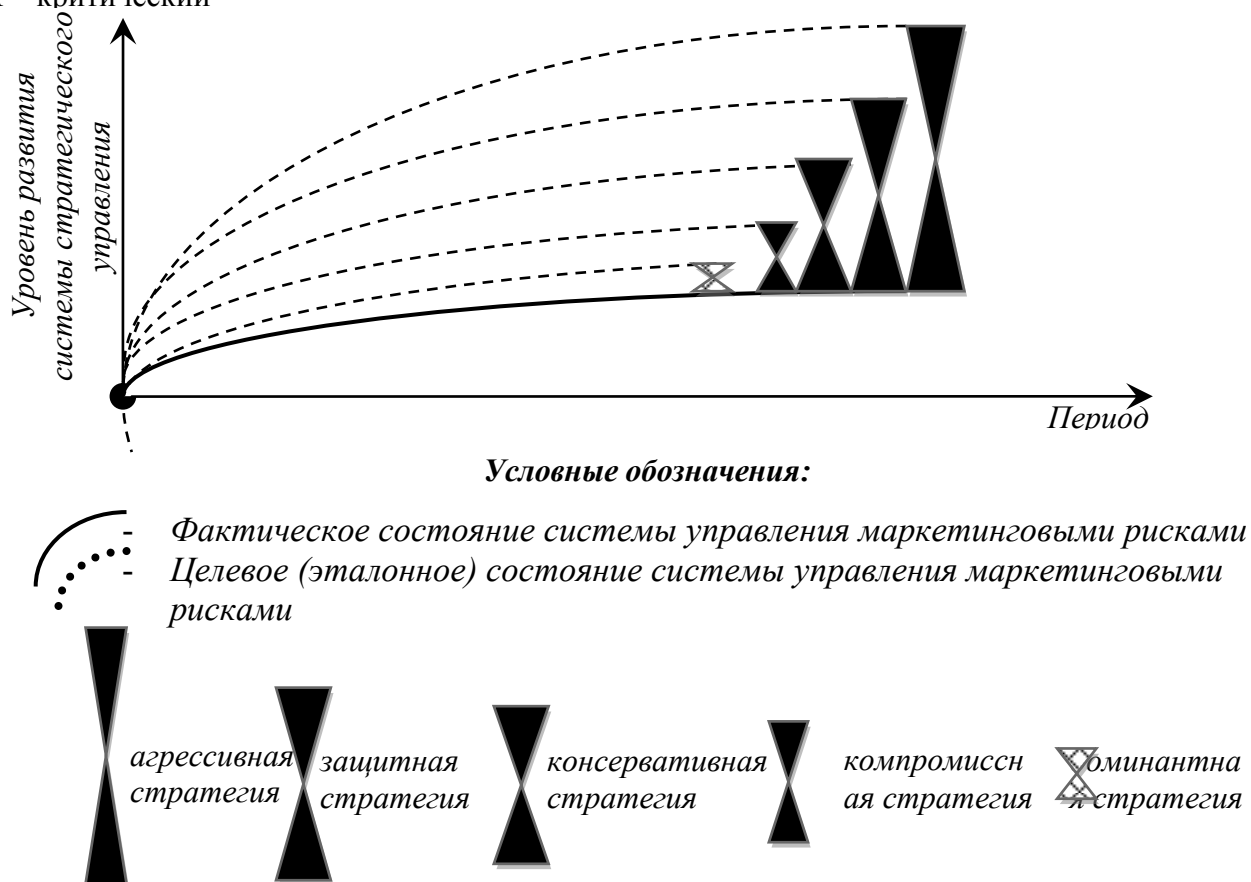


Рисунок 4 – Альтернативные стратегии управления маркетинговыми рисками на основе концепции «стратегических разрывов»

При этом учитывается следующее условие: чем выше уровень «стратегического локального разрыва» по  $i$ -му виду маркетингового риска (соответственно «Н» – незначительный; «D» – допустимый; «F» – существенный; «П» – предельный; «V» – высокий; «X» – критический), тем приоритетней является решение проблемы по его нейтрализации с целью недопущения затрат от последствий влияния.

Согласно предложенного подхода, направленность стратегических мероприятий по реализации данной программы определяется стратегией управления маркетинговыми рисками, вид которой определяется в зависимости от размера интегрального «стратегического разрыва».

Определение стратегического разрыва в перспективе требует его ликвидации. Для выбора стратегии управления маркетинговыми рисками, в торговом предприятии разрабатывается комплекс альтернативных стратегий управления маркетинговыми рисками, оптимальность выбора которой определяется значением интегрального стратегического разрыва между фактическим и эталонным состояниями системы управления маркетинговым риском.

**Выводы и перспективы дальнейших исследований в представленном направлении.** В результате проведенного научного исследования аргументировано, что управление маркетинговыми рисками представляет собой научно-обоснованный план действий торгового предприятия, основанный на принятии эффективных маркетинговых решений относительно обеспечения высокого уровня маркетинговой рискозащищенности, позволяющий нивелировать угрозой недополучения прибыли в результате действия внешних и внутренних факторов, которые негативно влияют на процессы реализации продукции и ее продвижения на рынке и лояльность покупателей и достижения за счет этого намеченных стратегических целей и формирования устойчивых конкурентных преимуществ. С целью определения целевых стратегических альтернатив управления маркетинговыми рисками использован GAP-анализ разработан методический инструментарий позволяющий идентифицировать уровень воздействия отдельных видов маркетинговых рисков (товарного, ценового, коммуникационного, организационного, информационного, дистрибутивного, конкурентного, сбытового, ресурсного, компетентностного) на деятельность торгового предприятия. Практическая реализация предложенного подхода позволяет определить действенные управленческие инициативы по преодолению локальных стратегических разрывов по каждому виду маркетинговых рисков и выбрать оптимальный вид стратегии управления маркетинговыми рисками (агрессивной, защитной, консервативной, компромиссной и доминантной).

## Список литературы

1. Антасюк В.И. Анализ применения метода GAP – анализа в исследованиях // Гуманитарные научные исследования. – 2015. – № 6(2). – Режим доступа : <http://human.snauka.ru/2015/06/11934> (дата обращения: 26.10.2019).
2. Алексеева И.В. Теоретические и практические аспекты использования аналитических процедур в стратегическом аудите разрывов / И.В. Алексеева. РГЭУ РИНХ : Ростов-на-Дону. – 2009. – Режим доступа: [http://science-bsea.narod.ru/2009/ekonom\\_2009/alekseeva\\_teor.htm](http://science-bsea.narod.ru/2009/ekonom_2009/alekseeva_teor.htm) (дата обращения: 08.10.2019).
3. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф ; Пер. с англ. – СПб.: Питер Ком, 1999. – 416 с.
4. Волков В.В. Применение метода рандомизированных вероятностей для оценки состояний финансово-экономической среды / В.В. Волков // Проблемы современной экономики. – 2009. – №2(30) . – Режим доступа : <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=2594> (дата обращения: 16.10.2019).
5. Друкер П. Классические работы по менеджменту / П. Друкер. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2008. – С. 220.
6. Друкер П.Ф. Практика Менеджмента. – М.: «Вильямс», 2008. – 400 с.
7. Зенкина И.В. Анализ стратегических разрывов как инструмент стратегического анализа и потенциал его применения в стратегическом управлении организацией / И.В. Зенкина. – Аудит и финансовый анализ. – 2012. – № 4. – С. 107–112.
8. Ковени М. Стратегический разрыв: Технология воплощения корпоративной стратегии в жизнь / М. Новени, Д. Гэнстер, Б. Хартлен, Д. Кинг: Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2013. – 284 с.
9. Минцберг Г. Школы стратегий / Г. Минцберг, Б. Альстрэнд, Дж. Лэмпел. – СПб. : Питер, 2002. – 336 с.
10. Найт Ф. Риск, неопределенность и прибыль / Ф. Найт. – М. : Дело, 2003. – 128 с.
11. Осокин В.М. Вызовы экономики впечатлений и стратегическое управление продуктом / В.М. Осокин // Сервис в России и за рубежом. – 2013. – №9 (47). – Режим доступа: <https://readera.org/vyzovy-jekonomiki-vpechatlenij-i-strategicheskoe-upravlenie-produktom-14057745> (дата обращения: 04.11.2019).
12. Davis J. Sherman Kent's final thoughts on analysis policy maker relations / J. Davis // The Sherman Kent Center for Intelligence Analysis. Occasional Papers, 2003. – Vol. 2. – No 3. – Pp. 43–44.
13. Davis R., Misr S., Stuart van Auken. A Gap Analysis Approach to Marketing Curriculum Assessment: A Study of Skills and Knowledge / Journal of Marketing Education December. – 2002. – № 24. – P: 218-224.
14. Slywotzky A. Turning Strategic Risk into Growth Opportunities / A. Slywotzky // Harvard Business Review. — 2008. — Sep 15. — Pp. 78–88. –

Режим доступа: [https://www.cfin.ru/finanalysis/risk/threats\\_into\\_growth.shtml](https://www.cfin.ru/finanalysis/risk/threats_into_growth.shtml)  
(дата обращения: 20.10.2019).

УДК 339.56

**ВНЕШНЯЯ И ВЗАИМНАЯ ТОРГОВЛЯ  
РЕГИОНАЛЬНОЙ ИНТЕГРАЦИОННОЙ ГРУППИРОВКИ ЕАЭС:  
АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ И ДИНАМИКИ**

**И.С. Бондаренко,**  
канд. экон. наук

ГО ВПО «Донецкий национальный  
университет экономики и торговли имени  
Михаила Туган-Барановского», г. Донецк,  
ДНР, e-mail: [bondarenkois@yandex.ru](mailto:bondarenkois@yandex.ru)

**FOREIGN AND MUTUAL TRADE  
OF THE REGIONAL INTEGRATION GROUP OF THE EAEU:  
ANALYSIS OF THE STRUCTURE AND DYNAMICS**

**I.S. Bondarenko,**  
Candidate of Economics

SO HPE «Donetsk National University of  
Economics and Trade named after Mykhayil  
Tugan-Baranovsky», Donetsk, DPR,  
e-mail: [bondarenkois@yandex.ru](mailto:bondarenkois@yandex.ru)

**Реферат**

**Цель.** Целью статьи является анализ структуры и динамики внешней и взаимной торговли Евразийского экономического союза (ЕАЭС) и выявление на основании результатов, полученных в ходе его проведения, перспективных направлений развития торговых связей союза.

**Методика.** В процессе исследования использованы общенаучные методы, статистические, в частности, корреляционно-регрессионных анализ (при определении зависимости экономик стран ЕАЭС от их внешнеторговой деятельности).

**Результаты.** Проведен анализ структуры и динамики внешней и взаимной торговли регионального интеграционного объединения Евразийский экономический союз. На основании результатов, полученных в ходе проведенного анализа, выявлены перспективные направления развития торговых связей союза. Авторами подтверждается вывод о том, что за период

существования ЕАЭС созданы условия для стимулирования внешнеторговой деятельности и развития национальных экономик стран-участниц объединения. Кроме того, авторами обобщены отдельные проблемы торгового сотрудничества и развития экономических отношений.

**Научная новизна.** В результате проведения анализа структуры и динамики внешней и взаимной торговли регионального интеграционного объединения Евразийский экономический союз были установлены перспективные направления развития торговых связей союза.

**Практическая значимость.** Полученные результаты направлены на формирование эффективной торговой политики стран-членов ЕАЭС.

**Ключевые слова:** экспорт, импорт, товарная структура, географическая структура, региональные интеграционные объединения, Евразийский экономический союз, Российская Федерация.

**Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами.** В современных условиях ни одна из стран мира не может позволить себе остаться в стороне от мировых глобализационных процессов, которые оказывают самое разнообразное влияние на экономику страны. Российская Федерация также не является исключением.

ЕАЭС имеет особое значение для Российской Федерации, поскольку в его состав входят постсоветские государства, с которыми у нее сохранились производственные, экономические и культурные взаимоотношения. Хотя на ЕАЭС приходится менее 10% внешней торговли Российской Федерации, он является наиболее тесным и институционально организованным экономическим образованием. В целом можно констатировать, что наряду с определенными достижениями, которые добился ЕАЭС за небольшой период своего функционирования, все острее стали проявляться серьезные вызовы для его развития. Сложившаяся ситуация заставляет говорить о необходимости модернизации стратегии развития ЕАЭС, одним из перспективных направлений которой должно стать ускорение и развитие внешнеторговой деятельности.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Значительный вклад в теоретическое осмысление, изучение и анализ деятельности регионального интеграционного объединения ЕАЭС внесли А.Д. Азмуханова, В.И. Алифиров, Е.Ю. Винокуров, Р.М. Губенко, М.В. Демиденко, Н.С. Зиядуллаев, Т.В. Игнатовская, Д.А. Коршунов, М.Н. Макаревский, Э.Ю. Михайлова, А.Э. Мордвинова, А.А. Новицкий, В.С. Перебоев, В.А. Рудомино, Н.Н. Сабиров, Д.Т. Саргсян, К.В. Тархова, Н.Е. Филимонова, Б.А. Хейфец, Е.С. Хмаренко и др.

**Изложение основного материала исследования.** Одним из наиболее показательных индикаторов состояния внешнеэкономического сотрудничества интеграционной группировки является совместная внешнеторговая деятельность, свидетельствующая о тесноте и интенсивности экономического общения между странами-членами организации, а также о направленности единой экономической политики в отношении стран третьего мира.

Объем взаимной торговли товарами в пределах ЕАЭС исчислен как сумма стоимостных объемов экспортных операций государств – членов. Данные о состоянии взаимной торговли между странами-участницами ЕАЭС за исследуемый интервал представлены в таблице 1 и на рисунке 1:

Таблица 1 – Объемы торговых (экспортных) операций между странами – членами ЕАЭС (ЕЭП) за 2012 - 2018 гг., млн. долл. США

Страна	2013	2014	2015	Темп роста %	2016	Темп роста %	2017	Темп роста %	2018	Темп роста %
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Россия	40574	36017	28821	80	26554	92,1	34685,5	130,6	38679,9	111,5
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Беларусь	17698	16224	11008	67,8	11255	102,2	13651,1	121,3	13891,8	101,8
Казахстан	5864	5207	5120	98,3	3918	76,5	5262,6	134,3	5892,0	112,0
Армения	-	-	256	-	392	153	557,2	142,1	689,0	120,7
Кыргызстан	-	-	399,8	-	418	104,4	541,5	129,5	568,4	105,0
ЕАЭС (ЕЭП)	64136	57448	45605	79,4	42536	93,3	54697,9	128,6	59700,0	109,2

\* Составлено автором на основе данных [1 - 5].

Исходя из представленной информации о взаимной торговле необходимо установить взаимосвязь ценовых и макроэкономических факторов с происходящими изменениями в 2017-2018 гг.

#### 1. Глобальный фактор:

Эксперты большинства международных организация сообщают об оживлении в 2017 г. международной экономики и торговли и прогнозируют рост глобального ВВП. По оценке Евразийской экономической комиссии, прирост мировой экономики в 2017 г. составил 3,1% - 3,5%. Эксперты Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) устанавливают прирост глобального ВВП на уровне 3,5%, МВФ – 3,4%, а Всемирного банка – 2,7% [6].

#### 2. Ценовой фактор и фактор валового спроса:

Изменение мировых цен на нефть и прочие сырьевые товары также определяет динамику цен на товары, обращающиеся на рынке ЕАЭС, и, соответственно, характер развития взаимной торговли между странами в составе ЕАЭС [6].

Ниже на графике представлена сравнительная динамика взаимной торговли, внешней торговли и цен на нефть марки Brent, начиная с 2016 г.:

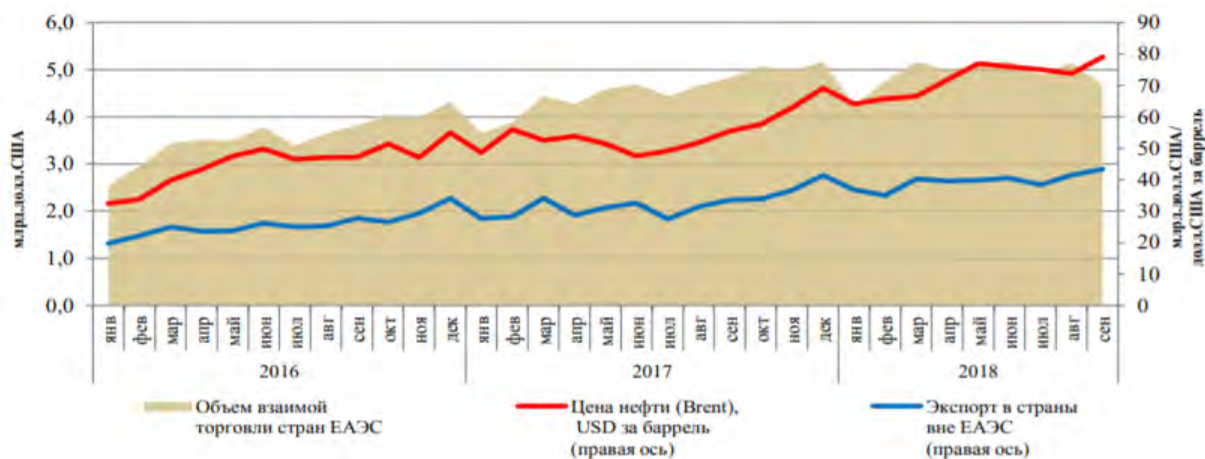


Рисунок 1 – График зависимости внешней и взаимной торговли от динамики цен на нефть [6; 7]

Исходя из данных рисунка 1, корреляционная зависимость между взаимной торговлей и цен на нефть Brent снизилась по сравнению с предыдущими годами, что позволяет говорить о снижении зависимости общего состояния экономики ЕАЭС от внешних факторов, в частности, от изменений мировых цен на нефть и нефтепродукты.

Многие эксперты связывают данное явление с усилением волатильности основной валюты расчета на рынке ЕАЭС и уменьшением влияния ценового фактора (наибольшей волатильностью в 2018 г. обладает российский рубль, армянский драм и кыргызский сом являются наиболее стабильными валютами).

### 3. Фактор устойчивости национальных валют.

Следует отметить, что доллар США является основной валютой при операциях купли-продажи товаров и услуг в ЕАЭС для всех стран, исключая Российскую Федерацию. Основным препятствием на пути к полному исключению доллара США во взаиморасчетах для ЕАЭС являются следующие факторы: низкая ликвидность конверсионных операций в локальных валютных парах; практически полное отсутствие механизмов хеджирования валютных рисков; также отсутствие кредитов по торговому финансированию в национальных валютах, что не только создает

дополнительные непредсказуемые факторы риска, но и увеличивает расходы для субъектов внешнеэкономической деятельности [6].

На протяжении всего периода существования организации, можно утверждать о превалировании расчета российскими рублями во взаимных торговых операциях. В 2018 г. более 74,6% торговых операция происходили в российских рублях от всего объема товаров, снизившись на 6,3% по сравнению с показателем аналогичного периода в 2017 г. Республика Беларусь оплатила около 76,4% товаров в российских рублях, Республика Казахстан – более 66,5%, Кыргызская Республика – более 34%, Республика Армения – менее 39%. В целом по группировке около 74,6% всех платежей в пределах интеграционной группировки ЕАЭС было осуществлено в российских рублях; около 19,2% - в долларах США; 5,8% - в евро и менее 1% пришлось на другие валюты во 2 квартале 2018 г.

Развитие взаимной торговли товарами между государствами – членами ЕАЭС в 2018 году определила положительная тенденция, сформировавшаяся в 2016 году. За 9 месяцев 2018 года объем взаимного товарооборота ЕАЭС достиг 44,2 млрд. долл. США, продемонстрировав прирост на 11,9% относительно соответствующего периода предыдущего года (табл. 2).

На основании данных таблицы 2, установлено: взаимные торговые отношения между странами значительно развились и выросли по сравнению с кризисным для группировки 2016 г. и 2015 г. (когда организация только начала существовать). Для Армении основным торговым партнером является РФ, экспортные операции с которой достигают 543,5 млн. долл., что на 122% больше от уровня 2015 г., когда Союз только создавался. Вторым по значимости партнером для Армении является Беларусь с объемом экспортных поставок в 7 млн. долл. (на 2,9% больше чем в 2015 г.).

Таблица 2 – Основные показатели взаимной торговли между государствами – членами ЕАЭС

	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2017 г. к 2015 г.,	2018 г. (январь - сентябрь)
Единица измерения	млн. долл.			%	млн. долл.
ЕАЭС	45 605,3	42 536,4	54697,9	119,9	44 177,4
из него:					
Армения – Беларусь	34,6	36,1	41,5	119,9	34,7
Армения	6,8	14,1	7,0	102,9	8,1
Беларусь	27,8	22,0	34,5	124,1	26,6
1	2	3	4	5	6
Армения –	4,8	6,3	10,5	218,8	12,4



	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2017 г. к 2015 г.,	2018 г. (январь - сентябрь)
Казахстан					
Армения	4,1	6,0	4,9	119,5	7,5
Казахстан	0,7	0,3	5,6	800,0	4,9
Армения – Кыргызстан	0,6	1,0	1,9	316,7	0,7
Армения	0,4	1,0	1,8	450,0	0,6
Кыргызстан	0,2	0,0	0,1	50,0	0,1
Армения – Россия	1 295,8	1 328,2	1790,5	138,2	1413,3
Армения	244,9	371,0	543,5	221,9	484,6
Россия	1 050,9	957,2	1247,0	118,7	928,7
Беларусь – Казахстан	578,6	395,6	693,5	119,9	672,8
Беларусь	525,1	363,7	592,3	112,8	611,6
Казахстан	53,5	31,9	101,2	189,2	61,2
Беларусь – Кыргызстан	61,0	52,0	130,6	214,1	85,8
Беларусь	55,4	48,7	123,5	222,9	80,4
Кыргызстан	5,6	3,3	7,1	126,8	5,4
Беларусь – Россия	26 003,3	25 965,0	32474,6	124,9	26489,2
Беларусь	10 399,5	10 820,7	12900,8	124,1	9571,0
Россия	15 603,8	15 144,3	19573,8	125,4	16918,2
Казахстан – Кыргызстан	752,7	651,2	785,3	104,3	640,1
Казахстан	518,6	376,2	516,7	99,6	452,3
Кыргызстан	234,1	275,0	268,6	114,7	187,8
Казахстан – Россия	15 413,6	12 936,1	17104,5	111,0	13397,2
Казахстан	4 547,5	3 509,2	4639,1	102,0	3830,8
Россия	10 866,1	9 426,9	12465,4	114,7	9566,4
Кыргызстан – Россия	1 460,3	1 164,9	1665,0	114,0	1431,2
Кыргызстан	159,9	139,2	265,7	166,2	230,0
Россия	1 300,4	1 025,7	1399,3	107,6	1201,2

\* Составлено автором на основе данных [1 – 3].

Республика Беларусь также активно сотрудничает с РФ, объем экспортных поставок, с которой составил более 12900 млн. долл., что на 24,1% выше от уровня 2015 г. Нарастивание торговых потоков наблюдается также у страны с Казахстаном (592,3 млн. долл.), что на 12,8% выше, чем в 2015 г.

Казахстан торгует, в основном, с Россией, поставляя на российский рынок товары совокупной стоимостью в 4639,1 млн. долл. (на 2% выше от уровня 2015 г.). В значительной степени страна взаимодействует с Кыргызстаном, экспортные поставки в которые составили 516,7 млн. долл., что выше показателя 2016 г. на 37,3%.

Главным торговым импортером для Кыргызстана в 2017 г. стал Казахстан с объемом поставок в 268,6 млн. долл. (увеличение на 14,7%). Также важным торговым партнером для страны является РФ (265,7 млн. долл.). Практически отсутствует торговое взаимодействие с Арменией (0,1 млн. долл. в 2017 г.).

Главными импортерами российской продукции являются Беларусь (19573,8 млн. долл.) и Казахстан (12465,4 млн. долл.), при этом объемы поставляемых товаров выросли на 25,4% и 14,7% соответственно.

Важными показателями торговой активности ЕАЭС являются объемы и структура внешней торговли стран-членов Союза с государствами третьего мира, определяющие степень и значимость взаимодействия ЕАЭС с другими странами. По данным 2017 г. на экспорт со странами третьего мира приходилось 87,6% всего экспорта и на импорт приходилось 12,4% от совокупного импорта.

Данные о внешней торговле ЕАЭС по странам – основным торговым партнерам представлены на рисунке 2 (рядом с названием страны указан ее удельный вес в общем объеме внешней торговли), в млрд. долл. США:

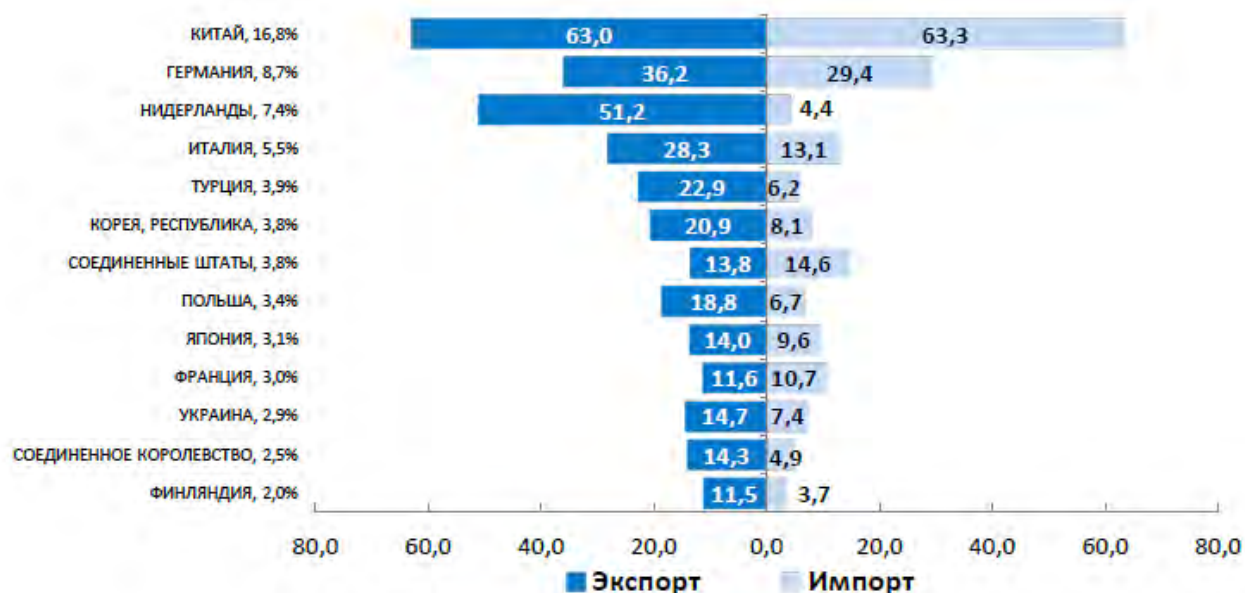


Рисунок 2 – Географическое распределение объемов экспорта и импорта ЕАЭС по странам за 2018 г. [8]

Следуя показателям рисунку 2, основными торговыми партнерами для ЕАЭС являются такие страны, как Китай (16,6% удельного веса в общем объеме торговли), на который приходится 63,0 млрд. долл. экспорта и 63,3

млрд. долл. импорта; Германия (8,7% всей торговли со странами третьего мира), на которую пришлось 36,2 млрд. долл. экспорта и 29,4 млрд. долл. импорта; Нидерланды (7,4%), показатели экспорта и импорта которых составили 51,2 млрд. и 4,4 млрд. долл. соответственно, Италия (5,5%), с показателем экспорта в 28,3 млрд. и импорта в 13,1 млрд. Также важными партнерами являются такие государства, как США (3,8%), Турция (3,9%), Корея (3,8% торговли), Польша (3,4%), Япония (по 3,1%), Франция (3,0%) и Украина (2,9%), Соединенное Королевство (2,5%) и Финляндия (2%).

В товарной структуре экспорта государств – членов ЕАЭС в третьи страны преобладают минеральные продукты (67,2% общего объема экспорта государств – членов ЕАЭС в третьи страны), металлы и изделия из них (9,6%), продукция химической промышленности (5,6%). Около 80% этих товаров продает на внешнем рынке Российская Федерация.

Наибольшую долю в импорте занимают машины, оборудование и транспортные средства (44,5% совокупного импорта), продукция химической промышленности (18,3%), продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье (11,6%). Более 80% объема закупок этих товаров за пределами ЕАЭС осуществляет Российская Федерация.

Структуру экспорта и импорта товаров во внешней торговле в 2018 году (в процентах к итогу по ЕАЭС) характеризует рисунок 3.



Рисунок 3 – Структура экспорта и импорта товаров во внешней торговле ЕАЭС, 2018 г., [8]

Дальнейшее исследование потенциала интеграционного объединения ЕАЭС возможно с помощью оценки зависимости совокупного индикатора

состояния экономики – ВВП – от экспорта, что даст возможность определить значение внешнеторговой деятельности группировки для главного показателя системы национальных счетов.

С помощью корреляционно-регрессионного анализа (который изучает взаимосвязи показателей хозяйственной деятельности, когда зависимость между ними не является строго функциональной и искажена влиянием посторонних, случайных факторов) проверим влияние экспорта на динамику ВВП (табл. 3).

Таблица 3 – Исходные данные для определения зависимости ВВП (у) от экспорта (х) стран группировки

Год	ВВП, млрд. долл. (у)	Экспорт, млрд. долл. (х)	$x*y$	$y^2$	$x^2$
2013	2561,7	650,5	1666386	6562307	423150,3
2014	2404,9	618,7	1487912	5783544	382789,7
2015	1629	419,4	683202,6	2653641	175896,4
2016	1485,4	350,8	521078,3	2206413	123060,6
2017	1810,8	441,6	799649,3	3278997	195010,6
2018	1914	550,3	1053274	3663396	302830,1
среднее значение	1967,633	505,2167	1035250	4024716	267122,9

\* Составлено автором на основе данных [9; 10].

Использование корреляционно-регрессионного метода возможно лишь при соблюдении условия, что факторные и результативные признаки будут подчиняться закону нормального распределения. Условие нормальности соблюдается, если с вероятностью 0,997 минимальное и максимальное значения признаков не выходят за пределы :

$$[\bar{y} \pm 3\sigma_y]; [\bar{x} \pm 3\sigma_x], \quad \text{где} \quad \sigma_x = \sqrt{\bar{x}^2 - \bar{x}^2}, \quad \sigma_y = \sqrt{\bar{y}^2 - \bar{y}^2} \quad (1)$$

Таким образом:

$$\sigma_x = \sqrt{267122,9 - 255243,9} = \sqrt{11879} = 108,99$$

$$\sigma_y = \sqrt{4024716 - 3871579,6} = \sqrt{153136,4} = 391,33$$

Факторный признак должен входить в промежуток от 178,24 до 832,187. Результативный признак должен быть в пределах промежутка от 793,643 до 3141,623. Условие нормальности соблюдается, так как

минимальное и максимальное значение признаков не выходят за пределы промежутков: для  $y$  [793,643; 3141,623], для  $x$  [178,24; 832,187].

Итак, по результатам расчетов линейный коэффициент детерминации  $R^2 = 0,9317$  или 93,17%. Это означает, что изменение ВВП на 93,17% объясняется вариацией экспорта ЕАЭС, остальные 6,83% - отражение влияния неучтенных факторов. То есть, можно сделать вывод, что существует тесная связь между ВВП и экспортом.

При этом уравнение регрессии, отражающее влияние экспорта на ВВП, имеет линейную форму связи:

$$y_x = 216,71 + 3,4657x$$

Это означает, что с увеличением экспорта на 1 млрд. долл. США, доля валового продукта возрастет на 3,4657 доли ВВП.

Оценим тесноту выявленной зависимости с помощью линейного коэффициента корреляции ( $r$ ), величина которого может находиться в пределах:

$$-1 \leq r \leq 1, \quad r = \frac{\overline{xy} - \bar{x} \cdot \bar{y}}{\sigma_x \cdot \sigma_y}$$

$$r = \frac{1035250 - 1967,633 \cdot 505,2167}{108,99 \cdot 391,33} = \frac{41168,9}{42651,1} = 0,965$$

Таким образом, коэффициент корреляции  $r \rightarrow 1$  (связь прямая, тесная).

Для оценки надежности связи рассчитывают соответствующий коэффициент:

$$t_{\text{Стюд}} = \frac{0,965 \cdot 2}{0,2627} = 7,347$$

$$t_{\text{кр.}} = 2,7764$$

Таким образом,  $t_{\text{Стюд}} (7,347) > t_{\text{кр.}} (2,7764)$  – связь между изучаемыми показателями надежная.

Значение средней ошибки аппроксимации определяется по формуле:

$$\bar{\xi} = \frac{1}{n} \times \sum \frac{|y_i - y_x|}{y_i} \times 100 \quad - \text{ не должно превышать 12-15\%.} \quad (2)$$

где  $y_x$  – расчетное значение ( $y$ ) по уравнению. Следует напомнить, что уравнение равно

$$y_x = 216,71 + 3,4657x \quad (3)$$

Таким образом,

$$\bar{\xi} = \frac{1}{n} \times \sum \frac{|y_i - y_x|}{y_i} \times 100 = 13,6\%$$

На основании вышеизложенного материала можно сделать вывод о том, что при анализе ВВП стран ЕАЭС и экспорта группировки была выявлена прямая зависимость этих показателей: при увеличении экспорта, объем ВВП также увеличивается, и наоборот. Также, с помощью корреляционно-регрессионного анализа было выявлено, что изменение ВВП на 93,17% объясняется вариацией экспорта, что обуславливает важность внешнеторговой деятельности для экономик государств в составе ЕАЭС.

#### **Выводы и перспективы дальнейших исследований.**

1. Взаимная торговля между государствами – членами ЕАЭС в 2018 году осуществлялась в условиях роста напряженности международных торговых отношений, но, несмотря на это объем взаимного товарооборота объединения увеличился на 11,9% относительно соответствующего периода предыдущего года.

2. Исходя из представленной информации о взаимной торговле взаимосвязь ценовых и макроэкономических факторов с происходящими изменениями в 2017-2018 гг. осуществляется по таким факторам как: глобальный фактор, ценовой фактор, фактор валового спроса, фактор устойчивости национальных валют.

3. Основными торговыми партнерами для ЕАЭС являются такие страны, как Китай (16,6% удельного веса в общем объеме торговли); Германия (8,7% всей торговли со странами третьего мира), Нидерланды (7,4%), Италия (5,5%) и др.

4. Перспективными торговыми партнерами стран – членов ЕАЭС будут вновь вступающие в объединение постсоветские республики, вновь созданные зоны свободной торговли, а также такими региональные экономические центры как ЕС и Китай.

5. При анализе ВВП стран ЕАЭС и экспорта группировки была выявлена прямая зависимость этих показателей. С помощью корреляционно-регрессионного анализа было установлено, что изменение ВВП на 93,17% объясняется вариацией экспорта, это обуславливает важность внешнеторговой деятельности для экономик государств в составе Союза.

**Перспективами дальнейших исследований** является выявление проблем и разработка стратегических направлений развития регионального интеграционного объединения ЕАЭС.

## Список литературы

1. Об итогах внешней торговли товарами Евразийского экономического союза. Январь-декабрь 2017 г. [Текст] // Аналитический обзор / Евразийская экономическая комиссия. – Москва, 2018. – 15 с.
2. Об итогах внешней торговли товарами Евразийского экономического союза. Январь-декабрь 2016 г. [Текст] // Аналитический обзор/ Евразийская экономическая комиссия. – Москва, 2017. – 14 с.
3. Об итогах внешней торговли товарами Евразийского экономического союза. Январь-декабрь 2015 г. [Текст] // Аналитический обзор/ Евразийская экономическая комиссия. – Москва, 2016. – 9 с.
4. Ежемесячный макрообзор. Апрель 2019 г. [Текст] // Информационно-аналитический обзор / Евразийский банк развития. – Москва, 2019. – 24 с.
5. Об итогах взаимной торговли товарами государств-членов Таможенного союза и единого экономического пространства за 2013 год [Текст] // Аналитический обзор/ Евразийская экономическая комиссия. – Москва, 2014. – 7 с.
6. Доклад «О состоянии взаимной торговли между государствами-членами Евразийского экономического союза в 2017 году» [Текст] // Евразийская экономическая комиссия. – Москва, 2018. – 90 с.
7. Мировые цены на нефть [Электронный ресурс] / Минфин: финансовый портал. – Режим доступа: <http://index.minfin.com.ua/stock/oil/?brent>
8. Об итогах внешней торговли товарами Евразийского экономического союза. Февраль 2019 г. [Текст] // Аналитический обзор / Евразийская экономическая комиссия. – Москва, 2019. – 14 с.
9. Евразийский экономический союз в цифрах: краткий статистический сборник [Текст] // Евразийская экономическая комиссия. – Москва: 2018. – 419 с.
10. Indicators [Электронный ресурс] / Официальный сайт: Группа всемирного банка. – Режим доступа: <https://data.worldbank.org/indicator>

**ФОРМИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМА РЕСУРСОСБЕРЕЖЕНИЯ  
ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ МАРКЕТИНГОВОЙ ОРИЕНТАЦИИ**

**Белявцев Ю.М.,  
соискатель**

ГО ВПО «Донецкий национальный  
университет экономики и торговли имени  
Михаила Туган-Барановского», г. Донецк,  
e-mail: belavcevurij882@gmail.com

**FORMATION OF A RESOURCE SAVING MECHANISM FOR  
ENTERPRISES IN TERMS OF MARKETING ORIENTATION**

**Belyavtsev Y.M.,  
applicant**

SO HPE «Donetsk National University of  
Economics and Trade named after Mykhayilo  
Tugan-Baranovsky», Donetsk  
e-mail: belavcevurij882@gmail.com

**Реферат**

**Цель.** Целью исследования является формирование механизма ресурсосбережения предприятий в условиях маркетинговой ориентации и разработка организационно-экономического механизма ресурсосбережения предприятий, основанного на опыте деятельности предприятий угольной промышленности Донецкого региона.

**Методика.** Планирование, прогнозирование, комплексный и системный анализ, сравнительный метод.

**Результаты.** Определены основные направления ресурсосбережения предприятий в условиях маркетинговой ориентации, основанного на опыте деятельности предприятий угольной промышленности Донецкого региона.

**Научная новизна.** Разработан организационный механизм ресурсосбережения на основе маркетинговой ориентации, под которым следует понимать совокупность методов, инструментов и взаимосвязанных этапов реализации, которые в свою очередь призваны обеспечить рост показателей эффективности ресурсосбережения и ресурсопотребления.

**Практическая значимость.** Внедрение и реализация организационного механизма ресурсосбережения на основе маркетинговой ориентации позволит снизить вред, наносимый окружающей среде, а также обеспечит повышение комфорта при осуществлении производственных мероприятий за счет регулирования ресурсопотребления и будет способствовать увеличению доли ресурсосберегающего оборудования,



повышению экономической эффективности ресурсопотребления и целесообразности ресурсосбережения.

**Ключевые слова:** *ресурсосбережение, организационный механизм, маркетинговая ориентация, производственные предприятия, экологическая безопасность, экономическая эффективность, программа ресурсосбережения, стратегия.*

**Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами.** В условиях становления Донецкой Народной Республики и повышения промышленного потенциала территории, как фактора устойчивого развития экономики актуально и своевременно детально изучить проблемы и направления развития минерально-сырьевой базы республики, восстановления природных ресурсов, рационального природопользования и ресурсосбережения, охраны окружающей среды, экологической безопасности с целью разработки программы научно-технического развития Донецкой Народной Республики.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Проведение активной ресурсосберегающей и энергосберегающей политики является одним из решающих условий оптимального развития угольной промышленности и развития промышленного и производственного потенциала страны и обеспечения ее устойчивого экономического роста и безопасности [1].

По мнению ученых и экспертов недостаточно исследованными являются вопросы формирования механизма ресурсосбережения предприятий в условиях маркетинговой ориентации, и требуется использование научно-методического подхода к разработке организационно-экономического механизма ресурсосбережения предприятий.

**Цель исследования.** На этапе разработки программы научно-технического развития Донецкой Народной Республики целью исследования является формирование механизма ресурсосбережения предприятий в условиях маркетинговой ориентации и разработка организационно-экономического механизма ресурсосбережения предприятий в условиях маркетинговой ориентации, основанного на опыте деятельности предприятий угольной промышленности Донецкого региона.

**Изложение основного материала исследования.** Выполненные исследования угроз экологической безопасности Российской Федерации с использованием «зонной теории» позволило выявить ряд угроз в данной сфере. Диагностика экологической безопасности страны свидетельствует о

критическом риске в сфере финансирования экологических мероприятий и значительном риске в сфере утилизации отходов [2].

В Российской Федерации действует значительное количество рискообразующих факторов в области экологической безопасности. В России к основным рискообразующим факторам техногенного характера также следует отнести старение основных фондов, лишенных нормального технического обслуживания, а также проблема утилизации различных отходов промышленности и производства [3].

Проблема чрезмерного накопления в пределах Донецкой области разнообразных отходов промышленности и необходимость их утилизации в последние годы становится все более актуальной.

Опыт развития промышленного потенциала показал, что Донецкий регион в период до 2014 г. обеспечивал не менее 20 % ежегодного прироста всех промышленных отходов и занимал первое место по накопленным золошлаковым отходам (35% от общих государственных показателей), металлургическим шлакам (90%), шахтным породам (50%), шламовым отходам (85%) и отходам стройматериалов (80%). На территории Донецкого региона было сосредоточено около 4 млрд. тонн промышленных отходов при ежегодном объеме их производства 40-50 млн. т. Утилизировалось в области около 14% годового их выхода при сохраняющейся тенденции снижения доли утилизации (в 1990 г. утилизировалось около 23% производимых отходов).

Толща шламонакопителя может включать линзообразные угольные тела зольностью до 30-40 % при средневзвешенном ее значении 50-70 %. Кроме этого установлено ухудшение пластометрических показателей угля при их длительном хранении в шламонакопителях, что в конечном итоге влияет на марочный состав и качество угля, определяет его направления использования, стоимость.

В то же время концентрация источников образования отходов, которые одновременно представляют собой вторичные материальные ресурсы, является фактором, способствующим организации перерабатывающих производств, способных значительно уменьшить загрязнение территории и обеспечить выпуск востребованной на рынке продукции. Не случайно в отечественных научных публикациях появилась такая дефиниция как «отходоресурсы», а также ведутся исследование ее содержания [4].

Мнения ученых и практиков, а также результаты геологических исследований доказывают, что установлена возможность применения отходов в результате добычи угля и углеобогащения как сырьевого материала для нужд строительной промышленности.

С целью определения возможности, рациональности и экономического эффекта использования в результате промышленной переработки данного сырья от выработки угольных шахт и углеобогащительных фабрик на территории Донецкой Народной Республики необходимо провести тщательный и детальный анализ промышленного потенциала Донецкой Народной Республики, отработки, переработки и реализации накопленных шламов.

В последние годы к этим объектам проявлен большой интерес со стороны многочисленных организаций различных форм собственности с целью организации отработки, переработки и реализации накопленных шламов, причем, в большинстве случаев, за счет внебюджетных источников финансирования. Однако с точки зрения ведущих ученых и практических работников в большинстве случаев их обработка осуществляется без разработки технических условий на продукцию и с нарушением экологической безопасности, не учитывается необходимость комплексного и рационального использования ресурсов. И в условиях глобального и масштабного решения проблемы экологической безопасности данными вопросы приобретают особое значение.

Важным резервом снижения материалоемкости и энергоемкости производства является ресурсосбережение на основе маркетинговой ориентации, экономия материально-сырьевых ресурсов, топлива и энергии, что диктуется на современном этапе рыночной экономикой, конкуренцией между производителями не только на внутреннем рынке, но и на внешнем рынке.

Создание рыночной экономики в стране требует повышения эффективности функционирования производственной, финансовой, управленческой деятельности во всех отраслях национальной экономики. Это обеспечит преимущественно интенсивный путь развития, предполагающий рациональное использование материальных ресурсов, снижение материалоемкости совокупного общественного продукта, ВВП, увеличение выхода конечной продукции на единицу материальных затрат, сокращение потерь и более полное использование отходов производства. Как известно, совокупный общественный продукт - это стоимость созданных за год материальных благ, который определяется как сумма валовой продукции отраслей материального производства.

Совокупный общественный продукт разделяется на национальный доход (вновь созданная стоимость) и фонд возмещения материальных затрат. С уменьшением доли фонда возмещения в совокупном общественном продукте увеличивается национальный доход, используемый на накопление

и потребление. Следовательно, экономия фонда возмещения в той его части, которая используется на замену потребленных в процессе производства предметов труда, является источником прироста национального дохода.

Показателем уровня использования материальных ресурсов, характеризующим эффективность производственной деятельности, является материалоемкость продукции, которая исчисляется как отношение текущих материальных затрат (без амортизации) к стоимости выработанной продукции. Различают материалоемкость национального хозяйства в целом, отрасли, объединения, предприятия, отдельных видов продукции. Национальная материалоемкость определяется как отношение материальных затрат к объему совокупного общественного продукта. Отраслевая материалоемкость выражается отношением потребленных отраслью материальных ресурсов к объему товарной продукции. Материалоемкость единицы продукции определяется как отношение стоимости сырья, материалов, топлива, энергии, затраченных на ее производство, к оптовой цене единицы продукции. Для оценки степени эффективности использования материальных ресурсов на различных уровнях управления используют показатели материалоемкости.

На изменение материалоемкости совокупного общественного продукта оказывают воздействие многие объективные и субъективные факторы, зачастую действующие в разных направлениях. К объективным факторам следует отнести структурные сдвиги в экономике. Повышение доли материалоемких отраслей в совокупном общественном продукте ведет к росту удельного веса материальных затрат в нем. Например, за последние десятилетия существенно возросли материальные затраты на производство сельскохозяйственной продукции, что ощутимо повлияло на материалоемкость совокупного общественного продукта. Такая тенденция наблюдается и в других странах СНГ.

Большое влияние на повышение материалоемкости совокупного общественного продукта оказывает удорожание сырья, поскольку увеличиваются затраты на его добычу. Причин здесь несколько: постепенное уменьшение объемов ресурсов с высоким содержанием полезных компонентов; использование более бедных руд, низкокалорийного топлива; рост добычи сырья на больших глубинах и др.

Одним из существенных резервов снижения затрат на компенсацию потребленных средств и предметов труда в фонде возмещения является энергосбережение. Следует учитывать данный фактор в системе ресурсосбережения, поскольку собственных энергоресурсов в отдельных государствах не всегда достаточно.

Энергетическая стратегия должна содействовать превращению энергосбережения в основной фактор улучшения социальных условий жизни людей, решению экономических задач и удовлетворению возрастающего спроса на энергоресурсы.

Наиболее крупные резервы повышения эффективности использования энергоресурсов имеются в структурной перестройке производства и потребления энергоресурсов. Объективно существующая связь между экономикой и экологией требует разумного подхода к решению не только экономических, но и экологических проблем энергопотребления. В настоящее время предприятия и организации экономически не заинтересованы в осуществлении экологических мероприятий по защите окружающей среды и здоровья населения, так как в условиях рыночной экономики экономические и экологические цели и задачи не совпадают. Но поскольку они органически взаимосвязаны, то совокупная их реализация должна обеспечивать значительный эколого-экономический и социальный эффект.

Нынешняя ситуация в энергетическом секторе опасна тем, что она может непосредственно повлиять на ход реформ в стране. Импорт энергии - основной «виновник» дефицита текущих статей платежного баланса. Уменьшение объемов импорта энергоносителей только на 20% позволило бы добиться устойчивого положительного сальдо в балансе текущих операций.

Необходимость использования угольных ресурсов Донецкой Народной Республики диктуется как обеспечением государственной независимости, так и возможностью относительно быстрого достижения высокого уровня угольных технологий в энергетике и промышленности при соблюдении современных требований к охране окружающей среды.

В переходный период особенно важное значение приобретает экономия сырья и материалов, доля которых в себестоимости промышленной продукции превышает 70%. Как известно, в настоящее время только 5 -10% добытых природных ресурсов превращаются в готовую продукцию, а все остальное образует отходы, причем часто высокотоксичные. Большие резервы экономии скрыты в комплексном использовании попутных продуктов, вторичных материальных ресурсов, прежде всего металлосодержащих отходов, металлического лома и вторичных топливно-энергетических ресурсов. Масса отходов, содержащих попутные продукты, исчисляется миллиардами тонн. Попутные компоненты, как правило, утилизируются на различных стадиях производства. Например, конденсат при добыче газа можно уловить лишь непосредственно в момент получения основного сырья, другие - в процессе переработки основного сырья, третьи -

путем специальной переработки отходов (пород отвалов при вскрышных работах, шлаков, зол, стружки). Одним из резервов снижения материалоемкости производства является частичная замена дорогостоящих первичных сырья и материалов вторичными ресурсами и отходами производства.

Вторичными материальными ресурсами считаются такие отходы производства и потребления, которые могут быть повторно использованы для удовлетворения тех или иных нужд национального хозяйства. Промышленные и бытовые отходы -неоценимое сырье для промышленности. В таком сырье содержатся и металл, и топливо, и стекло, и макулатура, и текстильное волокно. Подсчитано, что затраты электроэнергии на получение 1 т. алюминия из отходов алюминия в 20 раз меньше, чем из бокситов. Чтобы получить бумагу из макулатуры, требуется в несколько раз меньше труда и средств.

Вопросам учета, заготовки и переработки отходов производства и вторичных ресурсов много внимания уделялось в 70-80-е годы в бывшем СССР. Были разработаны системы паспортизации отходов, как по отраслям, так и по отдельным предприятиям, определены нормативы обязательной сдачи и переработки отходов собственного производства, разработана комплексная программа экономии и рационального использования природных ресурсов.

В настоящее время предприятия всех отраслей по сути дела полностью или частично прекратили переработку отходов производства, поэтому актуальным сейчас является создание рынка вторичных ресурсов, что способствовало бы использованию бросовых, бесхозных отходов крупных промышленных государственных предприятий малыми и средними негосударственными предприятиями, способными переработать отходы в ликвидный товар.

Наименее разработанными, на наш взгляд, являются вопросы экономического стимулирования комплексного использования отходов производства. В последние годы в основном применялись ценовые методы стимулирования результатов использования отходов производства для изготовления конкретной продукции, сущность которых заключалась в том, что оптовая цена продукции, изготовленной с использованием одного или нескольких видов вторичного сырья или облагороженных отходов, оставалась такой же, как и при использовании первичного сырья. Более высокая прибыль в этом случае является стимулом к повышению уровня использования отходов производства.

Стимулом комплексного использования отходов производства, по нашему мнению, может явиться освобождение от уплаты налога на прибыль, полученную от реализации продукции, изготовленной с применением отходов производства. Эти средства должны оставаться в распоряжении предприятий и использоваться для внедрения ресурсосберегающих технологий.

Одним из направлений стимулирования комплексного использования отходов производства может служить привлечение иностранных инвестиций для внедрения экологической техники и технологий, поскольку крайне низкая их экологизация может привести к экологической катастрофе.

Одним из резервов снижения материалоемкости общественного продукта является использование прогрессивных видов материалов, применение которых позволяет не только снизить затраты, но и повысить качество изделий [5]. К резервам снижения материалоемкости следует отнести использование полимеров. Применение 1 тонны пластмасс позволяет высвободить в промышленности, сельском хозяйстве и на транспорте от 3 до 5 тонн стали. Уменьшается вес машин, что способствует экономии топлива и энергии в процессе их эксплуатации. Выпуск одной тонны пластмассовых изделий требует меньше в среднем на 540 человеко-часов затрат труда, снижает расход энергоресурсов в 2-3 раза.

Маркетинг как течение научной мысли не стоит на месте, но предпосылки для формирования в его структурах новых экологических и ресурсосберегающих ценностей обозначились недавно. Стали востребованы ценности, направленные на удовлетворение важных общественных, экономических и экологических потребностей человека в условиях маркетинговой ориентации [6].

В результате научного исследования практическое значение будет иметь разработанный организационный механизм ресурсосбережения предприятий в условиях маркетинговой ориентации, под которым следует понимать совокупность методов, инструментов и взаимосвязанных этапов реализации, которые в свою очередь призваны обеспечить рост показателей эффективности ресурсосбережения и ресурсопотребления. На динамику данных показателей по оценкам ученых, маркетологов и практиков непосредственное влияние будут оказывать качественные характеристики и обеспечение эффективных условий для деятельности производственных предприятий.

Формирование организационного механизма ресурсосбережения производственных предприятий в условиях маркетинговой ориентации представляет собой поэтапный процесс (рис. 1).



Рисунок 1 - Организационный механизм ресурсосбережения производственных предприятий в условиях маркетинговой ориентации



Внедрение и реализация организационного механизма ресурсосбережения на основе маркетинговой ориентации позволит снизить вред, наносимый окружающей среде, а также обеспечит повышение комфорта при осуществлении производственных мероприятий за счет регулирования ресурсопотребления и будет способствовать увеличению доли ресурсосберегающего оборудования, повышению экономической эффективности ресурсопотребления и целесообразности ресурсосбережения.

В условиях маркетинговой ориентации важное значение в ресурсосбережении имеет политика ценообразования, поскольку рынок выступает в качестве механизма регулирования ресурсопотребления.

Значение экономии и бережливости по мере роста экономического потенциала страны не только не уменьшается, но постоянно повышается, поскольку только экономное ведение хозяйства сможет обеспечить благосостояние и всестороннее развитие всего населения страны.

Существует разработанная М.Я. Оськиной, Л.А. Федюкиной, М.И. Волковой, С.И. Сушоном, А.Г. Завалко, А.А. Ивановой методика определения экономической эффективности использования отходов, позволяющая оценить как народнохозяйственную экономическую эффективность, так и суммарный хозрасчетный эффект производства продукции, изготавливаемой из отходов или с их применением на конкретном предприятии, технологической линии, в цехе, на участке и в дальнейших научных исследованиях, согласно данной методики будет определена экономической эффективности использования отходов в угольной промышленности Донецкой Народной Республики.

**Выводы и перспективы дальнейших исследований.** Таким образом, основными направления ресурсосбережения предприятий в условиях маркетинговой ориентации, основанного на опыте деятельности предприятий угольной промышленности Донецкого региона являются [7]:

- повышение длительности использования (эксплуатации) функционирующих предприятий угольной промышленности за счет прирезки угля свободных участков;
- возобновление организации использования шахтного строительства, временно находящегося в стадии замороженного производства;
- модернизация добычного оборудования действующих угледобывающих предприятий;
- повышение экологичности эксплуатации производственного оборудования на основе ресурсосберегающих технологий предприятий;

- улучшение социально-экологических факторов, оказывающих воздействие на уровень ресурсосбережения предприятий;
- снижение уровня местного загрязнения окружающей среды и улучшение условий жизни шахтеров и местного населения - в ходе реализации проекта будет предотвращаться загрязнение прилегающих городов такими опасными веществами как оксиды азота, диоксид серы и твердые частицы;
- формирование и применение стратегии маркетинга по повышению эффективности ресурсосбережения предприятий.

### Список литературы

1. Жаркова О.А., Литвиненко О.В. Экономическое стимулирование ресурсосбережения // Записки Горного института. Т.151 – Санкт-Петербург. – 2002. – С.118-120.
2. Саушева О.С. Диагностика состояния сферы обращения с отходами на федеральном и региональном уровне как этап обеспечения экологической безопасности // Бюллетень науки и практики. Т.4. - №9, 2018. – С.260-267 / Bulletin of Science and Practice. Электронный ресурс. Режим доступа открытый: <http://www.bulletennauki.com>
3. Саушева О.С. Диагностика состояния экологической безопасности Российской Федерации с позиции концепции рециклинга // Наукоедение. 2016. Т. 8. №5. Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/70EVN516.pdf>.
4. Отходы в России: мусор или ценный ресурс? Сценарии развития сектора обращения с твердыми коммунальными отходами. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://www.ifc.org/wps/wcm>
5. Захаров А.Н. Резервы снижения материалоемкости общественного продукта // Плехановец. - 1996. - № 1
6. Кононенко Е.С. Маркетинг ресурсосбережения и его роль в обществе // Евразийский Союз Ученых (ЕСУ). Экономические науки. М.: - 2014. – С.89-91
7. Белявцев Ю.М. Угольный метан: состояние, перспективы использования. Сб. научн. трудов. Спецвыпуск. Маркетинг: теория и практика. — К.: КНЭУ. 2007. — Том 2. — С. 674—682.

**КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕЛЬСКИХ  
ДОМОХОЗЯЙСТВ В УСЛОВИЯХ СОЦИАЛЬНО-  
ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ХОЗЯЙСТВЕННОГО  
КОМПЛЕКСА**

**Ю.К. Яковлева,**  
д.э.н., доцент

1 – ГО ВПО «Донецкий национальный  
университет экономики и торговли имени  
Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, ДНР,  
e-mail: yakovleva\_donetsk@mail.ru

**И.А. Денисенко,**  
к.э.н., доцент

2 – ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Тараса Шевченко»,  
г. Луганск, ЛНР, e-mail: luganskigor@mail.ru

**CONCEPT OF DEVELOPMENT ACTIVITIES OF RURAL  
HOUSEHOLDS IN TERMS OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF  
THE ECONOMIC COMPLEX**

**Y.K. Yakovleva,**  
Doctor of Economics,  
associate Professor

1 – SO HPE «Donetsk National University of  
Economics and Trade named after Mykhayilo Tugan-  
Baranovsky», Donetsk, DPR,  
e-mail: yakovleva\_donetsk@mail.ru

**I.A. Denisenko,**  
Ph. D., associate Professor

2 – SEI HPE LPR «Lugansk National University  
named after Taras Shevchenko », Lugansk, LPR,  
e-mail: luganskigor@mail.ru

**Реферат**

**Цель.** Целью статьи является разработка концепции развития сельских домохозяйств в условиях усовершенствования социально-экономической деятельности хозяйственного комплекса и определение основных направлений развития деятельности сельских домохозяйств в системе современного предпринимательства.

**Методика.** В процессе исследования использованы методы: анализа и синтеза, индукции и дедукции; метод анализа и идеализации; логического обобщения для формирования выводов и предложений по результатам научного исследования; экономико-статистические методы; методы прогнозирования.

**Результаты.** В работе рассмотрены эволюция, особенности развития сельских домохозяйств как субъекта предпринимательства и предложен состав сельских домохозяйств в системе предпринимательства; разработан организационный механизм стратегического планирования и прогнозирования деятельности сельских домохозяйств; разработана концепция развития деятельности сельских домохозяйств в условиях усовершенствования социально-экономической деятельности хозяйственного

комплекса; обоснован научно-методический подход по совершенствованию направлений развития деятельности сельских домохозяйств в системе современного предпринимательства.

**Научная новизна.** Научно обоснована концепция развития сельских домохозяйств в условиях усовершенствования социально-экономической деятельности хозяйственного комплекса, включающая цель, задачи, объект и предмет, методологию развития, организационный механизм развития деятельности сельских домохозяйств; разработан организационный механизм стратегического планирования и прогнозирования развития сельских домохозяйств, который включает цели, задачи, принципы, методы, формы обеспечения, источники информации, инструменты и этапы реализации.

**Практическая значимость.** Практическая значимость полученных результатов состоит в том, что разработанные и предложенные в статье разработки и выводы могут быть использованы для решения актуальных проблем функционирования и развития сельских домохозяйств в системе современного предпринимательства, их стратегического планирования и прогнозирования их деятельности и практического внедрения в деятельность предприятий сельского хозяйства, АПК, в деятельность ведущих министерств и ведомств отраслей агропромышленного комплекса и сельского хозяйства Донецкой Народной Республики и Луганской Народной Республики.

**Ключевые слова:** *концепция развития, сельские домохозяйства, хозяйственный комплекс, сельское хозяйство, предпринимательская деятельность, организационный механизм, стратегическое планирование и прогнозирование.*

**Постановка проблемы в общем виде и связь с важнейшими научными или практическими задачами.** В условиях восстановления рыночной экономики Донецкой Народной Республики и Луганской Народной Республики в результате экономического кризиса, вызванного объективными политическими и социально-экономическими причинами, сформировались особые требования к экономической и социальной деятельности сельских домохозяйств в системе современного предпринимательства. Они выступают первичными элементами рыночной системы, оказывающими ключевое влияние на развитие и становление республик. Для этого в каждом научно-промышленном комплексе республик должны быть разработаны и согласованы научно-технические и социально-экономические программы развития на основе стратегического планирования и прогнозирования [1, С. 144-147].

Развитие вида предпринимательской деятельности, такого как сельское домохозяйство, вызывает массу дискуссионных вопросов, а вопросы моделирования развития сельских домохозяйств в условиях обеспечения эффективности предпринимательской деятельности требуют практического обоснования и возникает необходимость разработки концепции развития

деятельности сельских домохозяйств в условиях социально-экономического развития хозяйственного комплекса, что и определило основные векторы такого данного научного исследования с целью использования данной концепции в системе стратегического планирования и прогнозирования деятельности сельских домохозяйств.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Вопросам исследования закономерностей формирования и развития предпринимательства в условиях развития деятельности сельских домохозяйств посвятили труды многие учёные-экономисты, такие - как Л.И. Абалкин, А.Г. Аганбегян, А.И. Амоша, В.Р. Бабич, Т.Л. Безрукова, В.Н. Гончаров, В.Н. Гринева, Г.К. Губерная, В.В. Дорофиенко, М.И. Долишний, М.Ф. Иванов, И.И. Лукинов, А.В. Половян, А.И. Панчишкин, Ю.И. Пахомов, П.Т. Саблук.

Анализ специализированной литературы подтверждает факт недостаточной изученности практической апробации основных теоретико-методологических аспектов роли и значения сельских домохозяйств в обеспечении продовольственной безопасности государства, таким образом требуется углублённое исследование социально-экономического развития сельских домохозяйств в системе современного предпринимательства.

**Цель статьи.** Целью статьи является разработка концепции развития сельских домохозяйств в условиях усовершенствования социально-экономической деятельности хозяйственного комплекса и определение основных направлений развития деятельности сельских домохозяйств в системе современного предпринимательства.

**Изложение основного материала исследования.** Рассмотрение эволюции, особенностей организации и развития сельских домохозяйств и обобщение мнения ряда авторов о сущности и содержании деятельности домохозяйств позволило по результатам научного исследования представить усовершенствованную трактовку дефиниции «сельские домохозяйства». Сельские домохозяйства в современном понимании представляют собой совокупность лиц (субъектов хозяйствования), проживающих в едином или нескольких жилых помещениях, обеспечивающих собственные потребности в плодотворной деятельности (земля, техника, транспорт, инвентарь, животные), ведущих совместное хозяйство, решающих вопросы воспроизводства рабочей силы, обучения и воспитания членов семьи, накапливающих и расходующих материальные средства и произведённую ими продукцию на социальные, производственные, образовательные, культурные и другие нужды, деятельность которых направлена на жизнеобеспечение сельской семьи и ее воспроизводство, занимающихся сельскохозяйственной деятельностью для покрытия своих личных нужд и продажи с целью развития предпринимательской деятельности в условиях усовершенствования социально-экономической деятельности хозяйственного комплекса.

Исследование закономерностей и особенностей становления и развития различных форм предпринимательства сельских домохозяйств позволило выявить причины их развития, которые обусловлены снижением активности деятельности крупных интегрированных сельскохозяйственных предприятий ввиду политического и социально-экономического положения в стране.

Деятельность сельских домохозяйств должна быть направлена на формирование конкурентоспособности сельских домохозяйств, обеспечение занятости трудоспособного населения и увеличение их доходов, развитие инфраструктуры села и гармонизацию интересов собственников и работников, сельхозпроизводителей и покупателей.

Состав сельских домохозяйств в системе предпринимательства представлен на рисунке 1.

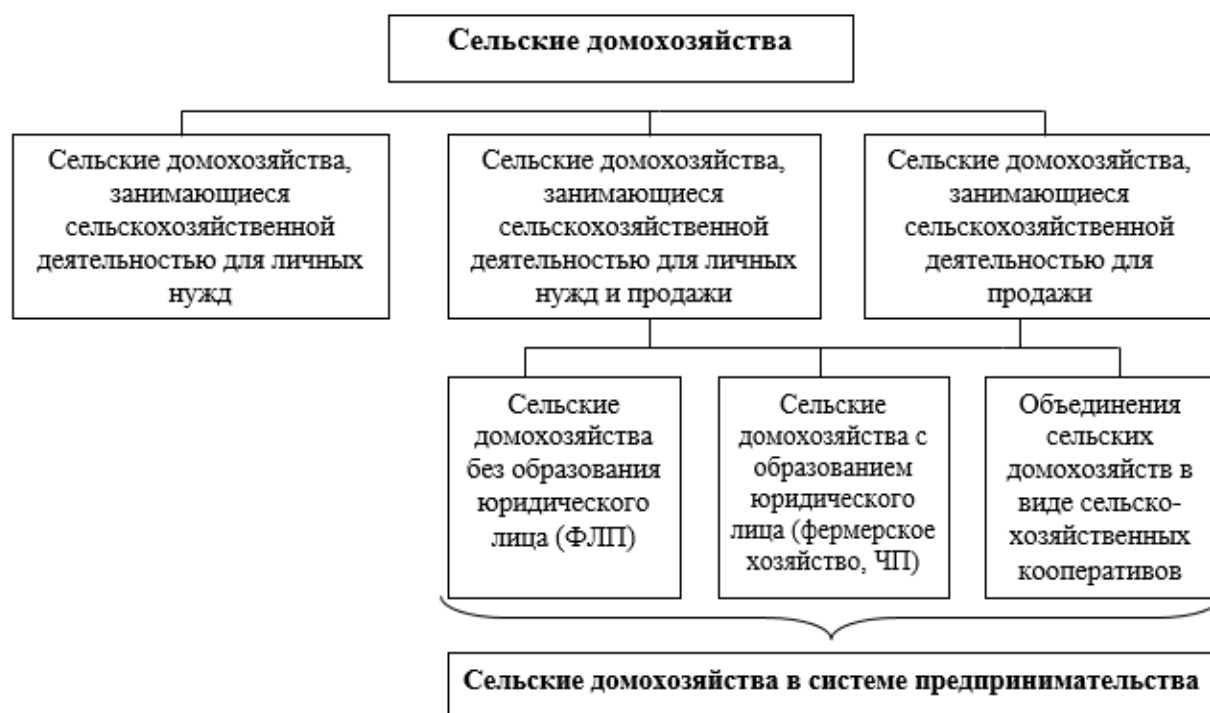


Рисунок 1. Состав сельских домохозяйств в системе предпринимательства

Таким образом, деятельность сельских домохозяйств - это самостоятельная, инициативная, индивидуальная предпринимательская деятельность членов сельских домохозяйств, которая решает сверхважные задачи для сельского населения и территорий [2, с. 235-240].

С целью активизации предпринимательской деятельности в Донецкой Народной и Луганской Народной Республиках разработан организационный механизм стратегического планирования и прогнозирования развития сельских домохозяйств, который включает цели, задачи, принципы, методы, формы обеспечения, источники информации, инструменты и этапы реализации, главным результатом которого является формирование плана стратегического развития сельских домохозяйств, который в отличие от существующих выполняет важные задачи, а именно обеспечение

эффективного использования стратегического планирования и прогнозирования развития сельских домохозяйств в условиях модернизации сельского хозяйства; повышение уровня конкурентоспособности сельских домохозяйств; повышение качества жизненного уровня сельских домохозяйств (рис. 2).

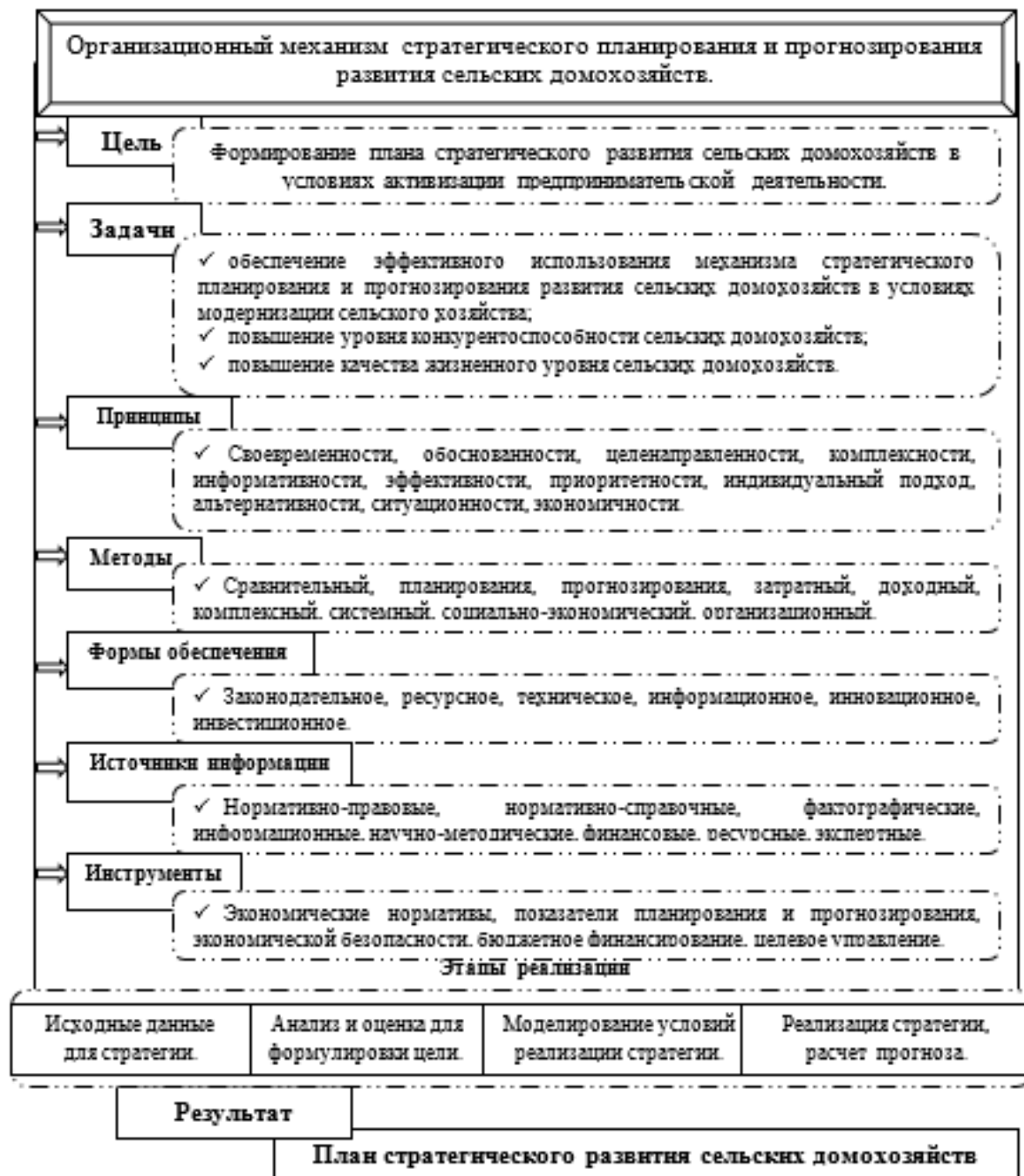


Рисунок 2 - Организационный механизм стратегического планирования и прогнозирования развития сельских домохозяйств

На основе метода прогнозирования определены основные макроэкономические показатели экономического и социального развития Луганской Народной Республики, спрогнозированные до 2023 г. (табл. 1).

Таблица 1

## Основные макроэкономические показатели экономического и социального развития региона до 2023 г.

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2023 г. (проект)
Валовый региональный продукт в фактических ценах, млн. руб.	14149,4	16483,2	18489,3	22478,2	23469,1	25843,8
Валовый региональный продукт в фактических ценах, в% к предыдущему году	98,6	103,8	130,7	158,9	165,9	182,0
Численность населения, тыс. чел	1510,022	1504,00	1488,290	1468,036	1452,923	1542,416
Уровень безработицы (по методологии МОТ), %	7,9	7,1	6,9	7,4	7,7	7,1
Численность работников, занятых по всех сферах экономической деятельности, тыс. чел.	1049,1	1066,3	1136,8	1146,2	1248,3	1315,7
Объем продукции промышленности, в % к предыдущему году	100,2	101,4	109,6	111,4	111,8	118,6
Валовая продукция сельского хозяйства, в % к предыдущему году	109,1	98,3	97,4	106,3	104,1	111,9
Объем инвестиций в основной капитал (капитальные вложения) за счёт всех источников финансирования, млн. руб.	4523	3612	3846	4269	4612	5163
Объем инвестиций в основной капитал (капитальные вложения) за счёт всех источников финансирования, в%к предыдущему году	102,7	79,86	85,03	94,38	101,97	108,14
Темпы роста имеющихся доходов населения, в % к предыдущему году	100,7	113,3	112,4	115,3	124,3	127,4
Темпы роста имеющихся доходов в расчёте на душу населения за год, в%к предыдущему году	102,6	104,1	101,0	109,2	110,1	116,2
Темпы роста среднемесячной номинальной заработной платы одного штатного работника, в % к предыдущем году	105,1	107,0	119,1	123,1	125,3	131,5



На основе трендового прогноза, а так же при условии сохранения демографических параметров, построен прогноз самообеспеченности некоторыми видами сельскохозяйственной продукции (табл. 2), а также результаты построения трендового прогноза производства отдельных видов сельскохозяйственной продукции в Луганской Народной Республике на 2023<sup>о</sup>г. и 2025<sup>о</sup>г. (табл. 3).

Таблица 2 - Прогноз самообеспеченности некоторыми видами сельскохозяйственной продукции в Луганской Народной Республике на 2023<sup>о</sup>г. и 2025<sup>о</sup>г., %.

Вид продовольствия	2018 г.	Прогноз самообеспеченности	
		2023 г.	2025 г.
молоко	4,66	5,51	6,83
яйца	50,94	56,52	72,67
овощи	1,06	2,01	3,43
мясо	27,58	42,91	66,09

Следует отметить, что в случае если темпы освоения посевных площадей сельскохозяйственных культур сохранятся, то самообеспеченность овощами вырастит в 3,23 раза в 2025 году, однако этого для региона будет недостаточно, так как самообеспеченность составит всего лишь 3,43%. По молоку аналогичная ситуация. Сохранение темпов роста поголовья сельскохозяйственных животных приведёт к незначительному росту объёмов производства соответствующей продукции в животноводстве, Самообеспеченность по молоку составит 6,63%.

Таблица 3. Результаты построения трендового прогноза производства отдельных видов сельскохозяйственной продукции в ЛНР на 2023 г. и 2025 г.

Вид продовольствия	Уравнение тренда	Коэффициент аппроксимации	Прогноз производства к 2018 г., %	
			2023 г.	2025 г.
молоко		0,5057	134,05	146,51
яйца		0,8907	127,97	142,66
овощи		0,4999	259,36	323,75
мясо	$y=(83604,52*LN(x))-672799$	0,8378	206,24	239,63

На основании прогноза можно утверждать, что предпринимаемые меры региональным органам власти с целью преодоления кризиса продовольственной безопасности ЛНР недостаточны. Необходимо, разработать программу поддержки сельхозпроизводителей, в том числе сельских домохозяйств, которая будет способствовать решению возникшей проблемы.

Вопросы формирования устойчивого развития территории республик после создания полного правового поля, обеспечения жизнедеятельности населения должны стать ключевыми в системе государственной политики [3, с. 36-38].

В диссертационном исследовании определена взаимосвязь всех подсистем хозяйственного комплекса в сфере деятельности сельских домохозяйств и

агропромышленного комплекса Луганской Народной Республики, которая включает в себя элементы, выделенные по признакам отраслей экономики (промышленность, транспорт, АПК, торговля и т.д.) или по предмету управления (экономика, финансы, инвестиции и др.), что позволяет научно обосновать состав подсистем хозяйственного комплекса республики на основе теории организации труда и производства (рис. 3).



Рисунок – 3 Взаимосвязь подсистем хозяйственного комплекса Луганской Народной Республики в сфере деятельности сельских домохозяйств

Сельское хозяйство имеет свои проблемы, препятствующие ее быстрому развитию и совершенствованию. Но при их изучении возникает большое количество перспективных направлений для укрепления позиций и дальнейшего [4, с. 29-32].

Необходимо для решения стратегических задач в каждом научно-промышленном комплексе города и района Луганской Народной Республики разрабатывать и согласовывать научно-технические и социально-экономические программы развития сельского хозяйства, сельских домохозяйств, сельских территорий. На основании анализа ряда научных разработок и опыта хозяйствования во многих странах, а также первых собственных положительных навыков в управлении хозяйственным комплексом в Луганской Народной Республике создались реальные предпосылки научного формирования структуры рационального управления хозяйственным комплексом республики.

По итогам научного исследования представлена разработанная концепция развития сельских домохозяйств в условиях совершенствования социально-экономической деятельности хозяйственного комплекса (рис. 4).

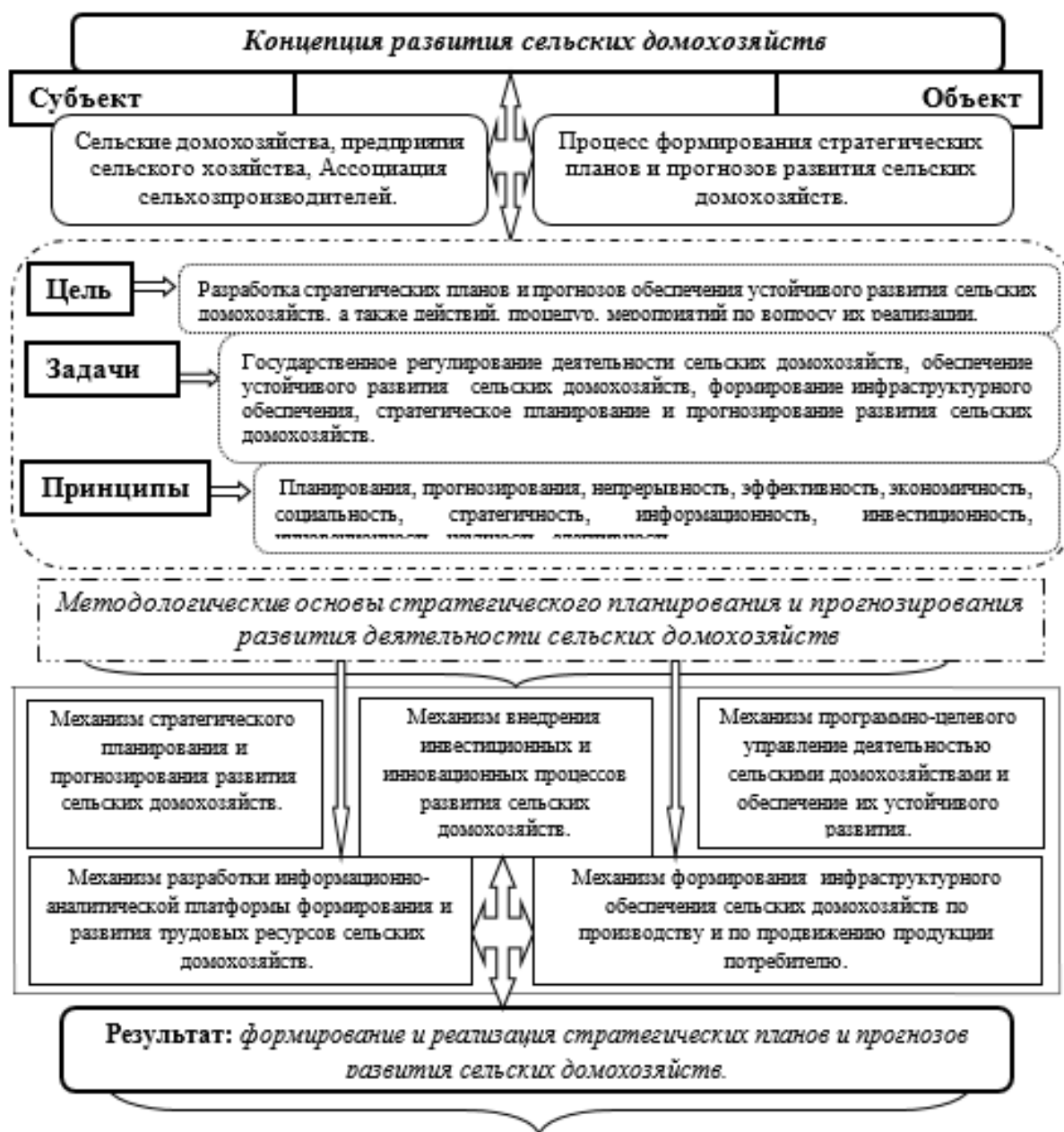


Рисунок 4 - Концепция развития сельских домохозяйств в условиях усовершенствования социально-экономической деятельности хозяйственного комплекса

Реализация концепции должна быть направлена на решение первоочередных и значимых задач:

поддержание основных направлений деятельности сельскохозяйственных предприятий, сельских домохозяйств (растениеводство и животноводство, повышение плодородия почв);

осуществление инвестиционной и инновационной деятельности с целью повышения земельного, технического и трудового потенциала сельского хозяйства, сельских домохозяйств;

создание современной производственной инфраструктуры, техническое переоснащение с учетом инновационных технологий и оборудования;

организация развития территорий сельского хозяйства, в том числе социальной инфраструктуры, строительство транспортных коммуникаций, развитие инфраструктуры сельских домохозяйств.

Для развития сельского хозяйства и преодоления негативных тенденций, утверждения ее позиций как конкурентоспособной сельскохозяйственной отрасли предложены следующие направления в системе стратегического планирования и прогнозирования:

- увеличение реализации сельскохозяйственной продукции производимой сельскими домохозяйствами, освоение новых рынков сбыта;

- гарантирование защиты прав потребителей;

- формирование системы свободного и прозрачного ценообразования через организацию прогнозированного аграрного рынка, наполнение финансовыми и товарными потоками его инфраструктуры, ускорение разработки и внедрение стандартов и сертификатов соответствия сельскохозяйственной продукции на республиканском уровне;

- обновление материально-технической базы сельских домохозяйств;

- создание благоприятных условий для привлечения как иностранных, так и отечественных инвесторов, применения лизинга, разных форм кредитования.

Главным направлением развития деятельности сельских домохозяйств в рамках стратегии социально-экономического развития республики, является то, что республика обязана осуществлять активную социальную политику в отношении многодетных, безработных, нетрудоспособных, инвалидов и прочих слоёв населения, которые мало защищены в социальном плане. При этом должны быть сформированы условия для экономической результативности сельских домохозяйств и других субъектов хозяйствования, которые должны быть ответственными за благосостояние других членов общества и своих семей.

На основе научного исследования предложены направления формирования реальной стратегии социально-экономического развития Луганской Народной Республики с учётом практического опыта Российской Федерации:

- реструктуризация и диверсификация экономики республики на перспективу до 2025 года;

- развитие отраслей с наиболее высоким инновационным потенциалом, таких как угольная промышленность, тяжёлое машиностроение, растениеводство, сельское хозяйство, пищевая перерабатывающая промышленность;

- поддержка малого и среднего бизнеса за счёт внутренних и внешних инвестиций, введения облегчённых вариантов государственной регистрации предприятий, организаций и хозяйств, предоставления налоговых льгот на малый бизнес;

- реформирование жилищно-коммунального хозяйства, реконструкция и развитие инженерной и транспортной инфраструктуры;

- развитие человеческого потенциала (улучшение демографической ситуации);

- обеспечение рациональной занятости населения, повышение эффективности использования трудовых ресурсов;

- развитие системы образования и профессиональной подготовки рабочих кадров и специалистов для предприятий, организаций и хозяйств ведущих отраслей производства;

создание условий для социального становления семей, женщин, детей и молодежи, развития физической культуры и спорта, содействие внедрению здорового образа жизни;

рациональное использование и восстановление природных ресурсов, охрана окружающей среды.

**Выводы по данному исследованию и направления дальнейших разработок по данной проблеме.** К основным результатам, определяющим научную новизну исследования, относится то, что впервые в работе:

научно обоснована концепция развития сельских домохозяйств в условиях усовершенствования социально-экономической деятельности хозяйственного комплекса, включающая цель, задачи, объект и предмет, методологию развития, организационный механизм развития деятельности сельских домохозяйств, которая дает возможность реализации основных направлений деятельности сельских домохозяйств; осуществления инвестиционной и инновационной деятельности; создания современной производственной инфраструктуры; организации развития территорий сельского хозяйства, в том числе социальной инфраструктуры, строительство транспортных коммуникаций, развитие инфраструктуры сельских домохозяйств;

разработан организационный механизм стратегического планирования и прогнозирования развития сельских домохозяйств, который включает цели, задачи, принципы, методы, формы обеспечения, источники информации, инструменты и этапы реализации, главным результатом которого является формирование плана стратегического развития сельских домохозяйств, выполняет важные задачи, а именно обеспечение эффективного использования стратегического планирования и прогнозирования развития сельских домохозяйств; повышение уровня конкурентоспособности и качества жизненного уровня сельских домохозяйств.

### Список литературы

1. Богачев, В.И. Основные направления стратегического планирования и эффективного управления хозяйственным комплексом (из опыта Российской Федерации): Монография / Под редакцией академика В.И. Богачева / В.И. Богачев, В.Г. Пеннер, И.А. Денисенко и др. – Луганск: «Промпечать», 2018. – 168 с. – С.144-147.

2. Денисенко, И.А. Совершенствование управления АПК на основе стратегического планирования, эффективного землепользования и системной активизации деятельности сельских домохозяйств : монография / И.А. Денисенко. – Луганск: «Книта», 2018. – 348 с. – С.235-240.

3. Денисенко, И.А. Развитие предпринимательства в условиях хозяйственного комплекса ЛНР : монография / В.И. Богачев, В.Г. Пеннер, И.А. Денисенко, А.Н. Рипка. – Луганск, 2018. – С. 36-38.

4. Журавлева, И.И. Предпринимательство в сельском хозяйстве: проблемы и перспективы развития / Бизнес-образование в экономике знаний, №1, 2018. – С. 29-32.

**СОЦИО-ТЕХНИКО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КОНЦЕПЦИЯ  
ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ  
ОБЕСПЕЧЕНИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫХ УСЛУГ**

**В.Д. Малыгина, д.э.н., профессор**

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

**Т.В. Гончарова, к.э.н., доцент**

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

**SOCIO-TECHNICAL-TECHNOLOGICAL CONCEPT OF INFORMATION-  
COMMUNICATION SYSTEM OF MUNICIPAL SERVICES**

**V.D. Malygina, Doctor of Economics,  
Professor**

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

**T.V. Goncharova, PhD in Economics,  
Associate Professor**

SO HPE «Donetsk National University of  
Economics and Trade named after  
Mykhayilo Tugan-Baranovsky»,  
Donetsk, DPR,  
e-mail: goncharowa\_tanya@mail.ru

**Реферат**

**Цель.** Целью статьи является реализация средств электронного правительства, которая дает возможность кардинально повысить качество муниципальных услуг гражданам.

**Методика.** Интеграция межведомственного взаимодействия и предоставления интегрированных услуг с помощью центральных правительственных порталов, порталов региональных и местных органов власти.

**Результаты.** Интеграция ведомственных информационных систем даст возможность повысить эффективность работы государственного аппарата, сократить возможности для финансовых махинаций, нарушения законов, уклонения от уплаты налогов и тому подобное.

**Научная новизна.** Новый уровень муниципальных услуг будет, достигнут через трансформацию и совершенствование системы интеграции ведомственных информационных систем и государственных, региональных и муниципальных информационных ресурсов.

**Практическая значимость.** В статье аргументируется необходимость комплексного исследования разработки социо-техничко-технологической концепции системы обеспечения муниципальных услуг, которая базируется на

современном понимании специфики предоставления муниципальных услуг как одного из ведущих направлений самоуправляющейся деятельности.

**Ключевые слова:** муниципальные услуги, социо-технико-технологическая концепция, облачные вычисления, частное облако, публичное облако, центр обработки данных, программное обеспечение, единая государственная информационно-коммуникационная инфраструктура, информационная система предоставления муниципальных услуг.

**Постановка проблемы.** Актуальность исследования, таким образом, обусловлена проблемой, которая заключается в несоответствии современного состояния информационно-коммуникационного обеспечения муниципальных услуг условиям, сложившимся в процессе утверждения сервисного государства и развития информационного общества, а также отсутствием комплексных научных разработок с обоснованием подходов к формированию системы такого обеспечения на местном и региональном уровнях.

Для реализации на практике структуры и функций маркетинговой информационно-коммуникационной системы обеспечения муниципальных услуг нужна разработка социо-технико-технологической концепции данной системы, которая базируется на современном понимании специфики предоставления муниципальных услуг как одного из ведущих направлений самоуправляющейся деятельности. Специфику муниципальных услуг целесообразно рассматривать через призму проблем, связанных с созданием комплексной маркетинговой информационно-коммуникационной системы обеспечения деятельности органов местного самоуправления по предоставлению этих услуг (рис. 1).

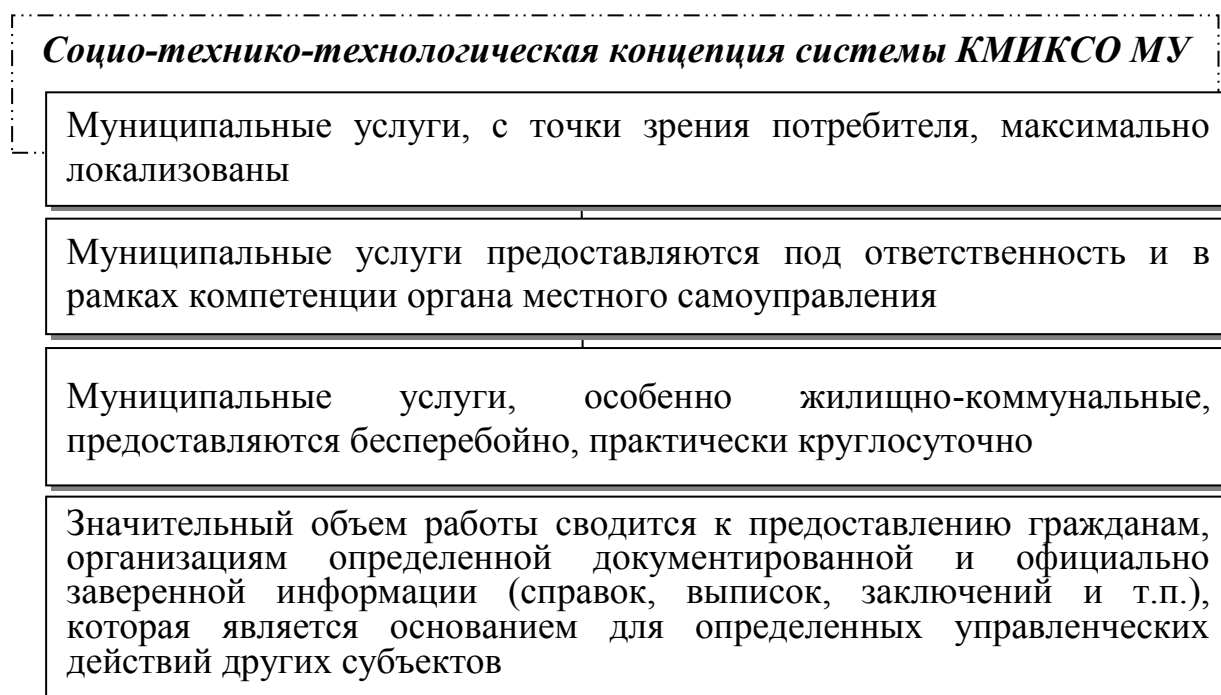


Рисунок 1 – Специфика реализации социо-технико-технологической концепции маркетинговой информационно-коммуникационной системы обеспечения муниципальных услуг (КМИКСО МУ)

Во-первых, эти услуги, с точки зрения потребителя, максимально локализованы, поскольку предоставляются по месту жительства гражданина или

вблизи него, а с точки зрения органа местного самоуправления – рассредоточены, поскольку могут предоставляться как собственно ним, его организациями, так и с привлечением других структур, деятельность которых по предоставлению этих услуг может координироваться и контролироваться данным органом местного самоуправления. Это свидетельствует о том, что сфера предоставления/получения муниципальных услуг представляет собой сеть, а потому и система информационного обеспечения такой деятельности должна быть построена по данному принципу.

Во-вторых, муниципальные услуги предоставляются под ответственность и в рамках компетенции органа местного самоуправления.

Как показывает применяемая в Донецкой Народной Республике практика, значительное количество предусмотренных согласно закону муниципальных услуг не имеют надлежащего ресурсного обеспечения из-за диспропорций финансового обеспечения местного самоуправления, или делегированы с центрального или регионального уровня без надлежащего обеспечения. Такие муниципальные услуги, как социальные, образовательные, медицинские, т.е. разрешительного характера, предоставляются субъектами государственного управления или имеют двойственное подчинение.

Существует определённая раздробленность общегосударственных электронных баз данных, касающихся сервисной деятельности, а также ограниченность доступа к ним пользователей органов местного самоуправления, что обуславливает необходимость совершенствования межведомственного взаимодействия (интегрирование локальных систем информационного обеспечения с соответствующими системами регионального и общегосударственного уровней) и максимально эффективного использования финансовых, материально-технических и информационных ресурсов.

В-третьих, муниципальные услуги, особенно жилищно-коммунальные, предоставляются бесперебойно, практически круглосуточно отдельными предприятиями различной формы собственности, что обуславливает необходимость осуществления постоянного круглосуточного мониторинга и контроля деятельности организаций по предоставлению муниципальных услуг уполномоченным органом местного самоуправления и потребителями. Это позволит обеспечивать качество услуг, предупреждать и оперативно ликвидировать аварийные ситуации, экономить ресурсы.

В-четвертых, значительный объем работы по информационному обеспечению деятельности по предоставлению муниципальных услуг сводится к предоставлению гражданам, организациям определенной документированной и официально заверенной информации (справок, выписок, заключений и т.п.), которая является основанием для определенных управленческих действий других субъектов, и приводит к созданию значительных по объему информационных ресурсов. Однако их эффективное использование ограничивается, с одной стороны, из-за неопределенности в ДНР по оказанию юридической значимости электронным документам, а с другой – ведомственной закрытостью имеющихся информационных ресурсов. Для решения этой проблемы существует два пути, которыми можно двигаться одновременно: 1) максимальная автоматизация сервисов по предоставлению административных услуг; 2) объединение баз (массивов) данных для обеспечения управленческой и сервисной деятельности



субъектов разного уровня без использования клиента в роли «коммуникативного посредника».

Таким образом, основными проблемами, которые имеют социо-техно-технологическую природу и могут быть решены в результате создания комплексной маркетинговой системы информационно-коммуникационного обеспечения деятельности органов местного самоуправления по предоставлению муниципальных услуг, являются:

- несогласованность сетевого типа системы предоставления муниципальных услуг и иерархической системы ее информационного обеспечения;

- отсутствие единой комплексной системы информационного обеспечения, которая бы выполняла все необходимые функции, фрагментарность информационного обеспечения;

- отсутствие инструментов и единых стандартов межведомственного взаимодействия в сфере предоставления муниципальных услуг;

- нерациональное использование технических, технологических и информационных ресурсов;

- отсутствие информационного обеспечения органов местного самоуправления и потребителей муниципальных услуг в режиме «24/7»;

- отсутствие автоматизации предоставления отдельных услуг.

Решение указанных проблем возможно с использованием современных информационно-коммуникационных технологий. Одним из направлений применения таких технологий, имеющих инновационный характер, являются облачные вычисления [1, 2]. При облачных вычислениях в распоряжение пользователя поступает полнофункциональный виртуальный сервер, не уступающий по своим возможностям физическому серверу, и, как результат, в государственных и муниципальных органах, а также на подведомственных им предприятиях и в организациях не будет необходимости приобретать физическое оборудование, обслуживать его и нести расходы по оплате работы персонала. Облачные вычисления способствуют более эффективному использованию имеющихся информационных ресурсов государственных и муниципальных органов, при этом ресурсы доступны им всем и могут рационально распределяться между ними по мере изменения нагрузки. В сфере предоставления муниципальных услуг может быть использован накопленный в бизнесе опыт применения облачных вычислений. Изучение проблемы показало, что эксперты выделяют три основные принципиальные модели организации облачных услуг для предприятия: частное облако; хостинг; публичное облако.

Частное облако базируется на собственном центре обработки данных (ЦОД), в котором размещено собственное оборудование предприятия (организации). Признаками частного облака являются: приобретение собственных серверов, сетевых устройств, программного обеспечения (ПО); первоначальные вложения в инфраструктуру; полный контроль и полная ответственность.

Хостингом называют модель, когда заказчик берет в аренду физическое оборудование и размещает его в постороннем ЦОД. Некоторые эксперты также определяют эту модель как «аутсорсинг услуг ЦОД». Ее характеризуют: аренда серверов, сетевых устройств, ПО; отсутствие капитальных затрат, но появление операционных; уменьшение контроля и соответственно ответственности.

Публичное облако – это классическая облачная модель. В публичном облаке заказчик получает возможность платить только за потребленные ресурсы, что обеспечивает высокий уровень гибкости инфраструктуры. Кроме этого, вся ответственность за работоспособность сервиса лежит на поставщике, который по контракту предоставляет финансовые гарантии и подкрепляет их штрафными санкциями.

Разумеется, не исключены и промежуточные модели, например, когда заказчик покупает оборудование и размещает его в постороннем ЦОД. Как правило, для наиболее оптимальной реализации своих задач предприятия разделяют свои сервисы на группы и определяют, какие из них каким способом эффективно реализовать. В настоящее время технологии облачных вычислений являются одним из приоритетных направлений информатизации в сферах государственного управления и местного самоуправления.

Целесообразно рассмотреть отдельные примеры реализации данного подхода за рубежом.

В Государственной программе «Информационное общество (2011-2020 годы)», утвержденной Распоряжением Правительства РФ от 20 октября 2010 г. № 1815-р [3], в подпрограмме «Электронное государство и эффективность государственного управления» развитие облачных вычислений отнесено к приоритетным задачам до 2020 г. В программе очерчено создание национальной платформы облачных вычислений, а именно:

- разработка интернет-платформы облачных вычислений, что обеспечивает безопасную работу с типовыми программными приложениями в режиме «программное обеспечение как услуга»;

- разработка на базе национальной программной платформы набора типовых программных сервисов для использования в органах государственной власти, включая средства коллективной работы с документами, общедоступного сетевого хранилища данных, средств удаленного хостинга программных приложений, средств разработки программного обеспечения;

- обеспечение интеграции национальных сетевых программных сервисов с крупнейшими коммерческими ресурсами, предоставляющих программное обеспечение в режиме услуги.

Аналогичные мероприятия запланированы на 2011-2020 гг. в ведомственных и региональных программах информатизации органов государственной власти Российской Федерации.

Накопленный в мире опыт применения облачных вычислений в государственном секторе позволяет сделать вывод, что наиболее подходящей моделью информатизации государственного управления и местного самоуправления в ДНР на данном этапе является модель частного облака. При такой модели создается единая государственная информационно-коммуникационная инфраструктура (ЕГ ИКИ). Государственные органы осуществляют полный контроль функционирования инфраструктуры и, следовательно, обеспечивают необходимый уровень безопасности и защиты данных. Во всех органах государственной власти и местного самоуправления необходимо создание автоматизированных рабочих мест. Одним из основных элементов ЕГ ИКИ является центр обработки данных или система центров обработки данных, соединенных между собой высокоскоростными каналами связи

[4, 5]. ЦОД – это сооружение для размещения вычислительных систем, сетевого оборудования, хранилищ данных и связанных с ними составляющих, включая все установленные инженерные системы, такие как распределение электропитания, контроль окружающей среды, телекоммуникационная проводка, кабельные трассы и помещения.

Следует отметить, что хотя доступ к порталам государственных и муниципальных услуг будет осуществляться с помощью обычного браузера, необходимость в создании автоматизированного рабочего места (АРМ) остается. Например, в целях защиты информации может быть использована технология VPN, которая предусматривает установку на рабочей станции специализированного программного обеспечения. На базе ЕГ ИКИ могут быть реализованы самые разнообразные облачные сервисы в сфере государственного управления и местного самоуправления: обеспечение достоверной и актуальной информацией о гражданах, проживающих в данном регионе; организация межведомственного электронного взаимодействия как внутри региона, так и между регионами; функционирование единого портала государственных и муниципальных услуг, регионального портала и порталов органов местного самоуправления предоставления государственных и муниципальных услуг, а также других систем, создаваемых в рамках инфраструктуры электронного правительства; реализация системы архивного хранения предоставленных государственных и муниципальных услуг; создание реестра государственных и муниципальных услуг; создание реестра государственных администраторов, ответственных лиц разрешительных органов, госслужащих и должностных лиц местного самоуправления, работающих в информационной системе предоставления государственных и муниципальных услуг; поддержка сервисов взаимодействия с инфраструктурой открытых ключей электронной цифровой подписи; реализация системы обеспечения информационной безопасности; предоставление специализированного программного обеспечения и пр.

Создание на базе ЕГ ИКИ информационной системы о гражданах позволит решить две задачи:

освободить граждан от предъявления каких-либо документов (паспорт, идентификационный код и т.д.), информация о которых имеется в ведомственных информационных системах, при получении муниципальных услуг. Идентификация гражданина может осуществляться на основе использования электронной цифровой подписи;

на основе некоторого минимального набора данных о гражданине (паспорт, идентификационный код и др.), однозначно его идентифицирующих, осуществлять сопоставление и извлечение информации из ведомственных баз данных, которые, как правило, несовместимы, создавались в разное время, на разных платформах. На базе ЕГ ИКИ целесообразно создать информационную систему предоставления муниципальных услуг (ИС МУ).

Основными элементами ИС МУ являются:

1. Региональный портал и порталы органов местного самоуправления, организованные по принципу «единого окна».

2. АРМ администратора портала органа местного самоуправления. Функциями администратора являются: настройка параметров основных информационных процессов пользователей системы; предоставление пользователям прав доступа; контроль работы пользователей; формирование справочников, используемых в работе системы; формирование и публикация информации на сайте территориального образования.

3. АРМы для удаленной работы сотрудников разрешительных органов, коммунальных предприятий, учреждений или организаций, которые принадлежат к сфере управления органа местного самоуправления. Основными функциями этих подсистем являются: обеспечение взаимодействия с администрацией портала; контроль своевременного предоставления муниципальных услуг; мониторинг обращений пользователей системы; консультации пользователей системы.

4. Доступ граждан и предпринимателей к ИС МУ осуществляется через Интернет с помощью веб-браузера.

Информационная система предоставления муниципальных услуг (ИС МУ) может быть спроектирована с использованием принципов сервис-ориентированной архитектуры (SOA), когда логично значимые элементы выделяются в отдельные сервисы, взаимодействие между которыми осуществляется с помощью стандартизированного протокола (API). При этом рекомендуется изолировать слой данных от прямого (с помощью SQL-запросов) доступа любых других модулей, в том числе подсистемы формирования пользовательского интерфейса.

С целью обеспечения дальнейшего развития ИС МУ, а также возможности использования программных продуктов различных поставщиков необходимо выделить в отдельную компоненту подсистему формирования пользовательского интерфейса, которая с помощью взаимодействия с API функциональных сервисов формировать унифицированный веб-интерфейс. Веб-интерфейс позволяет взаимодействовать с ИС МУ и проводить все операции, используя веб-браузер, что, как правило, уже входит в состав операционной системы. Использование веб-интерфейса позволяет сократить расходы, связанные с установкой, администрированием, сопровождением и обновлением версий клиента, поскольку все эти действия осуществляются централизованно.

С учетом вышеизложенного можно сформулировать концепцию маркетинговой информационно-коммуникационной системы предоставления муниципальных услуг органом местного самоуправления (рисунок 2).

1. Для разработки ИС МУ необходимо использовать технологии облачных вычислений, в частности модель частного облака.

2. ИС МУ должна функционировать на единой общенациональной информационно-коммуникационной инфраструктуре, основанной на государственных центральном и региональных ЦОД, соединенных высокоскоростными линиями связи в соответствии с топологией «звезда».



Рисунок 2 - Концепция маркетинговой информационно-коммуникационной системы предоставления муниципальных услуг органом местного самоуправления

3. Все центры муниципальных услуг органов местного самоуправления подключаются к общегосударственной информационной системе через соответствующий региональный ЦОД. В самих центрах муниципальных услуг должны быть созданы автоматизированные рабочие места администраторов.

4. Коммунальные предприятия, организации и учреждения, которые находятся в сфере управления органа местного самоуправления, осуществляют информационно-коммуникационное взаимодействие с местным и региональным центрами муниципальных услуг, а также между собой через соответствующий региональный ЦОД. Для этого создаются соответствующие АРМ для удаленной работы.

5. Основной вход граждан и предпринимателей в ИС МУ осуществляется с помощью центрального портала, используются информационные ресурсы центрального и регионального ЦОД. Дополнительно в систему можно войти через региональный портал или портал органа местного самоуправления, содержащие соответствующие фрагменты информации центрального портала, которые относятся к их компетенции. Работа граждан и предпринимателей в ИС МУ осуществляется через Интернет с помощью веб-браузера.

6. Сейчас существует возможность выбора поставщика общесистемного программного обеспечения с наличием доступных вариантов от основных ведущих поставщиков общесистемного ПО в части портала, управления автоматизированными регламентами от Oracle и IBM. Разработка типового узла опирается на такие компоненты платформы Microsoft, как SQL Server, Biztalk Server, Sharepoint Portal Server. Подсистема технологических документов в случае использования платформы Microsoft строится на основе продукта Microsoft Infopath. В то же время предпочтение следует отдавать решению на основе компонентов Open Source.

7. Базой для интеграции ресурсов должно стать создание единых справочников, классификаторов, реестров и т.д. Они должны быть едины для всех органов государственной и муниципальной власти (современные информационные системы основаны на справочниках и классификаторах, предложены разработчиками и зачастую не совпадают).

8. Важным вопросом является наполнение информационной системы о гражданах на базе ЕГ ИКИ. С одной стороны, в базе данных о каждом гражданине должен содержаться набор данных, однозначно идентифицирующий его, с другой – данный набор должен быть минимальным, поскольку это влияет на стоимость программного обеспечения, ввода данных и эффективность работы всей системы в целом. Кроме того, из всех атрибутов (полей) следует выделить ключевой, который позволит сопоставлять данные из разрозненных источников – ведомственных баз данных.

Указанное требование удовлетворяет такой набор атрибутов: идентификационный номер; номер и дата регистрации в ГНИ со ссылкой на сканированную копию страницы паспорта заявителя в случае отказа его от идентификационного номера; фамилия, имя, отчество (полностью); дата и место рождения; серия паспорта или свидетельства о рождении; номер паспорта или свидетельства о рождении; дата и место выдачи паспорта или свидетельства о рождении; открытый ключ электронной цифровой подписи.

9. Необходимо разработать типовые решения «Центр муниципальных услуг» для регионального и местного уровней, включающие следующие элементы: инфраструктурная информационная система; библиотека типовых форм (заявлений); библиотека типовых электронных регламентов; техническая документация (спецификация API); пакет нормативных документов (методическое обеспечение). В таком виде решение поставляется в органы местного самоуправления на региональном и местном уровнях и позволяет в кратчайшие сроки начать предоставление государственных и муниципальных услуг в электронном виде.

10. На региональном и местном уровнях перечень муниципальных услуг в электронном виде может существенно превышать утвержденный нормативно-правовыми актами минимальный набор. Разработка дополнительных форм обращений и подключения их к подсистеме технологических документов осуществляется в рамках предоставления дополнительных услуг в процессе адаптации типового решения.

Порядок перевода дополнительной услуги в электронный вид включает следующие этапы: анализ существующей практики предоставления государственной услуги; формирование общих требований к предоставлению услуги в электронной форме; пошаговое описание функций, осуществляемых в процессе предоставления услуги в электронной форме; разработка системы мониторинга предоставления услуги в электронной форме; разработка плана мероприятий по переводу процесса предоставления услуги в электронную форму.

11. Важным является вопрос обучения как пользователей услуг, так и тех, кто эти услуги должен предоставлять. Нужно научить работе с порталами государственных услуг почти всех работников органов государственной и муниципальной власти, а также предприятий и организаций, находящихся в сфере их управления. Необходимо также будет обучить и различные категории населения (по программам в зависимости от категорий пользователей).

12. Должны обеспечиваться следующие подходы к предоставлению информационных услуг: использование для оказания услуг широкого спектра Интернет-технологий и медиасредств, включая электронную почту, веб-конференции, другие онлайн-овые и интерактивные системы; группировка услуг в зависимости от их ориентации на те или иные конкретные случаи жизни и ситуации для упрощения пользования услугами жителей с невысокой информационно-коммуникационной компетентностью;

обеспечение обратной связи по содержанию и качеству предоставляемых услуг; организация разностороннего анализа информации по использованию услуг населением и учет мнений пользователей при дальнейшем развитии системы.

В целях решения поставленных задач «Центра предоставления административных услуг» администрации г. Донецка представлена авторская разработка программного пакета «Адамант».

Программный пакет получил свое наименование по результатам построения семантического поля (рисунок 3).

Внешний круг поля составлен из основных свойств и присущих характеристик программного пакета.

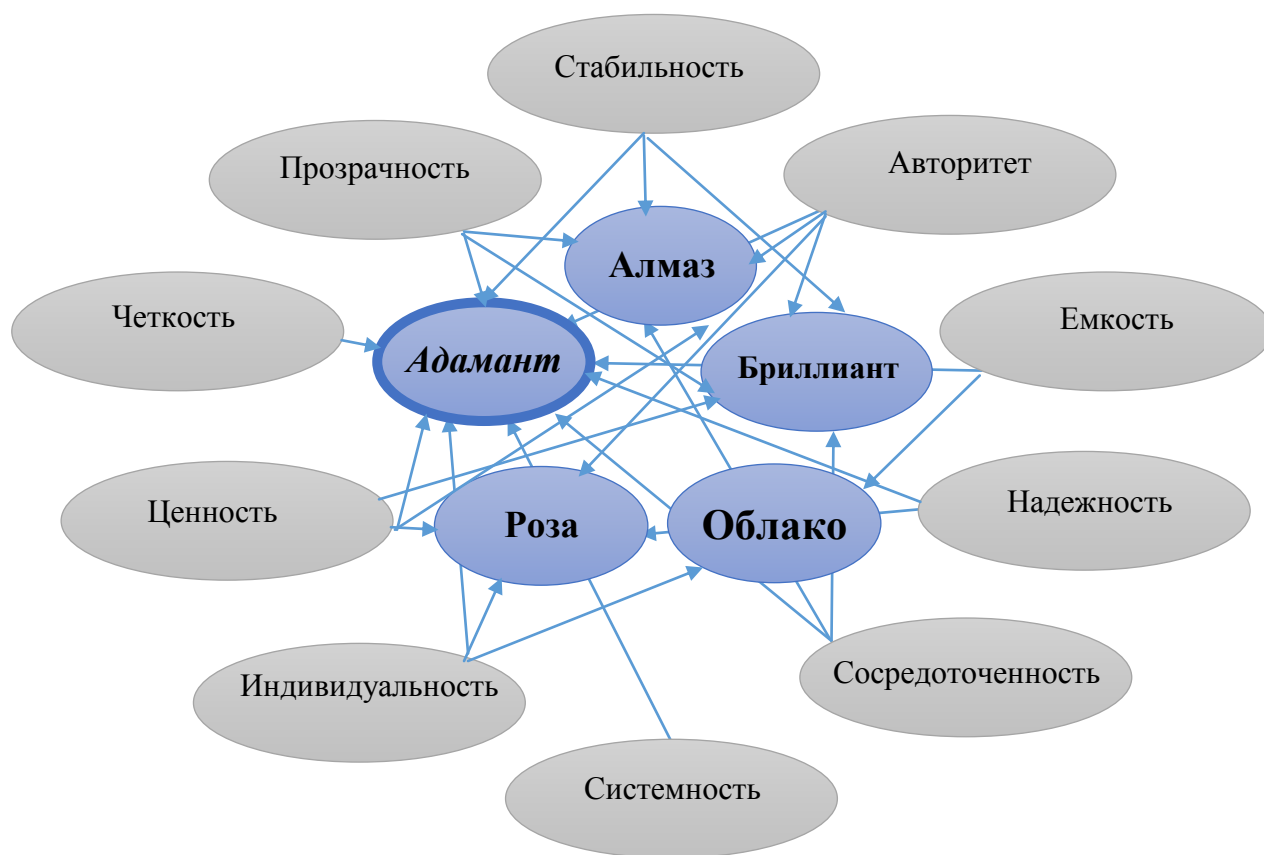


Рисунок 3 – Семантическое поле наименования разработанного программного пакета

Внутренний круг представлен вариантами наименований программного продукта. Как видно, наибольшее число совпадений показал вариант собственного названия «Адамант», который отображает все свойства разработанного программного пакета. По определению обозначает «...вымышленное вещество, обладающее абсолютной прочностью...» [6]. Принципиальная структурная схема программного пакета «Адамант» и алгоритм его функционирования систематизирована и представлена на рисунке 4 и рисунке 5.





Рисунок 4. Принципиальная структурная схема программного пакета «Адамант»



Рисунок 5. Алгоритм функционирования программного пакета «Адамант»

Направления информационных потоков программного пакета изображены на рисунке 6.

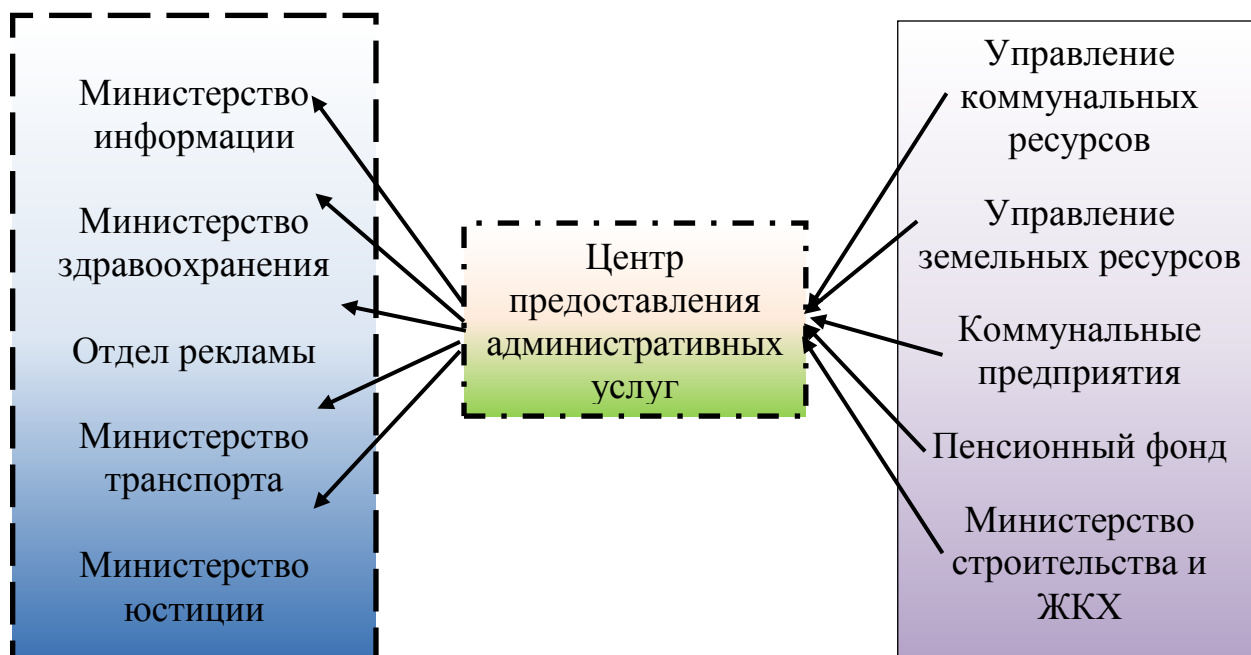


Рисунок 6 – Направления информационных потоков программного пакета «Адамант»

Программный пакет является результатом экономико-математического моделирования функционирования информационно-коммуникационной системы обеспечения муниципальных услуг в г. Донецке.

**Выводы.** Из вышеизложенного следует, что анализ структуры и функций информационно-коммуникационной системы обеспечения муниципальных услуг с учетом результатов экономико-математического моделирования функционирования информационно-коммуникационной системы обеспечения муниципальных услуг в г. Донецке служит основой для разработки комплексного механизма внедрения информационно-коммуникационной системы обеспечения муниципальных услуг.

### Список литературы

1. Облачные сервисы. Взгляд из России. Факты, прогнозы и мнения 30 СЮ. [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. дан. - 2017. - Режим доступа: [www.cnews.ru/downloads/CloudTechnology.pdf](http://www.cnews.ru/downloads/CloudTechnology.pdf)
2. Клементьев, И.П. Введение в Облачные вычисления / И.П. Клементьев, В.А. Устинов. - Свердловск: УГУ, 2009. – С. 233.
3. Государственная программа Российской Федерации «Информационное общество (2011-2020 гг)». [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. дан. - 2017. - Режим доступа: <http://government.ru/gov/results/12932/>

4. Жигалов, Д.В. Использование инструментов бюджетирования, ориентированного на результат, в практике муниципального управления / Д.В. Жигалов, Л.В. Перцов, Ю.Ю. Чалая. - [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. дан. - 2017. - Режим доступа: <[http://www.intalev.ru/agregator/pbb/id\\_70836/](http://www.intalev.ru/agregator/pbb/id_70836/)>

5. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс; пер. с англ. под науч. ред. А.И. Шкаратана. - М.: ГУ ВШЭ, 2000. - 608с.

6. Адамант. Значения. [Электронный ресурс]. – Электрон. текст. дан. – 2017, Вики 2. - Режим доступа: <https://wiki2.org/ru/%D0>

**УДК 658:331.3**

## **СУЩНОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР**

**И.В. Гречина,**  
**д-р экон. наук, доцент**<sup>1</sup>

<sup>1</sup> – ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, ДНР, e-mail: GrechinaIra@i.ua

**В.Д. Тишаева, аспирант**<sup>2</sup>

<sup>2</sup> – ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, ДНР e-mail: JennyTish95@mail.ru

## **ESSENCE OF ECONOMIC POTENTIAL OF ENTREPRENEURIAL STRUCTURES**

**I.V. Grechina,**  
**Doctor of Economics,**  
**Associate Professor**<sup>1</sup>

<sup>1</sup> – SO HPE «Donetsk National University of Economics and Trade named after M. Tugan-Baranovsky», Donetsk, DPR, e-mail: GrechinaIra@i.ua

**V.D. Tishaeva, Graduate student**<sup>2</sup>

<sup>2</sup> – SO HPE «Donetsk National University of Economics and Trade named after M. Tugan-Baranovsky», Donetsk, DPR, e-mail: JennyTidh95@mail.ru

### **Реферат**

**Цель.** Основной целью статьи является рассмотрение сущности понятия «экономический потенциал» предпринимательских структур.

**Методика.** При написании статьи использованы различные общенаучные методы семантического анализа, синтеза, индукции, дедукции, логического анализа, а также методические приемы: выборка, обобщение, моделирование, обзор – для обобщения сущности исследуемой категории.

**Результаты.** В статье рассмотрены современные научные подходы к исследованию сущности дефиниции «экономического потенциала»

предпринимательских структур, выделены различные подходы к трактовке данной категории.

**Научная новизна.** Предложено авторское определение категории «экономический потенциал» предпринимательских структур.

**Практическая значимость.** Результаты исследования позволяют познать сущность экономического потенциала предпринимательских структур с целью дальнейшего формирования основ его развития на современном этапе, определения его структурных составляющих.

**Ключевые слова:** *потенциал, экономический потенциал предпринимательских структур, ресурсный подход, результативный подход, системный подход.*

**Постановка проблемы и связь с научными и практическими задачами.** Современные неустойчивые тенденции в становлении экономики Донецкой Народной Республики оказывают негативное влияние на развитие субъектов предпринимательской деятельности. Предпринимательские структуры вынуждены оперативно реагировать на внешнюю среду, своевременно вносить коррективы в стратегию своего развития, по мере необходимости изыскивать дополнительные возможности и скрытые резервы, что актуализирует вопросы изучения экономического потенциала их роста и процветания. Не секрет, что именно от экономического потенциала зависит уровень рентабельности, платёжеспособности и конкурентоспособности субъекта предпринимательства.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Данная проблема имеет непосредственную связь с развитием макроэкономической и мезоэкономической теорий и с разной степенью глубины рассмотрена в работах известных экономистов стран СНГ: Л.И. Абалкина [2], И. Репиной [17], А. Олексюком [17], Э. Фигурновым [3], и др. Вопросы формирования общей теории потенциала в системе мезоэкономических отношений поднимались в работах Е. Лапина [10], Н. Краснокутской [11], А.И. Самоукина [7] и др. Основные направления исследований данных специалистов в более детальном виде будут рассмотрены в ходе изложения материала при осуществлении поиска основных путей решения существующей проблемы. Ее решению может способствовать использование системного подхода.

**Изложение основного материала исследования.** Построение эффективной, целостной, социально-ориентированной экономики в Донецкой Народной Республике в послевоенный период станет возможным благодаря применению многоуровневого системного подхода с учетом особенностей взаимодействий всех уровней экономики. Такой подход даст возможность исследовать поведение микроэкономических агентов на рынке, определить основные стратегии и потенциал их развития.

Таким образом, исследование сущности экономической категории «потенциал» микроэкономических агентов (экономических систем) в системе

макроэкономических отношений становится первоочередной проблемой для экономики Донецкой Народной Республики.

Понятие «экономический потенциал» многоплановое и многостороннее. В зависимости от цели исследования используется в нескольких значениях и имеет ряд определений: «экономический потенциал», «инвестиционный потенциал», «инновационный потенциал», «кадровый потенциал», «финансовый потенциал», «маркетинговый потенциал», «инновационный потенциал» и др. Следует отметить, что на его содержательную сторону наложил отпечаток эволюционный путь развития экономики стран СНГ.

Так, в 1981 г. Л.И. Абалкин считал, что «экономический потенциал – это обобщенная характеристика ресурсов» [2], Е. Фигурнов (1982 г.) дает более емкую характеристику дефиниции и утверждает, что: «экономический потенциал характеризует ресурсы производства, количественные и качественные их параметры, определяющие максимальные возможности по производству материальных благ в определенный момент времени» [3]. Б.М. Мочалов (1982г.) рассматривает экономический потенциал как «...совокупную способность областей народного хозяйства производить промышленную, сельскохозяйственную продукцию, осуществлять капитальное строительство, перевозить грузы, предоставлять услуги населению» [4].

В авторских подходах четко прослеживалась идея, направленная на развитие потенциала плановой экономики, сформированной на упорядоченных вертикальных связях. В. Свободин (1984 г.) отмечает, что «экономический потенциал – это совокупность совместно функционирующих ресурсов, способных производить определенный объем продукции» [5]; В.К. Фальцман (1987 г.) в [6] обращает внимание на структуру ресурсов и относит к ним только основные производственные фонды и мощности.

Таким образом, первоначально сущностной основой экономического потенциала субъектов предпринимательства является ресурсная концепция, реализующаяся при условии существования вертикальных связей управления экономикой страны.

С 1990 года в работах ученых появляются идеи институционализма. Так, О.И. Самоукин (1991 г.) отмечает, что «экономический потенциал необходимо рассматривать во взаимосвязи с системой производственных отношений, которые возникают между отдельными работниками, трудовыми коллективами, а также аппаратом управления предприятия, организации, областей народного хозяйства по поводу полного использования их способностей к созданию материальных благ и услуг» [7]. О. Цигичко (1992 г.) [8], Б. Плищевский (1996 г.) [9] и др., экономическую сущность дефиниции «экономический потенциал» отождествляют с понятиями: «ресурсы», «инвестиции», «инвестиционные ресурсы», «численность работников».

Второй этап социально-экономических преобразований направлен на создание институтов макроэкономического регулирования поведения микроэкономических агентов. Он сопровождался не только развитием ресурсной концепции потенциала, но и появлением его новых (компетенционной, инвестиционной, инновационной и пр.) составляющих. Это свидетельствует о том, что развитие рыночных отношений наполнило сущность категории «экономический потенциал» новыми парадигмами, присущими системе свободной рыночной экономики и являющимися объектами исследований зарубежных авторов.

С 2000 года в работах современных ученых [5 – 9] акцентируется внимание на том, что залогом успешного развития субъекта предпринимательства является наличие достаточного количества ресурсов и умение быстро принимать необходимые управленческие решения.

В это время научный прорыв в развитии теоретических основ анализа «потенциала» сделан известным ученым Е.В. Лапиным. В его диссертационной работе (2000–2003 г.г.) [10], говорится, что понятие «экономический потенциал» субъекта предпринимательства характеризует не столько производственные возможности (производственную мощность), сколько интегральные способности предприятия максимально удовлетворять потребности населения и учитывать интересы государства при оптимальном использовании имеющихся экономических ресурсов. Автор делает акцент не только на реализации экономического потенциала отдельного предприятия, но и учитывает его интегральные способности в системе развития экономики страны (региона) в целом.

Итак, реализация третьего этапа социально-экономических преобразований происходит в системе свободных рыночных отношений. Это оказало немаловажное влияние на развитие современных научных теорий потенциала субъекта предпринимательства [11 – 15].

Так, Н. Краснокутская понимает под потенциалом предприятия «возможности системы его ресурсов, способностей и компетенций создавать ценность для заинтересованных сторон» [11], А. Воронкова акцентирует внимание на конкурентоспособном потенциале как на совокупности «производственно-финансовых, интеллектуальных и трудовых возможностей предприятия, которые обеспечивают ему устойчивые конкурентные позиции на рынке» [12]. О. Вишневская понятие «экономический потенциал» связывает с характером целей, «для одних целей «совокупность возможностей» (*set of opportunities*) может быть высокой, а для других – низкой» [13].

Кроме того, автор отмечает, что на оценку потенциала существенно влияет состояние внешней среды и конкуренция в области. Эта мысль прослеживается и в работах И.М. Мягих – «экономический потенциал предприятия – это совокупность естественных условий, возможностей и ресурсов, которые могут быть использованы для достижения конкретных целей в процессе взаимодействия с внешней средой» [14].

Ключевыми элементами в определении дефиниции «экономический потенциал» становятся: ресурсы, способности, компетенции, конкурентоспособность, цели, взаимодействие с внешней средой, а эффективное управление им становится возможным благодаря использованию системного подхода. В качестве ключевых элементов авторами выделены: ресурсы, компетенции, эффективность использования и факторы воздействия.

Особенно ярко внешние и внутренние факторы воздействия рассмотрены в работах О.В. Арефьевой и Т.В. Харчук, где авторы отмечают, что «формирование потенциала предприятия является сложным динамическим процессом, ориентированным на максимальное взаимодействие с внешней средой и обеспечением высокого качества реализации» [15], где внимание авторов направлено на исследование основных потенциалообразующих факторов, степень их влияние на развитие основной деятельности предпринимательских структур.

Таблица 1 - Эволюция развития терминологической сущности «экономический потенциал» предпринимательских структур

№ п/п	Год, источник	Ключевые индикаторы
1	1981 г. [1]	Ресурсы.
2	1982 г. [ 2, 3]	Ресурсы, цель, время, способности.
3	1984 г. [4]	Ресурсы, цель, способности.
4	1987 г. [5]	Структура ресурсов.
5	1991 г. [6]	Взаимосвязь системы производственных ресурсов и способностей разных уровней управления.
	1992 – 1997 гг. [7 – 8]	Понятие «потенциал» отождествляется с понятиями: «ресурсы», «инвестиции», «инвестиционные ресурсы», «численность занятых».
7	2001–2002 гг. [9]	Виды деятельности, ресурсы, ориентирования в рынке.
8	2003 г. [10]	Интегральные способности, ресурсы.
9	2003–2014 гг. [11 – 13]	Система ресурсов, способностей и компетенций, цели, конкурентоспособность, внешние факторы, эффект, система с совокупностью элементов, время.

Составлено на основе [1 – 13]

Эволюция развития терминологической сущности категории «экономический потенциал» предпринимательских структур, представленная в таблице 1 свидетельствует о расширении его предметной стороны от простого исследования ресурсной составляющей к системному подходу, обобщающему совокупность его взаимосвязанных и взаимозависимых элементов: ресурсов, компетенций, внешних факторов.

Данный подход направлен не столько на определение категории «экономический потенциал», сколько на рассмотрение процесса его

формирования и получение определенного эффекта, что значительно расширяет его предметную сторону и сущностную наполненность. Он обобщает эволюционный опыт по определению категории «экономический потенциал» в рамках системного подхода, что позволяет рассматривать предприятие как самостоятельную экономическую систему, и как подсистему в более высоких, макроэкономических уровнях.

Так, Г.Г. Александрова [16] рассматривает экономический потенциал предпринимательских структур как: «совокупность всех ресурсов предприятия, которые взаимодействуют, как взаимосвязанная и взаимозаменяемая система, которая имеет научно обоснованную стоимость». В данном случае прослеживается системный подход к определению, однако не указываются все структурные элементы экономического потенциала. Работы О.С. Федонина, Т.Г. Репина, О.И. Олексик продолжают идейную линию Г.Г. Александровой и акцентируют внимание на том, что: «экономический потенциал предпринимательских структур – это сложная динамическая система и к ее элементам можно отнести все, что связано с функционированием и развитием предприятия» [17]. Авторские трактовки, к сожалению, лишены какой-либо четкой конкретики в отношении сущности категории «экономический потенциал».

Формализация различных научных подходов прослеживается в работах О.И. Шаманской [18], которая предлагает формирование экономического потенциала предприятия рассматривать как общую систему с определенными уровнями: национальным, отраслевым и предпринимательским в трех сферах: технико-технологической, экономической и социально-организационной».

С философской точки зрения привлекателен подход Т.В. Кулешовой, где «экономический потенциал хозяйственной системы ( $P_{xc}$ ) – это максимальная ее возможность (способность) при достижении конечной цели под влиянием совокупности факторов в конкретных условиях внешней среды на определенном промежутке времени» [19]. В рамках системного подхода, автор справедливо акцентирует особое внимание на конкретизацию поставленной цели и систематизацию факторов (как внутренних так и внешних) при исследовании потенциала предпринимательских структур.

Результатом проведенного исследования стало обобщенное представление о ключевых структурных элементах дефиниции «экономический потенциал»: система; возможности; ресурсы; мощность; энергия; способности; компетенции; цели; факторы; эффект. Авторское определение категории «экономический потенциал» предпринимательских структур означает возможности той или иной системы, ее внутренние ресурсы, мощность и энергию, способности и компетенции, которые могут быть мобилизованы для реализации тех или иных целей при тех или иных условиях под влиянием внутренних или внешних факторов и систем более высокого ранга для достижения определенного эффекта (цели).



Авторский подход впервые объединяет в себе взаимодействие систем разных уровней: макроэкономической и микроэкономической и дает возможность, в дальнейшем, выработать мероприятия по оптимизации их функционирования с целью получения максимального эффекта (экономического, социального, инвестиционного, инновационного, и т.д.). Его основой – является системный подход, как методологическая основа.

### Список литературы

1. Клейнер, Г.Б. Мезоэкономические проблемы российской экономики / Г.Б. Клейнер // Экономический вестник: научн. аналитич. изд. – Ростов: РГУ, 2003. – Т. 1. – № 2. – С. 11 – 18.
2. Абалкин, Л.И. Диалектика социалистической экономики / Л.И. Абалкин. – Москва: Мысль, 1981. – 351 с.
3. Фигурнов, Э. Потенциал предприятия социалистического общества / Э. Фигурнов // Политическое самообразование. – 1982. – № 1. – С. 5 – 12.
4. Мочалов, Б. М. Экономический потенциал развитого социализма / Б.М. Мочалов. – Москва: Экономика, 1982. – 325 с.
5. Свободин, В. Потенциал предприятия сельскохозяйственного предприятия и оценка эффективности его использования / В. Свободин // Вестник статистики. – 1984. – № 10. – С. 7 – 9.
6. Фальцман, В.К. Потенциал предприятия СССР: Вопросы прогнозирования / В.К. Фальцман. – Москва: Экономика, 1987. – 411с.
7. Самоукин, А.И. Потенциал нематериального производства / А. И. Самоукин. – Москва: Знание, 1991. – 19 с.
8. Цыгичко А. Сохранение и приумножение производственного потенциала страны / А. Цыгичко // Экономист. – 1992. – №7. – С. 11 – 18.
9. Плышевский Б. Потенциал инвестирования / Б. Плышевский // Экономист. – 1996. – №3. – С. 3 – 16.
10. Лапин, Е.В. Экономический потенциал предприятий промышленности: формирование, оценка, управление: дис... докт. эк. наук.: 08.07.01/ Е.В.Лапин; Сум. гос. универ. – Сумы, 2006. – 432с.
11. Краснокутская, Н. Дефиниция понятия «потенциал предприятия» в контексте развития микроэкономической теории/ Н. Краснокутская// Вестник КНТЭУ. – 2008. – № 5.– С. 54 – 64.
12. Воронкова А. Концепция управления конкурентоспособным потенциалом предприятия / А. Воронкова // Экономист. – 2007. – № 8. – С. 14–17.
13. Вишневская, О. Потенциал сельскохозяйственных товаропроизводителей в условиях мировой организации торговли / О. Вишневская // Экономист. – 2007. – № 11. – С. 37 – 39.
14. Мягких, И.М. Анализ и оценка использования ресурсного потенциала в системе потребительской кооперации/ И.М. Мягких// Актуальные проблемы экономики. – 2009. – № 1(91). – С. 136 – 142.

15. Арефьева, О.В. Экономические основы формирования потенциала предприятия / О.В. Арефьева, Т.В. Харчук // Актуальные проблемы экономики. – 2008. – № 7(85). – С. 71 – 76.

16. Александрова, Г.М. Теоретические основы понятия «ресурсный потенциал предприятия» / Г.М. Александрова // Вестник социально-экономических исследований. – 2008. – № 28. – С. 9 – 13.

17. Федонин, О.С. Потенциал предприятия: формирование и оценка: учеб. пособие / О.С. Федонин, Т.М. Репин, О.И. Олексик. – Киев: КНЭУ, 2004. – 316с.

18. Шаманская, О.И. Общая система формирования экономического потенциала / О.И. Шаманская // Актуальные проблемы экономики. – 2009. – № 2(92). – С. 109 – 114 с.

19. Кулешова, Т.В. Основы разработки стратегии производственного потенциала / Кулешова Т.В. // Вестник Сев.ДТУ, Сер. Экономика и финансы: зб. наук. тр. – Севастополь: изд-во Сев.НТУ. – 2008. – Вип. 92. – С. 119–122.

**УДК 339.137.2: 658**

## **КОНКУРЕНТОУСТОЙЧИВОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ**

**И.Ф. Емельянова,**  
канд. экон. наук, доцент

ГО ВПО «Горловский институт  
иностранных языков», г. Горловка,  
ДНР, e-mail: irina.emelaynova1975@inbox.ru

## **COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE AS AN ECONOMIC CATEGORY**

**I. F.Yemelyanova,**  
Ph. D., associate Professor

SOU HPE «Horlivka Institute for foreign  
languages», Horlivka, DPR,  
e-mail: irina.emelaynova1975@inbox.ru

### **Реферат**

**Цель.** Целью данной статьи является исследование и критический анализ существующих подходов к определению понятия «конкурентоустойчивость предприятия» и на их основе выделение характерных признаков конкурентоустойчивости предприятия.

**Методика.** Теоретико-методологическую основу исследования составили общенаучные положения экономической теории, теории конкуренции, теории равновесия экономических систем, системный подход. В работе использованы диалектический метод научного познания, общенаучные методы анализа, синтеза, индукции, дедукции, комплексности, конкретизации и метод обобщения знаний.

**Результаты.** На основе обобщения теоретических положений трудов отечественных и зарубежных ученых исследованы сущность и содержание понятия «конкурентоустойчивость предприятия» как экономической категории, а также систематизированы подходы к ее определению, что позволила определить перечень основных ее признаков и сформулировать авторское определение содержания данной экономической категории и тем самым усовершенствовать терминологический аппарат теории конкуренции. Определено место «конкурентной устойчивости» предприятия в системе категории теории конкуренции, выявлены основные ее составляющие.

**Научная новизна.** Научная новизна проведенного исследования заключается в развитии и уточнении теоретических положений теории конкуренции. Представлено авторское определение понятия «конкурентоустойчивость предприятия» как экономической категории, в основе которого лежат результаты критического анализа мнений учёных по исследуемой проблематике.

**Практическая значимость.** Полученные результаты позволят в дальнейшем с учетом выделенных признаков и специфики «конкурентоустойчивости предприятия» как экономической категории сформировать представления об управлении ею и соответственно разработать оптимальный механизм влияния и формирования его высокого уровня.

**Ключевые слова:** *конкуренция, предприятие, конкурентоспособность, равновесие, конкурентоустойчивость предприятия, экономическая устойчивость, экономическая эффективность*

**Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами.** В современных конкурентных условиях развития рыночной экономики особое значение для предприятия приобретают вопросы управления его конкурентоустойчивостью, которая является основой сохранения в долгосрочном периоде собственной конкурентоспособности в условиях изменения внешней и внутренней среды. Поэтому управление конкурентоустойчивостью предприятия становится все более актуальным в условиях рыночных отношений и является залогом эффективной предпринимательской деятельности.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Исследованием проблем конкурентоустойчивости предприятий занимаются такие ученые: С.Б. Алексеев [1], Е.Н. Богданова [2], Д.И. Долгов [4], Н.И. Заичкин [6], Л.М. Путятин [8], Л.Р. Рачек [9], У.Л. Сторожилова [10], Л.В. Стрелкова [11], О.М. Тридид [12], В.В. Фионин [13], М.Н. Черкасов [14], В.В. Чернега [15], С.В. Шароватов [16]. Вместе с тем, современный уровень развития теоретико-методологических подходов к проблемам конкурентоустойчивости предприятий свидетельствует о том, что управление конкурентоустойчивостью предприятия является относительно новым процессом для отечественной экономической науки, а также свидетельствует о нерешенности целого ряда основополагающих вопросов, среди которых

отсутствие единого взгляда на определение понятия «конкурентоустойчивость предприятия».

Вышеизложенные аспекты обуславливают необходимость изучения конкурентоустойчивости предприятия как экономической категории, проведения анализа основных подходов к определению данного понятия и его содержания.

**Целью данной статьи** является исследование и критический анализ существующих подходов к определению понятия «конкурентоустойчивость предприятия» и на их основе выделение характерных признаков конкурентоустойчивости предприятий.

**Изложение основного материала исследования.** Исследуя сущность понятия «конкурентоустойчивость предприятия», прежде всего, необходимо отметить, конкурентоустойчивость предприятия проявляется лишь в условиях конкуренции и через конкуренцию и ее основу составляет термин «устойчивость», поэтому считаем целесообразным рассмотреть термин «устойчивость».

В Большом экономическом словаре понятие устойчивость рассматривается как стойкость, постоянность, не подверженность риску потерь и убытков [3]. Устойчивость означает, что объект не подвержен колебаниям, постоянен, стабилен и т.д. Один и тот же объект может быть более устойчивым по сравнению с другим, и менее устойчивым — по отношению к третьему. Устойчивость — относительная категория, оценить ее можно лишь в сравнении с другими объектами [17, с. 211]. Критический анализ существующих подходов к определению понятия «устойчивость предприятия» свидетельствует о том, что они в наименьшей мере связаны с его конкурентоустойчивостью.

Понятие «конкурентоустойчивость предприятия» является относительно новым, поэтому в экономической литературе существуют неоднозначные подходы к раскрытию сущности категории «конкурентоустойчивость предприятия». Научные позиции тех современных авторов, которые исследуют конкурентную устойчивость, целесообразно систематизировать и сгруппировать в несколько научных подходов (табл. 1).

Таблица 1. Научные подходы к определению понятия «конкурентоустойчивость предприятия»

№	Автор	Определение	Ключевой акцент
<b>Стратегический подход</b>			
1	Е.В. Шестакова [17, с. 213]	Способность производственно-экономической системы обеспечивать конкурентные преимущества в течение длительного времени.	Способность производственно-экономической системы; конкурентные преимущества; долгосрочной период
2	Н.И. Заичкин,	Совокупность способностей у	Способность

№	Автор	Определение	Ключевой акцент
	Л.С. Зеленцова [6, с. 32]	субъекта создавать, развивать и сохранять в стратегическом периоде конкурентные преимущества; распределенная во времени конкурентоспособность	производственно-экономической системы; конкурентные преимущества; долгосрочной период
3	И.Е. Ильина, Е.Н. Жарова, А.Е. Скворцов [7, с. 39]	Реальная и потенциальная способность к устойчивому развитию в условиях нестабильности в течение длительного периода времени при наличии конкурентных преимуществ и конкурентоспособного потенциала	Реальная и потенциальная способность; устойчивое развитие, долгосрочной период
<b>Системный подход</b>			
4	В.В. Фионин, [13, с. 3]	Стабильная работа всех организационно-экономических систем предприятия в условиях конкуренции	Совокупность свойств сложных экономических систем предприятия
5	Е.Н. Богданова [2, с. 55]	Свойство данного предприятия, стабильно функционирующего и развивающегося под влиянием возмущений конкурентной среды, которое проявляется в оптимальном соотношении критериев и факторов устойчивости и меняется во времени	Свойство предприятия, соотношение критериев и факторов устойчивости
<b>Маркетинговый подход</b>			
6	В.В. Чернега [15, с. 20]	Способность предприятий удержать свою нишу на рынке товаров и (или) расширить ее	Ориентация на рынок; доля рынка; удовлетворенность потребителей
<b>Ресурсный подход</b>			
7	Л.Р. Рачек [9, с. 15]	Способность предприятия противостоять внешним воздействиям на основе изменения качественных свойств экономической эффективности путем повышения добавленной ценности, баланса ресурсов и процессов в перспективном развитии предприятия.	Способность предприятия, баланс ресурсов
<b>Комплексный подход</b>			
8	Л.М. Путятин С.В. Шароватов [8, с. 51]	Способность к сбалансированному экономическому развитию и укреплению конкурентных позиций в условиях развития отраслевого рынка	Комплексная характеристика предприятия
9	С.Б. Алексеев. Е.А. Тумаков [1, с. 10]	Комплексная характеристика, которая отражает способность предприятия создавать и поддерживать его конкурентные позиции на целевых рынках, позволяющие выживать и достигать стратегических целей вопреки действиям конкурентов.	Комплексная характеристика предприятия

№	Автор	Определение	Ключевой акцент
10	М.Н. Черкасов [14, с.163]	совокупность устойчивости его экономического развития, определяемой на основе анализа эффективности использования экономического потенциала и рыночной устойчивости, определяемой способностью предприятия адаптироваться к изменениям рыночной конъюнктуры	Комплексная характеристика предприятия; совокупность устойчивости его экономического развития
11	Л.В. Стрелкова, Ю.А. Макушева [11, с. 458-459]	Комплексная характеристика устойчивого функционирования промышленного предприятия, которая зависит от отраслевых и региональных особенностей, стратегии и потенциала, главными целями которой являются: гибкость изменений по отношению к внешней среде; устойчивость по отношению к экономическому состоянию, развитию.	Комплексная характеристика предприятия; устойчивость по отношению к экономическому состоянию и развитию предприятия
<b>Компаративный подход</b>			
12	Д.И. Долгов [4, с. 116], [5, с. 27],	Стабильная работа всех производственных систем предприятия в условиях конкуренции. Конкурентоустойчивость предприятия - это реальная и потенциальная возможность превосходить своих соперников в самых разных условиях, постоянно совершенствуя ключевые бизнес – процессы.	Сравнительная характеристика деятельности предприятия с соответствующими конкурентами
13	У.Л. Сторожилова [10, с. 3]	Способность предприятия обеспечивать лучшее предложение по сравнению с конкурирующей компанией. Конкурентоустойчивость предприятия может быть выявлена (оценена) только в рамках группы фирм, которые относятся к одной отрасли.	Сравнительная характеристика деятельности предприятия с соответствующими конкурентами
14	О.М. Тридед [12, с. 75]	Конкурентоустойчивость предприятия-это способность предприятия по сравнению с конкурентами противостоять дестабилизирующему воздействию факторов внешней среды	Сравнительная характеристика деятельности предприятия с соответствующими конкурентами

Анализируя работы отечественных и зарубежных исследователей, определяющих содержание понятия «конкурентоустойчивость предприятия» нами, были условно выделены стратегический, системный, маркетинговый, ресурсный, комплексный и компаративный подходы к его определению. Проведенный анализ позволяет сделать следующие выводы.

Представители стратегического подхода рассматривают прежде всего стратегический аспект деятельности предприятия, акцентируя внимание на

том, что конкурентоустойчивость предприятия - это совокупность способностей у субъекта создавать, развивать и сохранять в стратегическом периоде конкурентные преимущества. Основу конкурентоустойчивости предприятия составляют конкурентные преимущества; реальная и потенциальная способность; устойчивое развитие в условиях нестабильности в долгосрочном периоде.

Системный подход рассматривает конкурентоустойчивость как совокупность взаимосвязанных и взаимообусловленных составляющих, которые обеспечивают сбалансированное развитие путем установления оптимальных количественных соотношений между элементами системы и формирования устойчивых структурных связей между ними.

Таким образом, конкурентоустойчивость предприятия сводится к обеспечению максимально согласованного взаимодействия всех элементов и сохранение целостности системы в условиях изменчивости внешней среды

Маркетинговый подход к определению конкурентоустойчивости предполагает учет таких критериев конкурентоустойчивости как доля рынка, способность предприятий удерживать свою нишу на рынке товаров и (или) расширить ее. Конкурентоустойчивость предприятия оценивается через рыночную долю, занимаемую продукцией данного предприятия на рынке: чем больше занимаемая доля, тем конкурентоспособнее предприятие. В данном случае необходимо отметить, что доля рынка может рассматриваться только в качестве одного из показателей, по которым можно оценить конкурентоустойчивость предприятия, отождествления данной категории с категорией «рыночная доля» не является исчерпывающей и универсальной, так как не определяет сущность исследуемого явления.

Ресурсный подход к определению конкурентоустойчивости предприятия основывается на выделении ресурсов предприятия как основы для достижения ее высокого уровня. Так, например, Л.Р. Рачек рассматривает конкурентоустойчивость предприятия как способность предприятия противостоять внешним воздействиям на основе изменения качественных свойств экономической эффективности путем повышения добавленной ценности, баланса ресурсов и процессов в перспективном развитии предприятия [9].

Многообразие трактовок, характеризующих один или несколько аспектов конкурентоустойчивости предприятия как экономической категории способствовало развитию комплексного - интегрированного подхода и появлению определений, учитывающих различные аспекты дефиниции «конкурентоустойчивости предприятия».

Комплексный подход к определению конкурентоустойчивости предприятия заключается в рассмотрении конкурентной устойчивости предприятия как комплексной характеристика предприятия. Комплексный подход основывается на сочетании нескольких частных подходов к определению конкурентоустойчивости. В рамках комплексного подхода исследователи С.Б. Алексеев и Е.А. Тумаков рассматривают конкурентоустойчивость предприятия как «комплексную характеристику,

которая отражает способность предприятия создавать и поддерживать его конкурентные позиции на целевых рынках, позволяющие выживать и достигать стратегических целей вопреки действиям конкурентов» [1, с.10]. Вышеприведенное определение представляет попытку соединить целевой и стратегического подходы к анализу данной экономической категорий.

Исследователи Л.М. Путятин, С.В. Шароватов также обосновывает целесообразность применения комплексного подхода к определению понятия «конкурентоустойчивость предприятия, рассматривая его как «характеристику предприятия на основе объединения двух факторов конкурентоустойчивости: способности к сбалансированному экономическому развитию и укреплению конкурентных позиций в условиях развития отраслевого рынка» [8, с. 51].

Компаративный подход рассматривает конкурентоустойчивость с точки зрения теории конкурентных преимуществ, как способность эффективно использовать имеющийся потенциал в конкурентной борьбе, создавая на его основе конкурентные преимущества, которые является основой конкурентоустойчивости предприятия. Конкурентоустойчивость предприятия определяется как результат создания, эффективного использования и удержания конкурентных преимуществ предприятия. Суть данного подхода сводится к сравнению значений показателей оцениваемых предприятий-конкурентов, отражающих различные аспекты конкурентоустойчивости предприятий. Такой подход порождает ряд трудно решаемых проблем и важнейшими среди них, на наш взгляд, являются формирование научно-обоснованной системы показателей, способных в совокупности отразить все основные аспекты конкурентоустойчивости предприятия.

Таким образом, понятие «конкурентоустойчивость предприятия» не имеет общепризнанного определения; трактуя ее, подразумевают совокупность множества характеристик, направленность и содержание которых разнятся.

Однако на основании рассмотренных подходов к определению понятия «конкурентоустойчивость предприятия» можно выделить следующие характерные признаки данной экономической категории:

1. Конкурентоустойчивость предприятия проявляется только в условиях конкуренции.

2. Конкурентоустойчивость предприятия – это многоаспектное понятие, которое объединяет производственные, финансовые, инвестиционные, социальные и другие аспекты функционирования предприятия и определяет взаимосвязь как с внутренними (организация хозяйственной деятельности предприятия), так и с внешними (рыночная среда) факторами.

3. Конкурентоустойчивым может быть только конкурентоспособное предприятие. Но не каждое конкурентоспособное предприятие может быть «конкурентоустойчивым».



4. Конкурентоустойчивость является характеристикой более высокого уровня, которая выражается в возможности удержания конкурентоспособности в долгосрочной перспективе.

5. Конкурентоустойчивость – понятие относительное. Это означает, что конкурентоустойчивость организации может быть обнаружена (оценена) только в рамках группы субъектов предпринимательской деятельности, которые занимаются определенным видом экономической деятельности.

**Выводы и перспективы дальнейших исследований.** Таким образом, понятие «конкурентоустойчивость предприятия» - это многоуровневая и многофакторная комплексная экономическая категория, отражающая эффективность и устойчивость экономического функционирования предприятия, определяющаяся, в первую очередь, способностью удерживать достигнутый уровень конкурентоспособности в долгосрочной перспективе на отраслевом рынке по сравнению с конкурентами. Поэтому считаем, что основными составляющими конкурентоустойчивости предприятия являются конкурентоспособность, экономическая устойчивость и экономическая эффективность предприятия.

Конкурентоспособность предприятия является обобщающим показателем конкурентных преимуществ предприятия, потенциальных возможностей и совокупностью свойств, обеспечивающих оперативное реагирования и адаптацию к изменениям внешней среды. Конкурентоспособность и конкурентоустойчивость предприятия находятся в тесной диалектической взаимосвязи. Если конкурентоспособность констатирует уровень уже достигнутого успеха от хозяйственной деятельности предприятия, то конкурентоустойчивость рассматривается как явление динамичное, так как ее главной задачей является обеспечение конкурентоспособности предприятия на длительный период времени.

Экономическая устойчивость предприятия — это способность предприятия сохранять текущее состояние функционирования, а также адаптироваться к изменениям внутренней и внешней среды.

Экономическая эффективность является обязательной составляющей конкурентоустойчивости предприятия. Без наличия экономической эффективности невозможно обеспечения конкурентоспособности и экономической устойчивости предприятия. Под экономической эффективностью предприятия мы понимаем оптимальное использования всего потенциала предприятия для достижения определенного результата и равновесного состояния предприятия.

След отметить, что конкурентоустойчивость предприятия следует рассматривать, учитывая особенности сферы и области его функционирования.

**Дальнейшие исследования автора** будут направлены на разработку концептуальных основ механизма управления «конкурентноустойчивостью предприятия», который будет базироваться на учете определенных особенностей и взаимосвязи базовых понятий теории конкуренции.

## Список литературы

1. Алексеев С.Б., Тумаков Е.А. Механизм формирования и выбора стратегий конкурентной устойчивости предприятия / С. Б. Алексеев, Е. А. Тумаков // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Сер.: Экономические науки. - 2017. - Т. 10, № 4. - С. 9-18.
2. Богданова, Е.Н. Управление конкурентноустойчивостью как основа развития организационной среды предприятий / Е.Н. Богданова // Вестник МГОУ: Серия «Экономика». – 2015. - №4. – С.53-59.
3. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. – М.: Институт новой экономики. – 2008. – 1244 с.
4. Долгов Д. И. Конкурентоустойчивость в совокупности новаторских подходов к проектированию, производству и продаже продукции (на примере вагон-цистерн) / Д. И. Долгов // Научный журнал «Молодой ученый». — 2013. — №2. — С. 116-120.
5. Долгов Д.И. Направления управления конкурентоспособностью продукции вагоностроительных предприятий в рамках повышения ее конкурентоустойчивости / Д.И. Долгов // Общество: политика, экономика, право. - 2015.- №3.- С.26-30.
6. Заичкин, Н.И. Концепция конкурентоустойчивости: теория и практика: монография. / Н.И. Заичкин, Л.С. Зеленцова. – М. : Перо, 2012. – 249 с.
7. Ильина И.Е. Конкурентоустойчивость хозяйствующих субъектов сферы исследований и разработок: сущность и основные элементы / И.Е. Ильина, Е.Н. Жарова, А.Е. Скворцов // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Сер.: Экономика и управление. — 2016. — № 4 (27). — С. 37–42.
8. Путятин, Л.М. Комплексный подход к оценке конкурентной устойчивости предприятий в отраслевой экономике / Л.М. Путятин, С.В. Шароватов // Экономика в промышленности. - № 1. - 2013. - С. 50-52.
9. Рачек, Л. Р. Управление конкурентной устойчивостью предприятий машиностроения на основе добавленной ценности : автореферат дис. ... кандидата экономических наук : 08.00.05 / Рачек Лилия Робертовна; [Место защиты: Кубан. гос. ун-т]. - Краснодар, 2009. - 23 с.
10. Сторожилова У.Л. Забезпечення конкурентостійкості підприємства через інноваційно-інвестиційний механізм : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / У.Л. Сторожилова; Укр. держ. акад. залізн. трансп. - Х., 2006. — 19 с.
11. Стрелкова, Л.В. Конкурентоустойчивость - комплексная характеристика устойчивого функционирования промышленного предприятия / Л.В. Стрелкова, Ю.А. Макушева // Экономика и предпринимательство. - 2015. - №2. - С. 458-460.

12. Тридід О.М. Комплексна оцінка конкурентного статусу підприємства / О.М. Тридід // Економіка розвитку. – 2002. – № 2 (22). – С. 75–76.

13. Фионин, В.В. Организационно-экономические основы управления конкурентоустойчивостью предприятия : На примере промышленных предприятий : автореферат дис. ... кандидата экон. наук : 08.00.05 / Сам. гос. эконом. акад. - Самара, 2004. - 23 с.

14. Черкасов М.Н. Формирование концепции «конкурентной устойчивости предприятия» / М.Н. Черкасов, С.В. Шароватов // Проблемы современной экономики. – 2016. – №3. – С. 161-165.

15. Чернега В.В. Конкурентостійкість підприємств та механізми її забезпечення : [монографія] / В.В. Чернега. – К. : ІПК ДСЗУ, 2008. – 235 с.

16. Шароватов, Сергей Викторович. Разработка механизма оценки конкурентной устойчивости машиностроительных предприятий : автореферат дис. ... кандидата экономических наук : 08.00.05 / Шароватов Сергей Викторович; [Место защиты: Рос. гос. технол. ун-т им. К.Э. Циолковского (МАТИ)]. - Москва, 2013. - 25 с.

17. Шестакова, Е.В. Устойчивые конкурентные преимущества как результат обеспечения конкурентоустойчивости организации / Е.В. Шестакова // Вестник университета. - 2012. - № 11. – С. 210-214.

**УДК 005.336.4:[303.09+330.4]**

### **КЛЮЧЕВЫЕ ДЕТЕРМИНАНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ НА ОСНОВЕ СИСТЕМНО- ДИНАМИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ**

**Т.В. Лиходедова,  
аспирант**

ГО ВПО «Донецкий национальный университет  
экономики и торговли имени Михаила Туган-  
Барановского», г. Донецк, ДНР,  
e-mail: [tatka0802@rambler.ru](mailto:tatka0802@rambler.ru)

### **KEY DETERMINANTS OF INTELLECTUAL RESOURCES IMPLEMENTATION BASED ON THE SYSTEM-DYNAMIC MODEL**

**T.V. Likhodedova,  
is the graduate student**

SO HPE «Donetsk National University of Economics  
and Trade named after Mykhayilo Tugan-  
Baranovsky», Donetsk, DPR,  
e-mail: [tatka0802@rambler.ru](mailto:tatka0802@rambler.ru)

### **Реферат**

**Цель.** Целью статьи является обоснование системно-динамической модели оценки эффективности реализации стратегии развития предпринимательских структур на основе интеллектуальных ресурсов.

**Методика.** При проведении исследования использованы общенаучные методы анализа и синтеза, индукции и дедукции, систематизации и группировки, а также системный подход.

**Результаты.** В статье обосновано целесообразность проведения оценки эффективности реализации стратегии развития предпринимательских структур на основе интеллектуальных ресурсов; разработано системно-динамическую модель оценки эффективности реализации стратегии развития предпринимательских структур на основе интеллектуальных ресурсов.

**Научная новизна.** Разработана системно-динамическая модель оценки эффективности реализации стратегии развития предпринимательских структур на основе интеллектуальных ресурсов, которая отличается наличием связи переменных функционально-целевых бизнес-компонент интеллектуальных ресурсов с показателями эффективности реализации интеллектуальных ресурсов в целом, что позволяет оптимизировать контроль, повысить результативность и эффективность реализации интеллектуальных ресурсов в контексте развития предпринимательских структур.

**Практическая значимость.** Использование результатов исследования в практической деятельности предпринимательских структур позволит оптимизировать контроль, повысить результативность и эффективность реализации стратегии развития предпринимательских структур на основе интеллектуальных ресурсов.

**Ключевые слова:** *интеллектуальные ресурсы, стратегия развития предпринимательских структур на основе интеллектуальных ресурсов, оценка эффективности, системно-динамическая модель.*

**Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами.** В современных реалиях реализация интеллектуальных ресурсов в развитии предпринимательских структур Донецкой Народной Республики приобретает особую актуальность. Поскольку все процессы предпринимательских структур характеризуются динамичной информатизацией и интеллектуализацией, то основой формирования интеллектуальных ресурсов выступают знания. В условиях непрерывного научно-технического прогресса возрастают темпы устаревания знаний, что обуславливает целесообразность рассмотрения системы реализации интеллектуальных ресурсов как динамической категории.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Значительный вклад в изучение интеллектуальных ресурсов и в исследование проблем, связанных с оценкой эффективности их реализации, внесено известными отечественными и зарубежными учеными-экономистами. Теоретико-методологическую основу исследования интеллектуальных ресурсов в предпринимательских структурах составляют научные труды таких ученых, как: М.К. Ахтямов, Л.Г. Ахметшина, Д.А.Бугара, Е.Э. Головчанская, С.Е. Евтюшина, Н.А. Кузнецова, И.И. Калина, Л.В. Саакова, Н.Л.Синева, Е.В.

Яшкова и др. Однако, наряду со значительным интересом к исследованию проблем оценки эффективности реализации интеллектуальных ресурсов со стороны ученых и специалистов, отсутствует общепризнанная точка зрения относительно выбора эффективного инструментария комплексной оценки эффективности реализации интеллектуальных ресурсов в предпринимательских структурах.

В условиях непрерывного научно-технического прогресса возрастают темпы устаревания знаний, что обуславливает целесообразность рассмотрения системы реализации интеллектуальных ресурсов как динамической категории. В этой связи оценить эффективность реализации интеллектуальных ресурсов в предпринимательских структурах, с помощью одних лишь функциональных и информационных моделей явно недостаточно. Необходима системно-динамическая модель, отражающая временные характеристики и взаимосвязь протекающих при формировании и реализации процессов и их взаимосвязь.

**Постановка задачи.** Изучение вопросов системно-динамического моделирования эффективности реализации стратегии развития предпринимательских структур на основе интеллектуальных ресурсов.

**Изложение основного материала исследования.** В бизнес-моделировании преимущественно используются три основных подхода к описанию системы: системная динамика, дискретно-событийное, или процессное моделирование, агентное моделирование [2; 6]. Основным критерием выбора метода моделирования является постановка решаемой задачи и целей, которые необходимо достигнуть.

Для создания модели формирования и реализации интеллектуальных ресурсов в предпринимательской структуре розничной торговли предлагается применение методов системной динамики, поскольку она моделирует эффективность каждой функционально-целевой бизнес-компоненты отдельно, и как следствие, эффективность интеллектуальных ресурсов в целом.

В рамках дальнейшего изучения вопроса формирования и реализации интеллектуальных ресурсов в предпринимательских структурах розничной торговли необходима разработка модели, отражающей взаимосвязь затрат на формирование интеллектуальных ресурсов и доходов от их реализации. Ряд процессов, протекающих в системе формирования и реализации интеллектуальных ресурсов можно описать только приближенно, так как они относятся к классу социотехнических систем.

Теория социотехнических систем даёт возможность понять масштабы и условия, в которые инкорпорирована жизнь современного общества. Рассматриваемая с точки зрения социотехнической теории, инновационная система понимается как институциональная структура, являющаяся сетевой, открытой, нацеленной на постоянное социальное и техническое развитие общества [3].

СТ-концепция – это комплекс ключевых положений или установок социально-экономического мышления, а в целом научный подход к анализу, проектированию и управлению трудовой деятельностью в системе взаимодействующих по принципу синергизма двух подсистем: социальной (люди, отношения между ними, социальные установки и пр.) и технико-технологической (совокупность инструментов и технологий, реализующих управленческую деятельность [7].

Общенаучный подход в анализе динамики «человекоразмерных» объектов опирается на доминирующую в современной науке концептуальную модель сложной саморегулирующейся и саморазвивающейся системы [4, с. 269].

Рассматривая формирование и реализацию интеллектуальных ресурсов в предпринимательских структурах в контексте этого подхода выявлено, что на вход системы поступают знания, которые генерируются персоналом предприятия. В процессе распределения и накопления знаний формируется интеллектуальный капитал, который преобразуется в процессе управления в рамках составляющих функционально-целевых бизнес-компонент интеллектуальных ресурсов с учетом входящих инвестиционных потоков. При этом сформированные интеллектуальные ресурсы способствует увеличению коммерческой рентабельности торгового предприятия, что обусловлено положительным влиянием на величину спроса на товар и возвратом инвестированных ресурсов.

В зависимости от используемых переменных в системно-динамической модели формирования и реализации интеллектуальных ресурсов в предпринимательских структурах, которые определяют эффективность функционально-целевых бизнес-компонент интеллектуальной собственности, формируются причинно-следственные связи между ними и параметрами регулирования, отвечающими за изменения в реализации, и в результате принятия его руководством управленческих решений.

При построении системно-динамической модели реализации интеллектуальной собственности основным инструментом является диаграмма каузальных (причинно-следственных) петель, для создания которой определены потоки, непосредственно связанные с эффективностью данной системы, установлено, какие переменные и как связаны причинно-следственно с показателями эффективности внутри этой системы. Системно-динамическую модель оценки эффективности реализации интеллектуальных ресурсов в предпринимательских структурах представлено на рисунке 2.

Математической (формальной) основой методов системной динамики оценки эффективности реализации интеллектуальных ресурсов в предпринимательских структурах являются дифференциальные модели, в которых используются представления динамических процессов в пространстве состояний. Модели такого вида - это системы дифференциальных уравнений:

$$X' = f(x, u, t), \quad (1)$$

где  $x'$  - вектор состояния интеллектуальных ресурсов с учетом вложения расходов на их формирование;

$x_1, \dots, x_n$  — переменные состояния интеллектуальных ресурсов;

$u$  — вектор входов расходов по формированию интеллектуальных ресурсов;

$t$  — символ времени (год).

Дифференциальные модели оценки эффективности реализации интеллектуальных ресурсов, применяемые в математической теории систем, включают кроме уравнений (1), называемых уравнениями состояния интеллектуальных ресурсов, еще и уравнение:

$$y = H(x, u), \quad (2)$$

в котором переменная  $y = (y_1, \dots, y_q)$  — вектор выходов моделируемых процессов оценки эффективности реализации интеллектуальных ресурсов в предпринимательских структурах розничной торговли.

Рассматривая систему реализации стратегии развития предпринимательских структур на основе интеллектуальных ресурсов с позиции системной динамики выявлено, что на вход системы поступают расходы, которые формируются в результате объединения расходов по всем функционально-целевым бизнес-компонентам интеллектуальных ресурсов. Размер расходов на формирование функционально-целевых бизнес-компонент рекомендовано определять исходя из перераспределения статей расходов предприятия в плановом периоде.

В процессе распределения и накопления расходов формируются функционально-целевые бизнес-компоненты интеллектуальных ресурсов, которые генерируют доход от формирования каждой функционально-целевой бизнес-компоненты интеллектуальных ресурсов. При этом полученный доход по каждой функционально-целевой бизнес-компоненте формирует доход от реализации интеллектуальных ресурсов в целом.

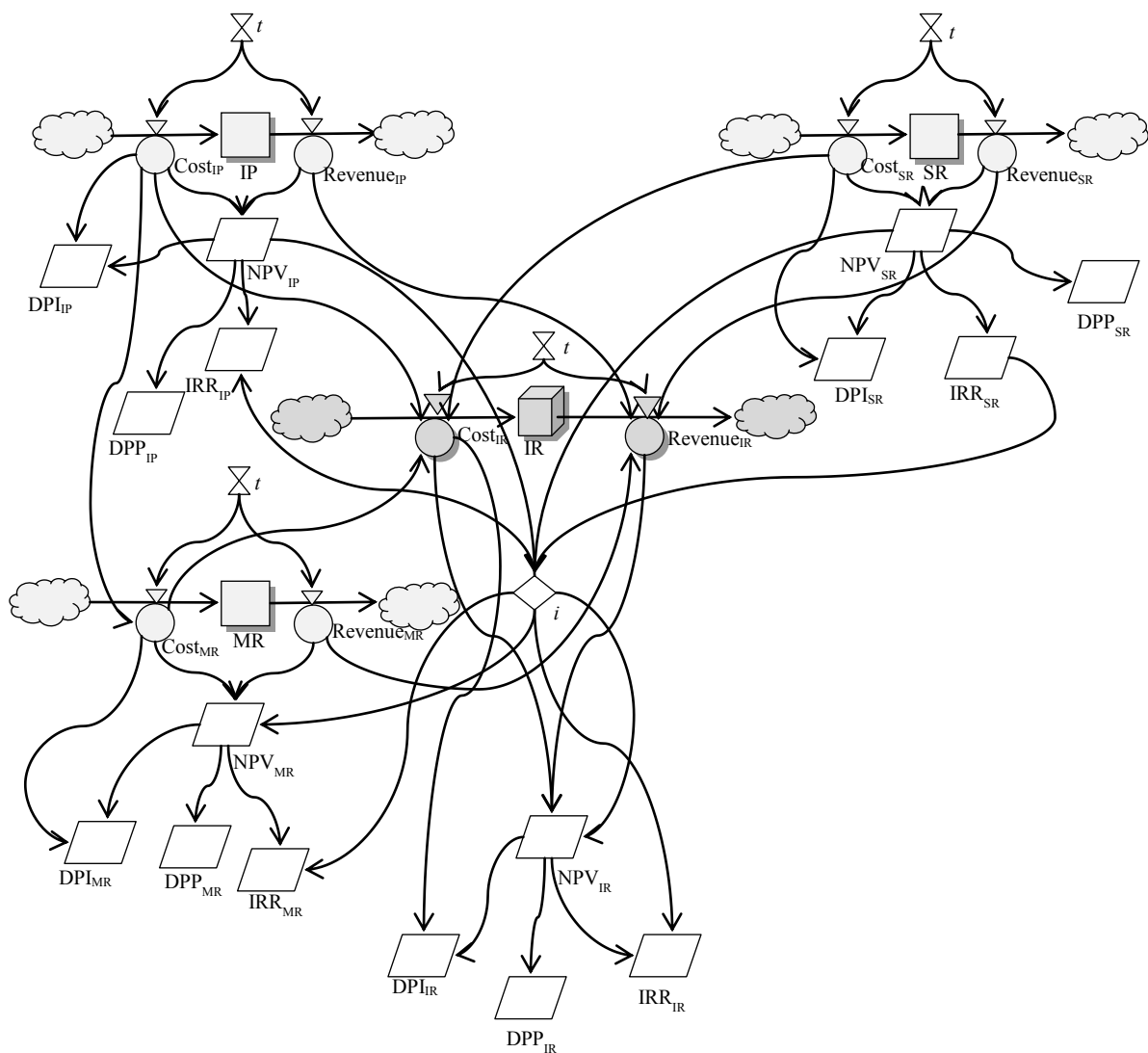
На основании потоков и оттоков денежных средств при формировании и реализации каждой функционально-целевой бизнес-компоненты интеллектуальных ресурсов в целом определены дисконтированные денежные потоки. Это позволило рассчитать основные критерии оценки эффективности использования каждой функционально-целевой бизнес-компоненты интеллектуальных ресурсов, а также интеллектуальных ресурсов в целом, а именно:

чистая приведенная стоимость ( $NPV_{IR}, NPV_{IP}, NPV_{SR}, NPV_{MR}$ ),

индекс прибыльности реализации интеллектуальных ресурсов ( $DPI_{IR}, DPI_{IP}, DPI_{SR}, DPI_{MR}$ ),

внутренняя норма доходности интеллектуальных ресурсов ( $IRR_{IR}, IRR_{IP}, IRR_{SR}, IRR_{MR}$ ),

дисконтированный период окупаемости расходов на формирование интеллектуальных ресурсов ( $DPP_{IR}, DPP_{IP}, DPP_{SR}, DPP_{MR}$ ).



**Условные обозначения:** IR – интеллектуальные ресурсы; IP - функционально-целевая бизнес-компонента «Интеллектуальная собственность»; SR - функционально-целевая бизнес-компонента «Структурные ресурсы»; MR - функционально-целевая бизнес-компонента «Рыночные ресурсы»;  $Cost_{IR}$  - расходы на формирование интеллектуальных ресурсов;  $Revenue_{IR}$  - доходы от интеллектуальных ресурсов;  $Cost_{IP}$  - расходы на формирование функционально-целевой бизнес-компоненты «Интеллектуальная собственность»;  $Revenue_{IP}$  - доходы от функционально-целевой бизнес-компоненты «Интеллектуальная собственность»;  $Cost_{SR}$  - расходы на формирование функционально-целевой бизнес-компоненты «Структурные ресурсы»;  $Revenue_{SR}$  - доходы от функционально-целевой бизнес-компоненты «Структурные ресурсы»;  $Cost_{MR}$  - расходы на формирование функционально-целевой бизнес-компоненты «Рыночные ресурсы»;  $Revenue_{MR}$  - доходы от функционально-целевой бизнес-компоненты «Рыночные ресурсы»;  $NPV_{IR}$  - чистая приведенная стоимость реализации интеллектуальных ресурсов;  $NPV_{IP}$  - чистая приведенная стоимость функционально-целевой бизнес-компоненты «Интеллектуальная собственность»;  $NPV_{SR}$  - чистая приведенная стоимость функционально-целевой бизнес-компоненты «Структурные ресурсы»;  $NPV_{MR}$  - чистая приведенная стоимость функционально-целевой бизнес-компоненты «Рыночные ресурсы»;  $DPI_{IR}$  - индекс прибыльности использования интеллектуальных ресурсов;  $DPI_{IP}$  - индекс прибыльности реализации функционально-целевой бизнес-компоненты «Интеллектуальная собственность»;  $DPI_{SR}$  - индекс прибыльности реализации функционально-целевой бизнес-компоненты «Структурные ресурсы»;  $DPI_{MR}$  - индекс прибыльности реализации функционально-целевой бизнес-компоненты «Рыночные ресурсы»;  $IRR_{IR}$  - внутренняя норма доходности интеллектуальных ресурсов;  $IRR_{IP}$  - внутренняя норма доходности функционально-целевой бизнес-компоненты «Интеллектуальная собственность»;  $IRR_{SR}$  - внутренняя норма доходности функционально-целевой бизнес-компоненты «Структурные ресурсы»;  $IRR_{MR}$  - внутренняя норма доходности функционально-целевой бизнес-компоненты «Рыночные ресурсы»;  $DPP_{IR}$  - дисконтированный период окупаемости расходов на формирование интеллектуальных ресурсов;  $DPP_{IP}$  - дисконтированный период окупаемости расходов на формирование функционально-целевой бизнес-компоненты «Интеллектуальная собственность»;  $DPP_{SR}$  - дисконтированный период окупаемости расходов на формирование функционально-целевой бизнес-компоненты «Структурные ресурсы»;  $DPP_{MR}$  - дисконтированный период окупаемости расходов на формирование функционально-целевой бизнес-компоненты «Рыночные ресурсы».

Рисунок 2 – Системно-динамическая модель эффективности реализации стратегии развития предпринимательских структур на основе интеллектуальных ресурсов (авторская разработка)



Основополагающим критерием оценки эффективности реализации каждой функционально-целевой бизнес-компоненты интеллектуальных ресурсов, а также интеллектуальных ресурсов в целом является чистая приведенная стоимость ( $NPV_{IR}$ ,  $NPV_{IP}$ ,  $NPV_{SR}$ ,  $NPV_{MR}$ ). Показатель чистой приведенной стоимости определяется как сумма денежных потоков, приведенных к текущему моменту времени (моменту оценки эффективности использования интеллектуальной собственности). Поскольку денежные потоки оцениваются с учетом изменения стоимости денег во времени и рисков, чистую приведенную стоимость можно интерпретировать как общую сумму прибыли от проекта.

Экономическое обоснование результатов определения показателя чистой приведенной стоимости гласит: если  $NPV_{IR}$  положительное ( $NPV_{IR} > 0$ ), то использование интеллектуальных ресурсов повлечет увеличение дохода, т.е., чем выше значение  $NPV_{IR}$ , тем выше доходность от реализации интеллектуальных ресурсов в предпринимательских структурах. При  $NPV_{IP} < 0$ , доходы от реализации интеллектуальных ресурсов недостаточно высоки, чтобы компенсировать риск, присущий данному проекту и это предложение должно быть отклонено. Показатель чистой приведенной стоимости имеет несколько недостатков и не может быть единственным средством оценки эффективности реализации интеллектуальных ресурсов.

Что же касается показателя  $IRR_{IR}$  – это такая процентная ставка, при применении которой в качестве коэффициента дисконтирования, в формуле расчета чистой приведенной стоимости  $NPV_{IR}$ , будет равен нулю. Это определенная граница окупаемости расходов на формирование интеллектуальных ресурсов, по аналогии с точкой безубыточности предприятия. При таком значении ставки процента дисконтирования, предприятие сможет гарантировано возратить свои вложения в формирование и реализацию интеллектуальных ресурсов, с нулевой прибылью. Внутренняя норма доходности определяет максимально приемлемую ставку дисконта, при которой можно вкладывать средства в формирование и реализацию интеллектуальных ресурсов без каких-либо потерь для собственника. Следовательно,  $IRR_{IR} = i$ , при котором  $NPV_{IR} = f(i) = 0$ .

Индекс прибыльности реализации интеллектуальных ресурсов ( $DPI_{IR}$ ) рассчитывается, как отношение суммы всех дисконтированных денежных потоков (доходов от реализации интеллектуальных ресурсов) к сумме дисконтированных расходов на их формирование.

Срок окупаемости денежных потоков ( $DPP_{IR}$ ), генерируемых в процессе формирования и реализации интеллектуальных ресурсов является важным показателем при оценке эффективности реализации интеллектуальных ресурсов в предпринимательских структурах розничной торговли.

Дисконтированный период окупаемости инвестиций ( $DPP_{IR}$ ) – время,

которое требуется, чтобы расходы на формирование и реализацию интеллектуальных ресурсов обеспечило достаточные поступления денежных средств для их возмещения.

Использование системно-динамической модели реализации стратегии развития предпринимательских структур на основе интеллектуальных ресурсов направлено на оптимизацию формирования стратегии, с учетом типа развития предпринимательских структур, уровня реализации интеллектуальных ресурсов и внешней среды функционирования.

**Выводы и перспективы дальнейших исследований.** Таким образом, предложенная системно-динамическая модель реализации интеллектуальных ресурсов в предпринимательских структурах наряду с моделированием временных характеристик позволяет получить прогноз формирования и реализации стратегии развития предпринимательских структур на основе интеллектуальных ресурсов во времени по заданным начальным значениям их состояния, моделировать взаимодействие притоков и оттоков, с целью эффективной реализации стратегии развития предпринимательских структур на основе интеллектуальных ресурсов, а также прогнозировать динамику характеристик её реализации.

### Список литературы

1. Ахтямов, М.К. Обоснование критерия эффективности использования интеллектуальных ресурсов / М.К. Ахтямов, Н.А. Кузнецова, Л.В. Саакова // Креативная экономика. – 2011. – Том 5. – № 5. – С. 17-25.
2. Борщёв, А.В. От системной динамики и традиционного ИМ – к практическим агентным моделям: причины, технология, инструменты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <<http://www.gpss.ru/paper/borshevarc.pdf>>.
3. Прокопчук, Г.А. Роль инновационных социотехнических систем в переходе к устойчивому развитию / Г.А. Прокопчук : автореферат диссертации по философии, специальность ВАК РФ 09.00.08 – М.: сектор междисциплинарных проблем научно-технического развития, ин-т философии РАН, 2010. – 35 с.
4. Степин, В.С. Классика, неклассика, пост-неклассика: критерии различения / В.С. Степин // Постнеклассика: философия, наука, культура / отв. ред. Л.П.°Киященко и В.С. Степин. – СПб., 2009. – С. 249-295.
5. Стрелкова, К.В. Интеллектуальные ресурсы как фактор обеспечения социально-экономического развития общества / К.В. Стрелкова // Молодой ученый. — 2012. — №3. — С. 200-204.
6. Толуев, Ю.И. Имитационное моделирование логистических сетей / Ю.И.°Толуев // Логистика и управление цепями поставок. – 2008. – № 2/25. – С.53-63.

7. Шаповалов, В.И. Социотехническая концепция муниципального управления / В.И.Шаповалов, Н.С. Матющенко// Фундаментальные исследования. – 2017. – № 2. – С. 219-224.

**УДК 37.014**

## **МАРКЕТИНГОВАЯ КОНЦЕПЦИЯ МОДЕРНИЗАЦИИ СФЕРЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**И.В. Петенко, д-р экон. наук,  
проф.,  
А.В. Петенко, канд. экон. наук,  
доц.**

1 – ГО ВПО «Донецкий национальный  
университет», г.Донецк, ДНР,  
e-mail: I.Petenko@mail.ru  
2 – ГО ВПО «Донецкая государственная  
академия управления и государственной  
службы при Главе ДНР», г.Донецк, ДНР,  
e-mail: A.Petenko@gmail.com

## **MARKETING CONCEPTION OF MODERNISATION OF SPHERE OF ADDITIONAL EDUCATION**

**I.V. Petenko, Doctor of Economics,  
Professor.  
A.V. Petenko<sup>2</sup>, Candidate of  
Economics, Associate Professor**

SO HPE «Donetsk National University»,  
Donetsk, DPR, e-mail: I.Petenko@mail.ru

SO HPE «Donetsk State Academy of  
Management and Public Administration  
under the Head of the DPR», Donetsk, DPR,  
e-mail: A.Petenko@gmail.com

### **Реферат**

**Цель.** Цель статьи состоит в адаптации маркетингового подхода к образовательной сфере, как инструмента ее модернизации.

**Методика.** В процессе исследования использованы методы теоретического обобщения (для описания тенденций использования рабочей силы), анализа и синтеза (для обоснования маркетинговых стратегий на рынке труда).

**Результаты.** Выделен круг проблем в сфере обучения и повышения квалификации. Обоснованы основные направления в сфере повышения конкурентоспособности работников промышленных предприятий на основе обеспечения их надлежащей профессионально-образовательной подготовки.

**Научная новизна.** Получила развитие маркетинговая концепция модернизации сферы профессионального образования.

**Практическая значимость.** Полученные результаты направлены на повышение конкурентоспособности персонала предприятия и рабочей силы на рынке труда.

**Ключевые слова:** образование, маркетинг, профессионально-образовательная подготовка, рынок труда, коммуникации, дополнительное образование, маркетинговые стратегии

**Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами.** Важное место в социально-экономических преобразованиях отводится модернизации и гармонизации образования в соответствии с потребностями рынка труда. Анализ рынка труда и сферы занятости дал возможность сделать вывод, что в контексте требований перевода промышленности на инновационный путь развития, интеграции на равноправных началах к наднациональным экономическим структурам ее человеческие ресурсы являются неконкурентоспособными.

Современные тенденции использования рабочей силы промышленности ДНР характеризуются преобладанием экстенсивных форм на фоне низкой производительности и интенсивности работы, ухудшением качественного состава рабочей силы этих областей экономики, снижением доли высококвалифицированных рабочих основного производства, усилением разрыва между сложностью работ и профессионально-квалификационным уровнем рабочих кадров, сокращением численности специалистов высшей квалификации вследствие их оттока в более прибыльные сферы хозяйствования.

В этой связи повышается роль маркетинга, как инновационной технологии подготовки специалистов и формирования их конкурентоспособности на рынке рабочей силы.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Проблемам, связанным со спецификой развития системы образования, уделено достаточное внимание в отечественной экономической науке. Важные достижения получены в научных исследованиях таких ученых Капица С.П. [1], Петрова И.Л. [2], Тарусина Н.Э. [3] и др. Вопросы получения дополнительного профессионального образования остаются актуальными и требуют дальнейших исследований.

**Цель статьи** состоит в адаптации маркетингового подхода к образовательной сфере, как инструмента ее модернизации.

**Изложение материала исследования.** Анализ реальной ситуации показывает, что в областях промышленности, которые определяют научно-технический прогресс: приборостроение, машиностроение, радиоэлектроника и другие наукоемкие отрасли, за годы реформы утрачены свыше 70% производственного персонала. Квалифицированные кадры перешли работать на другие предприятия, пошли в коммерцию, финансовые, охранительные структуры, часть из них эмигрировала. Возвратить этих специалистов

невозможно, поскольку люди уже приспособились к своей схеме выживания. Работники, которые остались - это люди преимущественно предпенсионного и пенсионного возраста, приток молодых практически целиком прекратился, и кадры на протяжении последних лет практически не возобновлялись. Тотальный отток трудовых ресурсов характерен для всей промышленности в целом. При этом многими работниками утраченная квалификация, которая нарабатывалась годами, особенно в сфере сложных технологий.

В процессе рыночной трансформации национальной экономики открытый рынок работы промышленности ежегодно пополняется безработными специалистами высокой квалификации и специалистами: предложение рабочей силы этих профессиональных групп во много раз превышает существующий спрос. В то же время промышленность страдает от проблемы тотального дефицита высококвалифицированных кадров, специалистов, служащих, занятых обработкой информации и т.п., однако исследования свидетельствуют, что это потребность в рабочей силе в другой специализации и знаний, которыми высвобожденные работники отчасти не владеют.

В таких условиях своевременным и эффективным направлением для регулирования конъюнктуры спроса и предложения на рынке труда является использование методологии маркетинга рабочей силы, назначение и цель которой - эффективное, с точки зрения работодателя и работника, использование рабочей силы, диагностика и предупреждение будущих структурных дисбалансов в сфере занятости, выявление тенденций формирования и распределения рабочей силы между сферами производства, изменение отраслевой и профессионально-квалификационной структуры рабочей силы в соответствии с динамикой развития разных сфер, и затем - регулирование рынка образовательных услуг в направлении приспособления к перспективным нуждам экономики.

Несмотря на то, что большинство оценок поведения украинских предприятий на рынке труда выходят из предположения или делают вывод о том, что в решении вопросов занятости применяемый менеджмент показал себя более консервативным, чем в других сферах управленческой деятельности. Это связано с тем, что практически не используются методы маркетинга рабочей силы. Такие методы дают возможность квалифицировать их как маркетинговые стратегии рынка труда и выделить характерные и наиболее распространенные их типы. Рассмотрим их более детально.

Маркетинговая стратегия эффективного формирования собственной высокопрофессиональной рабочей силы предприятия. Она, как правило, отвечает производственным наступательным стратегиям инновационного роста, направленным на внедрение новых технологий и освоение новейших образцов продукции мирового уровня качества. Согласно этой кадровой стратегии персонал рассматривается как ключевой ресурс, от которого зависит развитие предприятия. Стратегия предусматривает адекватное

улучшение кадрового потенциала предприятия путем повышения профессиональных качеств и квалификации работников и включает профессиональное обучение и переподготовку персонала в части освоения передовых технологий и методик работы, обретение навыков работы с новейшим оборудованием и техникой. Это создает условия для оптимизации численного и качественного состава работников и отвечает капиталовложениям в повышение квалификации и переквалификацию рабочей силы, а также обеспечение условий для ее наиболее полного использования.

С позиции производственно-технического назначения обучение рабочих имеет комплексный характер и предусматривает подготовку новых рабочих; переподготовку и обучение рабочих вторым (сопредельным) профессиям; повышение квалификации. При этом переподготовка рабочих может осуществляться непосредственно на предприятии и охватывать не только тех рабочих, которые высвобождаются, но и рабочей силы при формировании ряда профессий широкого профиля. На отдельных больших предприятиях существует разветвленная внутрипроизводственная система повышения квалификации, которая включает производственно-технические курсы, курсы обучения вторым и сопредельным профессиям, курсы целевого назначения по изучению новых изделий, оборудования, технологии, школы по изучению передовых методов работы, школы мастеров и бригадиров.

Для обучения рабочих особенно сложным профессиям, которые требуют значительного объема теоретических знаний и освоения разного вида работ, которыми невозможно овладеть на рабочем месте, используется форма подготовки - курсы. По специалистам и руководителям учебная функция предприятия заключается, прежде всего, в организации повышения их квалификации с целью обеспечения быстрой реализации новых научных, технических, организационных и экономических идей в практике деятельности предприятия (организации, фирмы). Один из путей усовершенствования системы повышения квалификации этой категории работников - переход от сформированной практикой периодического (а чаще всего эпизодического) обучения к непрерывному пополнению и восстановлению знаний.

Предприятия, которые реализуют такую стратегию обучения и повышения квалификации всего персонала, отечественная промышленность насчитывает немного. К ним принадлежат богатые корпорации с иностранным участием, которые с самого начала деятельности активно внедряют западные стандарты развития персонала и которые могут себе позволить массовое обучение или повышение квалификации персонала, используя возможности высших учебных заведений. Осознают необходимость внедрения стратегий развития персонала также большие отечественные экспорт ориентированные концерны черной, цветной металлургии и химической промышленности, позиции которых на мировом

рынке ухудшились вследствие обострения конкуренции и изменения рыночной конъюнктуры, которая требует кардинальной модернизации производства на инновационных началах, а также отдельные предприятия высокотехнологических и наукоемких областей, которые внедряют производства новейших технологических укладов.

Наиболее успешные из предприятий, которые реализуют стратегию селективной специализации и развития персонала, организуют собственные системы специального обучения сотрудникам, формируя такой тип работника из перспективных высокообразованных кандидатов, который необходим в их конкретных условиях. Это - узкоспециализированные предприятия, которые изготавливают особую продукцию для определенного круга потребителей, а также те, что занимаются рискованным бизнесом и первые выходят на рынок с новым продуктом, а также ставят цели завоевания новых рынков сбыта и улучшение бизнеса в целом.

Маркетинговая стратегия селективной специализации и развития персонала присуща промышленным предприятиям, которые реализуют производственные стратегии специализации и отдельные перспективные направления бизнеса на основе внедрения наиболее прогрессивных технологий. Представление высших руководителей об условиях и путях модернизации и реструктуризации, перепрофилирование производства связаны с развитием ядра персонала предприятия. Работники, которые находятся на ключевых управленческих должностях и других рабочих местах, в целом должны иметь максимально высокий профессиональный уровень и компетентность, способны воспринять новые знания, овладевать новыми технологиями и видами техники. Поэтому разными формами и направлениями профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации персонала охвачены лишь отдельные категории персонала. Прежде всего, это - редчайшие специалисты или профессионалы специфической квалификации, найти которых очень тяжело или невозможно, а также менеджмент высшего звена и работники, от которых зависит эффективность деятельности предприятий.

Маркетинговая стратегия оптимизации расходов на обеспечение конкурентоспособности персонала часто сопровождает производственные стратегии, направленные на максимизацию прибыли в краткосрочной перспективе («стратегии рыночного спринтера»), является следствием ситуативного реагирования на изменения рыночной конъюнктуры или же предусматривает дополнение или расширение существующего ассортимента товаров или восстановления их конкурентоспособности. Предприниматели ориентируются на «специфическую рабочую силу», что в наибольшей мере отвечает повышенному уровню производства в техническом, эксплуатационном и качественном отношениях; кадровая стратегия при этом не носит целостного характера.

Поскольку именно технология работы компании является конкурентным преимуществом, подбор и найм будет связан с поиском кандидатов, которые имеют довольно высокую профессиональную мобильность, способность к обучению и развитию. Ситуация на рынке труда довольно благоприятна для реализации этой стратегии: можно найти любого нужного специалиста, предложивши конкурентоспособную заработную плату. Эта стратегия должна состоять в использовании инструментов кадровой политики и в применении средств маркетинга для влияния на персонал. Внутренний маркетинг - это сознательное влияние на поведение сотрудников организации для повышения их компетенции и стимулирования тем самым маркетинговой ориентации коллектива. Предприятия, которые используют готовую рабочую силу, не расходуют средства на поддержание квалификации работников. Согласно этой стратегии, повышение стоимости рабочей силы само по себе способно стимулировать обновление профессиональных знаний и обретение новых умений или освоение сопредельных профессий; выполнение трудовых функций на уровне международных стандартов. То есть работники с высоким доходом не захотят потерять работу через неготовность освоить модернизированное оборудование, низкую производительность работы и нарушение трудовой и технологической дисциплины. В этом случае формируется коллектив профессионалов, которые самые заботятся о поддержании собственной квалификации.

Что же к обучению работников, то оно происходит непосредственно на рабочем месте, имеет оперативный характер, всегда сориентировано на освоение конкретного трудового процесса, выполнение конкретной работы, и, не требуя больших расходов на обучение, сокращает период адаптации работника. Курсы целевого назначения создаются непосредственно на предприятиях для изучения новой техники, оборудования, технологии, техники безопасности, прогрессивных форм организации работы. Их задача - краткосрочное обучение принятым на предприятие квалифицированным рабочим для того, чтобы на протяжении первого месяца работы на предприятии они могли усвоить особенности технологических процессов. Такое обучение на рабочем месте характерно, прежде всего, для рабочих мест и тех должностей служащих, которые находятся на низших ступенях управления.

Сфокусированная стратегия низких расходов на развитие персонала, как правило, сопровождается маркетинговыми стратегиями снижения расходов производства или роли лидера за счет экономии на расходах. Она предусматривает сниженные (сравнительно с конкурентами) расходы на развитие персонала и тщательный контроль за ними, инвестиции в производство, направленные на реализацию эффекта опыта. Согласно ей работодатели ориентируются на уже подготовленную профессионально рабочую силу и такую, которая широко доступна и соглашается работать за



низкую заработную плату. Почти единственной формой обеспечения квалификации персонала на предприятии является практика работы и обучения на рабочем месте.

Такую стратегию, как правило, могут позволить себе предприятия, на которых преобладают массовые профессии, а также те промышленные фирмы, которые действуют на застойных рынках, функционируя в условиях ослабления спроса и снижения рентабельности продукции. На переквалификацию персонала у предприятий нет средств, а неясность перспектив развития и отсутствия стратегии развития предприятия делает невозможным определение перспективных нужд в рабочей силе по профессиям и квалификациям.

Эта стратегия развития персонала доминирует на сегодня на рынке труда в связи, во-первых, в связи с низкой покупательной способностью основной части реальных и потенциальных работодателей; во-вторых, в связи со значительными расходами на содействие занятости населения (профессиональную ориентацию, подготовку, переориентацию и переобучение, распределение и т.п.) и необходимостью быстрого сокращения с целью достижения ускорения оборота вложенных в бизнес средств и конъюнктурного повышения эффективности и завоевания большей рыночной доли.

В условиях самостоятельного, но еще незрелого менеджмента отсталость технической базы производства, прогрессирующее старение технологий обуславливают довольно стабильные низкие требования к процессам обучения, выступают дестимулятором повышения квалификации. Кроме того, эффект от формирования квалифицированной рабочей силы не настолько очевиден и часто отдален во времени, а затруднительное финансовое положение или ограниченность служит серьезным препятствием на пути реализации долгосрочных стратегий расширения вложения средств в человеческий капитал, в подготовку квалифицированных кадров.

К сожалению, нужно констатировать значительное распространение иждивенческой психологии некоторых хозяйственных руководителей, которые привыкли ориентироваться на подготовку квалифицированных рабочих за счет средств госбюджета. Проблема улучшения состава, омоложение персонала на предприятиях промышленности частично решается приемом соответствующих категорий работников. Однако молодые специалисты, ученики ПТУ воспринимаются как дешевая рабочая сила, а не в качестве достойной замены ветеранам. На предприятиях фактически разрушен институт наставничества и передачи передового опыта, знаний и привычек от опытных работников молодые, как и систему профессиональной подготовки и переподготовки в целом. Фактическая периодичность повышения квалификации персонала в среднем по областям промышленности хотя и сократилась, однако значительно превышает нормативную (2,5-4 года) и для рабочих — 12-15 (в развитых странах 3-6

лет), а среди специалистов достигает 8 лет (сравнительно с 3-5 годами в Западной Европе и Японии). Недостатком современной системы подготовки кадров на производстве также является неверно выбранный вектор профессиональной переподготовки, который охватывает в основном контингент рабочих среднего и старшего возраста, которые имеют достаточный опыт работы по определенной профессии. Это накладывает свою специфику на обучение и ограничивает отдачу от вложений в человеческий капитал в перспективе.

Существенные недостатки в налогообложении предприятий, при которых остатка средств не хватает для качественной подготовки кадров на договорной основе, часто заставляют предприятия удовлетворяться малым — краткосрочной подготовкой кадров через индивидуальные формы обучения, которое подтвердило свою низкую эффективность. Это обусловлено ослаблением роли государственного регулирования подготовки квалифицированной рабочей силы через систему профессионально-технического образования и переподготовку значительной части рабочей силы, которая высвобождается, с повышением требований к гибкости рабочей силы, повышением значимости процессов изменения работы, с ориентацией предприятия на удовлетворение потребности в квалифицированной рабочей силе за счет собственных работников.

Недостатки в сфере профессионального обучения и отсутствие эффективного механизма подготовки персонала на производстве определяют низкую заинтересованность предприятий и организаций в выделении средств на профессиональную подготовку. На сегодня лишь небольшая часть предприятий готова расходовать значительные средства на развитие персонала.

Итак, можно сделать вывод - на данном этапе развития рыночных отношений в обучение и повышение квалификации персонала не является приоритетной задачей для абсолютного большинства предприятий. В итоге, оценивая сформированную ситуацию, можно констатировать: на сегодня в сфере профессионального обучения, переподготовки и повышения квалификации сформировался круг проблем, который образовали такие звенья:

- низкий технический уровень производства и низкая зарплата привлекают низко квалифицированный персонал;
- низкие стандарты качества продукции, ее неконкурентоспособность не только на мировом, а и на внутреннем рынке являются следствием низких результатов хозяйствования предприятия и отсутствием постоянных прибылей;
- постоянное функционирование на грани выживания или банкротства требуют перевода предприятия на инновационную модель функционирования, внедрение новейших технологий, освоения которых

осложняется отсутствием мотивированных, высокообразованных работников, готовых к выполнению работы на уровне мировых стандартов;

- профессиональная подготовка тормозится как недостатком средств, так и нежеланием предпринимателей рисковать, осуществляя долгосрочные инвестиции в человеческий капитал и поддерживая систему подготовки, переподготовки и повышения квалификации работников на предприятии, способную быстро реагировать на изменения нужд производства в рабочей силе, а с другой стороны - предоставлять работникам возможность для обучения согласно интересам предприятия ;

- технологическая отсталость производств существенно ограничивает возможности применения полученных знаний и навыков непосредственно в производственном процессе, а невысокое качество полученных в процессе обучения знаний часто не отвечает требованиям к рабочей силе, которые выдвигаются со стороны высокотехнологических производств.

Это приводит к снижению такого показателя рабочей силы как профессиональная способность, к увеличению разрыва между уровнем квалификации претендентов на рабочие места и современных требований к качеству работников и отрицательно сказывается на обеспечении инновационных производств высококвалифицированными кадрами. В связи с этим возникает проблема оптимизации соотношений между этими сегментами подготовки квалифицированной рабочей силы согласно структурным сдвигам в спросе на работников со средним специальным и высшим образованием.

**Выводы.** Основные направления в сфере повышения конкурентоспособности работников промышленных предприятий на основе обеспечения их надлежащей профессионально-образовательной подготовкой должны предусматривать:

- формирование эффективного рынка образовательных услуг, в первую очередь за счет оптимизации структуры профессионального образования, обеспечения необходимого качества образовательных программ и педагогических технологий;

- перепрофилирование учебных заведений начального и среднего профессионального образования на актуальные кадровые нужды экономики;

- трансформация существующей сети профессионально-технических училищ и создания ступенчатого профессионально-технического образования, которое удовлетворит реальные нужды экономики в квалифицированных рабочих кадрах;

- внедрение обоснованной методики определения региональных нужд в подготовке, переподготовке и повышении квалификации кадров высшего, последиplomного и профессионально-технического образования и разработка перечня необходимых профессий управленческо-производственного направления согласно нуждам перспективных направлений производства;

- усовершенствование механизма формирования государственного заказа в системе высшего и профессионально-технического образования; разработка государственных учебных стандартов качества профессионального образования, которое отвечает требованиям развития экономики;

- содействие упреждающего обучения работников, которые находятся под риском высвобождения и создание благоприятных условий для профессионального обучения тем работников, которые хотят получить новую специальность или освоить новый вид деятельности в секторах экономики, где возрастает спрос на рабочую силу;

- формирование на предприятиях постоянно действующей системы оценки персонала и оперативной переподготовки кадров, разработка системы мотивации повышения работниками своего профессионально-квалификационного уровня;

- осуществление программ непрерывного обучения на протяжении всего периода трудовой деятельности человека на предприятии и обеспечение доступа к нему каждого работника предприятия;

- стимулирование внутрипроизводственной системы обучения путем выделения предприятиям субсидий целевого назначения (на создание новых рабочих мест, подготовку и переподготовку кадров) при условии обеспечения соответствующих стандартов качества;

- дифференцированная налоговая политика (скидка из налога на прибыль при организации соответствующих курсов по переподготовке работников, освобождение от налога средств, направленных на обучение работников, сокращению размеров или даже освобождение от взносов на социальное страхование и т.п.);

- снижение уровня налогообложения средств от предоставления дополнительных платных услуг заведениями высшего и профессионально-технического образования, доходов от реализации продукции учебных производственных мастерских, если они направлены на реализацию программ профессиональной подготовки.

Неотъемлемым условием создания и развития таких систем является необходимость активного участия не только государства, образовательных заведений, а и работодателей, которые могут при условиях формирования экономики знаний, выступать активными субъектами процесса профессионального обучения и повышения квалификации своих кадров.

### **Список литературы**

1. Капица С.П. Экономика знаний: контекст российских проблем /С.П. Капица // Россия в глобальном контексте: цикл публичных дискуссий.- Вып.15 - URL: [www.nikiskyclub.ru](http://www.nikiskyclub.ru)

2. Петрова І.Л. Ринок праці та освіта: пошук взаємодії.- К.: Таксон, 2017-200с.
3. Тарусина Н.Э. Составляющие образовательной и технологической компонент профессиональной подготовки в традиционной и инновационной моделях образования / Н.Э. Тарусина // Материалы междунар. научно-практ. конф. «Механизмы управления социально-экономическими системами: теория и практика». – Донецк, 2017. – С. 208-210.
4. Тарусина Н.Э. Управление процессом подготовки образовательно-профессионального потенциала для нужд региона на институциональном уровне // Механизмы управления социально-экономическими системами: теория и практика: мат. Республиканской интернет-конф., 14 ноября 2018 г., г. Донецк ГОУ ВПО ДонАУиГС. – Донецк: ДонАУиГС, 2018. – С.308-309.

**УДК 005.95/.96**

**СПОСОБЫ ОЦЕНКИ МЕХАНИЗМА ВЛИЯНИЯ ЛИЧНОСТИ  
НА ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ  
И ЕГО ОРГАНИЗАЦИОННУЮ КУЛЬТУРУ**

**А.В. Родионов,  
д-р. экон. наук, профессор**

Каменский технологический институт  
(филиал) ЮРГПУ им. М. Платова  
Южно-Российский государственный  
политехнический университет (НПИ)  
имени М.И. Платова», г. Каменск-  
Шахтинский, Россия, av.box@bk.ru

**WAYS TO ASSESS THE MECHANISM OF INFLUENCE OF THE  
INDIVIDUAL ON THE EFFECTIVE MANAGEMENT OF THE  
COMPANY'S PERSONNEL AND ITS ORGANIZATIONAL CULTURE**

**A.V. Rodionov,  
Doctor of Economics, Professor**

Kamensk Technological Institute (branch)  
Platov South-Russian State Polytechnic  
University (NPI), Kamensk-Shahtinskiy,  
Russia, av.box@bk.ru

**Реферат**

**Цель.** Цель статьи – рассмотреть способы оценки влияния личности на эффективное управление персоналом предприятия и его организационную культуру.

**Методика.** В процессе исследования использованы методы теоретического обобщения и сравнения, анализа и синтеза.

**Результаты.** Обобщены способы влияния личности на эффективное управление персоналом предприятия и его организационную культуру.

**Научная новизна.** Получила дальнейшее развитие теория роли личности в управлении персоналом предприятия и его организационной культуре.

**Практическая значимость.** Полученные выводы целесообразно учитывать в процессе формирования организационной культуры предприятий.

**Ключевые слова:** *предприятие, персонал, личность, управление, организационная культура*

**Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами.** Организация, в любом ее виде, состоит из совокупности сотрудников. Именно от их качества работы зависит успех организации. Вопрос состоит в том, как организовать их работу слаженно, в едином ключе и направлении. Актуальным остается и вопрос формирования корпоративного духа и культуры для лояльности и высокого уровня мотивации персонала на достижение корпоративного результата. Для этого важно изучить влияние каждого сотрудника, его личностных характеристик на отдельных сотрудников и коллектив в целом. Определить механизм влияния его поведения, мотивы, рычаги и инструменты влияния на организацию и организационные изменения. Для этого важно определить сущность и мотивы каждого поступающего на предприятие сотрудника. Выявить его конфликтность и возможность работы уже в сложившемся коллективе с установленной организационной культурой.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Как показывает практика, на предприятиях используются лишь отдельные инструменты управления персоналом и его организационной культурой, поскольку отсутствует единый комплексный подход к организации и применению системы управления персоналом персонала, призванный обеспечить системность и эффективность использования этой концепции на практике, что и обуславливает актуальность и выбор темы исследования. Вопросам оценки влияния личности на эффективное управление персоналом предприятия и его организационную культуру как элемента системы управления персоналом посвящены работы ученых: Е.А. Волкова, Е.В. Калининкова [1], О.И. Дудина, В.А. Зеленкова [2], Л.С. Крыжанова [3], А.Е. Мрачковского [4], А.А. Михайлова и др. Значительное внимание уделяется изучению сущности, рассмотрению основных функций и принципов, целей и задач, характеристике управления персоналом: А.А. Разумов, В.П. Дрямов [6], М.Я. Озеров [5], проблемам информационного и методического обеспечения персонала [8], [9]. Проблемы распределения

задач, прав, обязанностей и полномочий между специалистами и их оценка остаются нерешенными. Однако, как показывает практика, на предприятиях используются лишь отдельные инструменты управления персоналом, что не развивает организационную культуру, поскольку отсутствует единый комплексный подход к организации и применения системы управления.

**Изложение основного материала исследования.** Вопрос не допустить ошибку при подборе персонала, выборе сотрудников любого уровня. Ведь на каждом уровне и каждом отделе уже сформировался определенный способ отношений. Специально для этого существуют международные, уже зарекомендовавшие себя тесты анализа личности кандидата. Организация самостоятельно или при помощи консультантов может провести анализ личности, навыков и способностей всех потенциальных претендентов. Оценка может проводиться несколькими методами и подходами. Наиболее интересными представляются два: Thomas test, IWAM. Эти системы оценки помогут принять взвешенное и оцифрованное решение:

- при выборе кандидата на должность;
- в создании модели эффективной команды / отдела / компании;
- при создании профиля идеального кандидата (системы позволяют создать ас полностью оцифрованную и основанную на данных систему подбора персонала, как, например, в компании Google);
- при принятии решения о повышении;
- оценить персонал и построить на базе этой оценки ежегодный диалог сотрудников с компанией;
- создать оцифрованную систему оценки 360;
- разработать и построить для сотрудника план профессионального роста внутри организации;
- выявить ключевые факторы мотивации сотрудника и получить действенный способ управления каждым членом команды;
- провести анализ личности лидера организации, чтобы понять, как сделать его еще более эффективным;
- подобрать идеального сотрудника для сложного и неидеального начальника.

Подобного рода системы оценки активно используют консультанты при оказании услуги карьерное консультирование.

Тест Томаса Климана (Thomas test), SWOT позволяет провести анализ личности человека, групповую оценку личности, оценку персонала, IWAM анализ личности.

Thomas test – британская разработка, известная во всем мире, в основе которой лежит теория DISC. Преимущества системы оценки Tomas test:

- удобно по системе показателей;
- быстро (прохождение tomas test занимает 8 – 10 минут);
- эффективно (погрешность минимальная, менее 10%, что является очень хорошим результатом для таких тестов);

- надежно (более 32 000 компаний по всему миру доверяют Thomas Test);

- конфиденциально.

Результаты Thomas Test представляют из себя удобный в использовании отчет на 3 страницы. Он дает понимание о поведении человека в обычной жизни, рабочей среде и под давлением. Помимо понятного и удобного отчета, можно также получить комментарии и устную консультацию сертифицированного специалиста, который даст более глубокое понимание результата Thomas Test и объяснит, как с ним работать дальше.

Так же можно использовать такие системы оценки: PPA – Профильный анализ личности; 360 – Оценка 360; Teams – Аудит команды; TeIQ – анализ эмоционального интеллекта.

Также, анализ личности можно проводить по системе IWAM. Это бельгийская система анализа личности, оценивающая 48 параметров поведения в рабочем окружении.

Тестирование в режиме онлайн, занимает около 45-50 минут.

Отчет IWAM – это комплексное исследование личности на 50 страницах, на любом языке мира. При помощи IWAM анализа личности, строят долгосрочный прогноз эффективности сотрудника, в том числе под влиянием непостоянных внешних факторов. Помимо привычных поведенческих сценариев данный отчет дает массу дополнительных возможностей. Например, мотивационный словарь, в котором есть рекомендуемые для использования слова при коммуникации с данным сотрудником. Специально выявленные слова, способствующие мотивации и побуждению к действию. Также, данный словарь содержит слова, которые нужно избегать, чтобы не демотивировать человека.

IWAM особенно хорош при работе с лидерами крупных подразделений, компаний. Данный инструмент позволяет выявить в поведении лидера скрытые, не лежащие на поверхности факторы, влияющие на результаты всей организации. По запросу, можно обратиться и к сертифицированному консультанту он проработает и откорректирует определенные показатели и поведенческие сценарии.

Узнав мотивы сотрудника, его стили поведения, возможности поведения и влияния на культуру организации и каждого сотрудника в отдельности, можно выявить и влияние отделов в целом на организацию.

Цена ошибки при найме в организацию проблемного сотрудника высока. Более высока цена ошибки при создании целого отдела. Неверно подобранная команда отдела продаж, например, способна в сжатые сроки уничтожить сбыт на предприятии. Поэтому построение эффективной системы управления и действенной организационной культуры напрямую зависит от создания эффективной команды сотрудников.



Многие предприятия испытывают трудности внутренней коммуникации, что отражается на эффективности организации и функционировании механизма организационной культуры предприятий. Чаще всего есть проблемы между сотрудниками разного уровня, препятствующие успеху и эффективной работе, но они не на поверхности. Причина тому, неверно собранная команда, или роли в ней распределены без учета личностных особенностей ее членов. Чаще всего, наблюдаем ситуацию, в которой кое-как все работает, и это устраивает руководство до возникновения проблемы. Критический момент, когда что-то сломалось, или, когда начинаем внедрять изменения.

Важно сделать так, чтобы персонал организации всегда успешно справлялся с любыми трудностями, чтобы поставленные задачи были реализованы не просто в срок, а максимально эффективно. Проблемой является разрешение конфликтов внутри коллектива, превращение их в конструктивный характер и превращение в энергию созидания. Необходимо расставить персонал на «свои места», сделать его довольным работой, обеспечить разноплановость карьерных траекторий каждого из членов коллектива, не разрушая внутреннего баланса.

Для создания эффективной команды, и, как результат, эффективной организации понадобятся ключевые действующие лица предприятия, а также внешний HR консультант. Консультант, имея опыт, проведет аудит ситуации, возьмет необходимые интервью, исследования, тестирования, оцифрует все данные каждого члена команды. Отталкиваясь от задач предприятия, сделает на основании исследования выводы, которые позволят принимать взвешенные решения. Проведенное командное моделирование позволит развивать организацию с минимальными рисками, минимальными неожиданностями с точки зрения внутренних конфликтов и реакций сотрудников. Результат – эффективная команда, вовлеченность сотрудников, достижение целей.

**Выводы и перспективы дальнейших исследований.** Важно не только отказывать в работе или увольнять, но и анализировать текущую ситуацию, выявлять сложности, моделировать наиболее выгодные решения с максимальным использованием ресурсов, которыми организация располагает сейчас.

### **Список литературы**

1. Волкова, Е.А. Повышение конкурентоспособности предприятия на основе совершенствования качества рабочей силы / Е.А. Волкова, Е.В. Калинникова. – Ульяновск: УлГТУ, 2010. – 229 с.
2. Дудина, О.И. Современные требования производства к качеству рабочей силы и оценка персонала предприятий / О.И. Дудина, В.А. Зеленков // Кадры предприятия. – 2007. – № 5. – С. 99-107.

3. Крыжанова, Л.С. Рынок труда в системе рыночного хозяйства / Л.С. Крыжанова // Вестник Кыргызско-Российского Славянского университета. – 2012. – Т. 12. – № 6. – С. 147–151.
4. Мрачковский, А.Е. Рынок труда: учеб. пособие / А.Е. Мрачковский, А.А. Михайлов. – Омск: ОмГТУ, 2011. – 100 с.
5. Озеров, М.Я. Методика оценки потенциала качества рабочей силы как резерва роста качества труда / М.Я. Озеров // Университет им. В.И. Вернадского. Вопросы современной науки и практики. – 2006. – № 1(3). – С. 95–100.
6. Разумов, А.А. Качество рабочей силы: от теории к практике / А.А. Разумов, В. П. Дрямов // Уровень жизни населения и регионов России. – 2007. – №8. – С. 87-92.
8. <http://vns-consult.com/evaluation>
9. <http://vns-consult.com/team-modeling>

**УДК 005.336.4**

## **ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**В.Н. Тисунова,  
докт. экон. наук,  
профессор**

ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный  
университет имени Владимира Даля»,  
г. Луганск, ЛНР, e-mail: [tisunova@mail.ru](mailto:tisunova@mail.ru)

## **EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF INTELLECTUAL PROPERTY MANAGEMENT OF THE COMPANY**

**V.N. Tisunova,  
Doctor of Economics,  
professor**

PEI HPT «Luhansk national university of  
Vladimir Dahl», Luhansk, LPR,  
e-mail: [tisunova@mail.ru](mailto:tisunova@mail.ru)

### **Реферат**

**Цель.** Цель статьи заключается в обосновании комплексной оценки эффективности управления интеллектуальной собственностью предприятия.

**Методика.** В процессе исследования использованы методы: теоретического обобщения и сравнения, анализа и синтеза (для анализа существующих подходов и методик оценки эффективности управления интеллектуальной собственностью предприятия).

**Результаты.** На основании проведенного анализа существующих научно-методических подходов усовершенствована методика комплексной оценки эффективности управления интеллектуальной собственностью предприятия.

**Научная новизна.** Усовершенствована методика комплексной оценки эффективности управления интеллектуальной собственностью предприятия, которая позволяет осуществить оценку функционирования каждой из составляющих данной системы управления, а также использовать неограниченное количество показателей оценки, которые могут изменяться в зависимости от сферы деятельности предприятия, учитывая ориентиры его стратегического развития.

**Практическая значимость.** Предложенная методика может найти применение в практике повышения рыночной стоимости торговых предприятий, а также обеспечения устойчивых конкурентных преимуществ.

**Ключевые слова:** *управление интеллектуальной собственностью, эффективность, оценка, научно-методический подход, методика, показатели, комплексная оценка.*

**Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами.** В реалиях постиндустриального этапа социально-экономического развития общества обеспечивающим фактором жизнеспособности предприятия выступают знания, компетенции и интеллект. В свою очередь, что актуализируют исследование проблем управления интеллектуальной собственностью как основополагающего фактора повышения рыночной стоимости, прибыли и конкурентоспособности предприятия в стратегическом контексте.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Исследованию вопросов в области управления интеллектуальной собственностью посвящены работы таких известных ученых, как В.В. Авилова, Т.Г. Соболев, Ю.В. Нечепуренко, Г.М. Харисова, Е.А. Фокина, А.Н. Прохоров, Р.К. Аблязов, Л.Н. Давыденко, В.Д. Базилевич, Р.Р. Минниханов, В.Г. Семенов и др. Теоретико-методологические аспекты оценки эффективности управления интеллектуальной собственностью предприятия изложены в работах А.Н. Асаула, Т.А. Гусаковской, Ю.И. Селиверстова, А.И. Селезневой, В.Г. Семенов, А.В. Кириллова, Б.М. Карпова, П.Н. Цыбулева.

**Изложение основного материала исследования.** Изучение публикаций ученых [6; 7; 8; 9] в области управления интеллектуальной собственностью предприятия показало, что проводимые исследования в большинстве своем посвящены вопросам бухгалтерского учета нематериальных активов, аудита интеллектуальной собственности, различным аспектам проведения оценки объектов интеллектуальной собственности. Однако, вопросы оценки эффективности управления интеллектуальной собственностью предприятия остаются недостаточно разработаны, что и обуславливает актуальность данного исследования.

Под эффективностью управления понимается его качество, обеспечивающее предприятию достижение намеченных целей. Количественно эффективность менеджмента определяется как отношение результата к необходимым для этого затратам [1, с.351]. Для определения эффективности управления важное значение имеет выделение критериев и показателей по которым будет проводиться оценивание. Основными критериями эффективного управления является определенная

множественность показателей, характеризующих результативность работающих организационных систем и подсистем [11]. А для того, чтобы судить, насколько управление интеллектуальной собственностью эффективно, необходимо выработать методику оценки, позволяющую определить действительную ситуацию на предприятии в области управления интеллектуальной собственностью, выявить слабые места и дать рекомендации для ее улучшения.

Проанализировав ряд методик оценки различных аспектов управления предприятием, в том числе и управления интеллектуальной собственностью [3; 4; 5; 6], определено, что по сегодняшний день на практике не выработано единой, общепризнанной методики проведения оценки эффективности управления интеллектуальной собственностью предприятия, широко используются разнообразные методические рекомендации, разные группы показателей, коэффициентов и критериев.

Семенова В.Г. выделяет следующие критерии эффективности управления интеллектуальной собственностью предприятия [8, с. 265]: доходность; производительность; инновационность; повышение качества технологии производства; повышение качества продукции; патентоспособность; создание устойчивых конкурентных преимуществ; рост рыночной стоимости предприятия.

Рассматривая методологические аспекты оценки эффективности управления интеллектуальной собственностью в условиях развития инновационного предпринимательства, Кириллов А.В. [4, с.22] определил перечень факторов оценки эффективности управления интеллектуальной собственностью. Эти факторы ориентированы на правовой аспект оценки и позволяют определить уровень правовой защиты интеллектуальной собственности. Они включают следующие критерии: количество охраноспособных результатов интеллектуальной деятельности; количество результатов интеллектуальной деятельности, охраняемых в режиме коммерческой тайны; способность предприятия обеспечить режим коммерческой тайны; возможность получения правовой охраны; состояние правового ландшафта (относительно собственных разработок и разработок конкурентов); разработанность данной области техники; количество запатентованных технических решений (собственных и конкурентов); патентная чистота существующих и будущих объектов интеллектуальной собственности; наличие и уровень деловой репутации (гудвилла).

Гусаковская Т.А. [3] выделила следующие показатели для общей оценки эффективности системы управления интеллектуальной собственностью предприятия: коэффициент роста стоимости бизнеса; доля интеллектуальной собственности и нематериальных активов в капитале предприятия; доля прибыли предприятия, которая приходится на интеллектуальную собственность и нематериальные активы; коэффициент роста прибыли от интеллектуальной собственности; рентабельность расходов на создание, обеспечение охраны, защиты и использование интеллектуальной собственности.

В качестве критериев экономической эффективности объектов интеллектуальной собственности, Цыбулев П.Н. [10] выделяет критерии по

аналогии с международной практикой оценки инвестиционных проектов, а именно: чистую приведенную стоимость; период окупаемости; внутреннюю норму доходности; индекс прибыльности; средний доход на чистый капитал.

Однако, учитывая полиаспектность управленческой деятельности и многокритериальность в области оценки эффективности интеллектуальной собственности, целесообразно применять методику комплексной оценки эффективности управления интеллектуальной собственностью предприятия. Данная методика оценки предусматривает использование системы взаимосвязанных количественных и качественных критериев, отражающие основные определяющие факторы эффективность управления интеллектуальной собственностью предприятия. Таким образом, использование комплексной оценки предполагает построение системы показателей оценки эффективности управления интеллектуальной собственностью предприятия, которая охватывает несколько функциональных составляющих: обучение и развитие персонала, инвестиционно-инновационную, информационно-коммуникационную и нормативно-правовую составляющую (рис. 1).



Рисунок 1 – Показатели комплексной оценки эффективности управления интеллектуальной собственностью предприятия

Итак, согласно методики комплексной оценки эффективности управления интеллектуальной собственностью предприятия основным критерием эффективного управления является множественность показателей,

характеризующих результативность каждой из составляющих системы управления интеллектуальной собственностью предприятия.

Необходимо отметить, что для комплексной оценки функционирования составляющих системы управления интеллектуальной собственностью, по нашему мнению, следует учитывать значимость каждого из вышеописанных показателей. Поэтому предлагается для общей оценки осуществление расчета интегральных показателей эффективности функционирования каждой из составляющих групп показателей как общей взвешенной оценки по следующей формуле (1):

$$I_{\text{инт}}^j = \sqrt[n]{\sum_{i=1}^n P_i \gamma_i}, \quad (1)$$

где:  $I_{\text{инт}}^j$  - интегральный показатель эффективности j-ой составляющей управления интеллектуальной собственностью предприятия;

n - число оцениваемых показателей;

$P_i$  - значение i-го показателя;

$\gamma_i$  - значимость i-го показателя, определенная экспертным методом. В свою очередь, расчет данного показателя оценки эффективности по каждой из составляющих позволит рассчитать интегральный показатель эффективности управления интеллектуальной собственностью предприятия по формуле (2):

$$I_{\text{инт}}^{\text{уис}} = \sqrt[4]{I_{\text{орп}} \times I_{\text{ин}} \times I_{\text{нп}} \times I_{\text{ик}}}, \quad (2)$$

где:  $I_{\text{инт}}^{\text{уис}}$  - интегральный показатель эффективности управления интеллектуальной собственностью предприятия;

$I_{\text{орп}}$  - интегральный показатель эффективности обучения и развития персонала как составляющей управления интеллектуальной собственностью предприятия;

$I_{\text{ин}}$  - интегральный показатель эффективности инвестиционно-инновационной составляющей управления интеллектуальной собственностью предприятия;

$I_{\text{нп}}$  - интегральный показатель эффективности нормативно-правовой составляющей управления интеллектуальной собственностью предприятия;

$I_{\text{ик}}$  - интегральный показатель эффективности информационно-коммуникационной составляющей управления интеллектуальной собственностью предприятия.

**Выводы и перспективы дальнейших исследований.** Таким образом, рекомендуемая методика оценки эффективности управления интеллектуальной собственностью предприятия предполагает использование косвенных обобщенных показателей. Количество показателей оценки эффективности составляющих управления интеллектуальной собственностью, подлежащих применению при использовании данной методики, неограниченно и может изменяться в зависимости от сферы деятельности предприятия, учитывая ориентиры его стратегического

развития. В этом заключается одно из основных достоинств данной методики оценки эффективности управления интеллектуальной собственностью предприятия. При этом в случае неудовлетворительного результата комплексной оценки наличие показателей основных составляющих управления дает возможность выявить слабые места управления интеллектуальной собственностью, что позволяет гибко реагировать и своевременно реализовывать изменения.

По нашему мнению, дальнейшей рекомендацией по перспективам исследований в области оценки эффективности управления интеллектуальной собственностью предприятия может быть разработка компьютерной программы, позволяющей получить интегральную оценку эффективности управления интеллектуальной собственностью предприятия.

### Список литературы

1. Абчук В.А. Менеджмент [Текст]: учебник / В.А. Абчук. – Спб.: Союз, 2002. – 463 с.
2. Васин С.М., Мамонова О.А. Природа и сущность понятия эффективности системы управления предприятием / С.М. Васин, О.А. Мамонова // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. – 2012. - № 4(22). – С. 229-233.
3. Гусаковская Т.А. Методика оценки эффективности управления интеллектуальной собственностью предприятия / Т.А. Гусаковская // Бизнесинформ. - 2008. - № 3. – С. 7-13.
4. Кириллов А.В. Методологические аспекты оценки эффективности управления интеллектуальной собственностью в условиях развития инновационного предпринимательства / А.В. Кириллов // Вестник ГУУ. - 2014. - №11. - С. 20-23.
5. Макаров Е.И., Дьяконова С.Н. Интеллектуальная собственность как реализованная инновация [Электронный ресурс] / Е.И. Макаров, С.Н. Дьяконова // ИВД. - 2012. - №2. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/intellektualnaya-sobstvennost-kak-realizovannaya-innovatsiya>
6. Пашигорева Г.И. Интеллектуальная собственность на рынке инноваций [Электронный ресурс] / Г.И. Пашигорева // Проблемы современной экономики. - 2015. - №2 (54). – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/intellektualnaya-sobstvennost-na-rynke-innovatsiy>
7. Прохоров А.Н. Основные подходы к определению сущности понятия «интеллектуальная собственность» [Электронный ресурс] / А.Н. Прохоров // Вестник ТюмГУ. - 2012. - №11. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-podhody-k-opredeleniyu-suschnosti-ponyatiya-intellektualnaya-sobstvennost>
8. Семенова В.Г. Анализ эффективности управления интеллектуальной собственностью предприятий // Экономика: реалии времени. - 2015. - №2 (18). - С.263-268
9. Тюхматьев В.М. Интеллектуальная собственность в системе современных рыночных отношений / В.М. Тюхматьев // Вестник Саратовского

государственного социально-экономического университета. - 2010. - №3. – С. 193-197

10. Цыбулев П.Н. Оценка интеллектуальной собственности: – К.: "Институт интеллектуальной собственности и права" – 2003. – 184 с.

11. Ямпольская Д., Зонис М. Понятие эффективности управления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.inventech.ru/lib/management/management-0056/>

**УДК 338.43**

### **ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ СОСТОЯНИЯ СИСТЕМЫ БЕЗОПАСНОСТИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО КОМПЛЕКСА НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА**

**О.В. Ульяницкая**  
к.э.н., доцент  
**М.Н. Костенко**  
к.э.н., доцент  
**О.А. Припотень**  
аспирант

ГОУ ВПО «Донбасский государственный  
технический университет», г. Алчевск, ЛНР,  
ГОУ ВПО «Луганский национальный университет  
имени Тараса Шевченко»,  
г. Луганск, ЛНР  
e-mail: drongo1231@gmail.com

### **FEATURES OF THE ASSESSMENT OF THE STATE OF THE SECURITY SYSTEM OF THE FOOD COMPLEX OF THE PEOPLE'S ECONOMY**

**O.V. Ulyanickaya**  
Candidate of Economics,  
Associate Professor  
**M. N. Kostenko**  
Candidate of Economics,  
Associate Professor  
**O.A. Pripoten**  
Postgraduate

SEI HPE «Donbass State Technical University»,  
Alchevsk, LPR,  
SEI HPE «LNU T. Shevchenko», Lugansk, LPR  
e-mail: drongo1231@gmail.com

### **Реферат**

**Цель** – изучить особенности оценки обеспечения безопасности продовольственного комплекса.

**Методика.** В процессе исследования использованы методы теоретического обобщения и сравнения, группировки, синтеза, индукции и дедукции, систематизации информации.

**Результаты.** В статье проанализированы главные факторы, влияющие на состояние потребительской составляющей продовольственной безопасности. Предложен экономический механизм ее обеспечения,



ориентированный на повышение эффективности агропродовольственного комплекса региона.

**Научная новизна** заключается в совершенствовании методического подхода к оценке безопасности продовольственного комплекса региона за счет дополнения системы индикаторов физической доступности продовольствия показателем аграрного и продовольственного самообеспечения региона, а также в обосновании с позиций секторного моделирования главных составляющих механизма обеспечения региональной безопасности.

**Практическая значимость.** Своевременное выявление и идентификация угроз безопасности продовольственного комплекса позволит выработать систему мер по их предупреждению или ослаблению влияния.

**Ключевые слова:** *доход населения, ценовые колебания, продовольственный комплекс, безопасность, система.*

**Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами.** Обеспечение продовольственной безопасности является неотъемлемой составляющей гражданских прав человека, залогом развития общества и основой экономической безопасности государства. Поэтому особое внимание ученых приковано к изучению процессов, которые так или иначе влияют на безопасность продовольственного комплекса государства и его отдельных регионов.

В условиях разворачивания мирового продовольственного кризиса первоочередной значимости приобретает задача создания эффективного экономического механизма обеспечения продовольственной безопасности как на государственном, так и региональном уровнях. Особая роль в его реализации принадлежит системе критериальной оценки продовольственной безопасности, которая призвана обеспечить объективность, своевременность и всесторонность оценки индикаторов безопасности и, соответственно, эффективность управленческих решений, принимаемых на их основе, в частности, по разработке механизмов противодействия угрозам ПБ, прогнозов ее главных критериев и т. д.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Вопросы оценки продовольственной безопасности и формирования механизмов ее обеспечения нашли отражение в научных трудах Никишиной Е. [1], Дикаленко М. [3], Мудрак Р. [5], Буркинського Б., Лисюка В. [7], Скидан О. [8]. В то же время в исследованиях проблемы продовольственной безопасности нет однозначного мнения о критериях ее оценки и методах расчета пороговых значений безопасности, особенно на региональном уровне. Соответственно, возникает необходимость пересмотра и дополнения научно-методических подходов к оценке региональной продовольственной безопасности, что определяет актуальность и практическую значимость выбранного направления исследования.

**Целью** статьи является изучение оценки безопасности продовольственного комплекса.

**Изложение основного материала исследования.** Целью безопасности продовольственного комплекса является создание условий социального, физического и экономического доступа каждого гражданина к продовольствию в настоящее время и в долгосрочной перспективе, поэтому становится необходимым провести исследования продовольственной безопасности для выявления возможной ориентации не только на устранение недостатков питания населения в текущем периоде, но и обеспечение воспроизводственного процесса, включая проведение ряда природоохранных и восстановительных программ, сбалансированное использование земельных, лесных и водных ресурсов для экологически устойчивого развития. Это позволит получать продовольствие с необходимыми экологическими показателями современному и будущему поколению нации. Несомненный интерес вызывает проблема экономико-математического моделирования воспроизводственного процесса в рамках системы продовольственной безопасности.

На формирование и создание необходимого уровня организационного механизма продовольственной безопасности влияет совокупность двух групп диаметрально противоположных факторов. С одной стороны, группа негативных факторов, снижающих общий уровень развития экономической системы, а с другой - группа положительных, способствующие ее эволюционному развитию (рис. 1).



Рисунок 1 - Факторы, влияющие на результативность организационного механизма современной безопасности продовольственного комплекса страны

Организационно-экономический механизм продовольственной безопасности требует постоянного совершенствования, что обусловлено воздействием на него экономических, политических, социальных, экологических, институциональных факторов. Успешное развитие аграрного производства достигается благодаря гармоничному сочетанию организационно-административных и экономических методов регулирования аграрного сектора. Особенность применения организационно-административных методов в рыночной экономике заключается в том, что не ограничивая свободу субъектов хозяйствования, они направлены на обеспечение сбалансированности их интересов с интересами общества.

Учитывая основные черты государственной продовольственной безопасности, региональную продовольственную безопасность можно трактовать как обеспечение физической и экономической доступности качественного продовольствия всем социальным группам населения региона за счет эффективного использования регионального природоресурсного потенциала и производственного потенциала продовольственного комплекса региона [1]. Состояние продовольственной безопасности государства оценивается широким спектром показателей, главные из которых нашли отражение в действующей Методике определения основных индикаторов продовольственной безопасности (далее - Методика) [2]. Система оценочных критериев эволюционировала от простых показателей (среднедушевые доходы населения, переходные запасы продовольственного зерна) до более сложных и функциональных (территориальная доступность продуктов, степень их «натуральности», влияние качества продуктов на здоровье и продолжительность жизни населения и т.д.). В обобщенном виде оценка состояния продовольственной безопасности определяется тремя группами критериев: физической доступности продовольствия, экономической доступности продовольствия, безопасности продовольствия для потребителей.

В условиях трансформации экономики Луганской Народной Республики и, в частности, агропромышленного комплекса, наблюдается тенденция к ухудшению уровня продовольственной безопасности. Систематически снижается среднедушевой совокупный доход семьи. Существенно ухудшилась структура расходов населения. На продукты питания расходуется почти 80% совокупного дохода семьи, тогда как в экономически развитых странах - 10-12% [1, с. 7]. По данным Организации по продовольствию и сельскому хозяйству ООН (FAO) за последнее десятилетие мировые цены на продовольственные продукты выросли почти вдвое. Общий индекс цен на продовольственные продукты составил 172,4% (на сахар - 334,0%, масла и жиры - 169,3, зерновые - 171,1, молоко - 215,6,

мясо - 120,1%), то в декабре 2010 он вырос до 214,7%, при этом индекс цен на сахар составил 398,4%, масла и жиры - 263,0, зерновые - 237,6, молоко - 208,4%, мясо - 142,2%. «Фронтальный» рост основных ценовых индексов позволил экспертам говорить об обострении мирового продовольственного кризиса и сформировать негативные для потребителей прогнозы относительно дальнейшей ценовой динамики на рынке агропродукции [2, с. 135].

В последние годы большое распространение получил термин «экологически чистый продукт». Ведь неправильное использование разнообразных агрохимикатов в выращивании и хранении продукции, применение устаревших технологий приводит к накоплению в продуктах пестицидов и тяжелых металлов. Это подтверждают частые пищевые отравления, особенно среди населения с низким уровнем доходов. Причиной является ненадлежащий контроль со стороны государственных служб качества, который необходимо привести в соответствие с международными требованиями. Ведь высокое качество отечественной продукции создает Республике положительный международный имидж, позволяет быть наравне с другими странами. Сложившаяся ситуация на мировых рынках продовольствия, свидетельствует об особой заинтересованности потребителей в здоровом и полноценном питании. Во многих странах мира действует рынок сбыта экологически чистых продуктов питания, что способствует развитию биологического (органического) земледелия.

Несмотря на то, что сейчас в мире производится 329 кг зерна на душу населения (по нормативам ООН, средняя потребность человека в основном продукте питания составляет 300 кг), проблема продовольственной безопасности для человечества не решена: наряду с процветающими странами есть большие регионы в Азии, Африке и Южной Америке, где значительная часть населения голодает или недоедает. В «Римской декларации по всемирной продовольственной безопасности» говорится об обязанности любого государства обеспечивать право каждого человека на доступ к безопасным для здоровья и полноценным продуктам питания в соответствии с правом на адекватное питание и права на свободу от голода.

Продовольственная безопасность является одной из главных целей аграрной и экономической политики государств.

Продовольственная безопасность - это обеспечение в достаточном количестве производства продуктов питания для населения отдельной страны или всего мирового сообщества в целом. Она предусматривает обеспечение продуктами питания не только нынешнее поколение, но и поколения потомков. По этой причине, продовольственная безопасность может быть достигнута только в том случае, если сельское хозяйство будет

организовано на экологической основе, то есть обеспечено сохранение агроресурсов (почв, природных кормовых угодий, воды и т.д.). Обеспечение продовольственной безопасности для будущих поколений является сложной проблемой, так как процессы разрушения почв, деградации пастбищ и катастрофического снижения запасов пресной воды, которая может быть использована для полива, продолжаются. Без прекращения этих пагубных процессов обеспечить продовольственную безопасность невозможно. Продовольственная безопасность в XXI веке является одним из главных элементов национальной безопасности.

В основе исследования продовольственной безопасности лежат анализ потока продовольствия в ЛНР от стадии их формирования до конечного потребления населением и сравнение его с эталоном питания по научным нормами. Продуктопотоки четко разделяются на два потока по источникам их создания, что связано с секторностью отечественного сельского хозяйства, отличные по своей экономической природе и общественной функции. Формируют продуктопоток сельскохозяйственные предприятия товарного типа и домохозяйства населения. В обоих секторах часть валовой продукции идет на внутрипроизводственное использование, а часть теряется в различных производственных стадиях и при транспортировке. Основная часть продукции идет на продовольственные нужды: непосредственное потребление с реализацией ее излишков на крестьянском рынке и доведение до потребителя продукции товарных хозяйств после ее переработки пищевой промышленностью через официальную торговую сеть. Кроме того, предприятия сельского хозяйства и пищевой промышленности способны реализовывать продовольственную продукцию не для внутригосударственного потребления, а на экспорт.

Аналогично пищевая промышленность может работать на импортном сырье, то есть иностранная продукция поставляться в торговую сеть. Данный подход выделения составляющих элементов в продуктопотоках и сведение их в баланс соответствует методологии ФАО ООН и используется в статистике стран:

$$ЕС X + S + E - J = N + K + Q + V + F,$$

где X - объем производства сельскохозяйственной продукции и продовольствия;

S - прирост запасов продукции и продовольствия;

E - экспорт продукции сельского хозяйства и продовольствия;

J - импорт продукции сельского хозяйства и продовольствия;

N - семенной фонд;

K - фуражный фонд;

Q - переработка продуктов;

V - потери;

F - общественный фонд потребления продовольствия.

Следует отметить отличие структуры балансов продовольствия по методике ФАО и Луганской Народной Республики. Последняя является более детализированной и адаптированной к особенностям отечественного обращения продовольствия, где значительная их часть производится и потребляется в нетоварном секторе. Есть возможность определить фонд потребления продовольствия в городах (реализация через торговую сеть + крестьянский рынок) и домохозяйствах населения (общий фонд потребления - потребление в городах) [1; 4, 30-32].

Для оценки уровня продовольственной безопасности в стране, нужно знать, какой уровень потребления продовольствия населением, то есть сколько в среднем в год потребляет человек, ведь потребляются различные продукты: зерно, также крупы, мясо, молоко, плоды, фрукты. Нужен показатель, с помощью которого можно было бы сравнить все эти продукты для потребления. В качестве такого показателя выступает измерение продуктов питания в килокалориях. По данным Госкомстата этот показатель уже рассчитан и даже существуют нормы потребления в среднем для человека, для поддержания качественного уровня его здоровья и работоспособности. Но аналогично известным показателем является средняя заработная плата и средний уровень ВВП на душу населения, однако этот показатель не дает точной картины происходящего на самом деле. Для определенного уточнения ситуации предлагаются корректирующие коэффициенты: коэффициент экономической доступности у человека к продуктам питания; коэффициент физической доступности у человека к продуктам питания; коэффициент импортозависимости страны в сфере продовольственных товаров.

Коэффициент экономической доступности отражает ситуацию для различных слоев населения, то есть имеет ли человек экономическую возможность приобрести для себя необходимые продукты питания, ведь качество питания бедных слоев населения также низкой, безусловно влияет на их состояние работоспособности и здоровья в целом. Этот коэффициент определяется по оптимальной границе - он показывает, что необходимое количество продуктов питания должно заключаться в 60% совокупных доходов человека. Если это осуществляется, значит можно говорить о достаточном уровне экономической доступности у населения к продуктам питания, то есть любой человек имеет достаточный доход, чтобы приобрести необходимые для жизни продукты питания. Конечно, этот коэффициент зависит в первую очередь, от благосостояния населения и экономического развития страны в целом. Но население может достаточно зарабатывать

(например, в городах), но не иметь физического доступа к продуктам питания - неурожай, разрушена инфраструктура их доставки в города. Поэтому, требуется коэффициент физической доступности продуктов питания, наличие их в достаточном количестве на рынке, как в стране в целом, так и каждой определенной местности, районе, регионе страны.

Целью анализа и синтеза продовольственного комплекса является продовольственная безопасность:

- 1) оценка уровня потребления населением страны;
- 2) оценка производственного потенциала сельского хозяйства и поиск факторов повышения его эффективности с учетом ограниченности земельных ресурсов.

Сельскохозяйственный комплекс страны представлен двумя секторами:

сектор I - сельскохозяйственные предприятия. Характерной их чертой является производство продукции на рынок для удовлетворения общественных потребностей;

сектор II - домохозяйства населения, которые занимаются хозяйственной деятельностью для удовлетворения собственного потребления и получения доходов через реализацию определенной части продукции через «крестьянские рынки».

Цепи связей представлено следующими элементами: имеющимися ресурсами, объемами производства и внутренним потреблением, запасами (для товарного сектора с учетом сальдо внешней торговли продовольствием), потреблением крестьян произведенной ими продукции и потреблением городских жителей через торговую сеть и «крестьянские рынки». При анализе продуктопотоков, от ресурсов к конечному потреблению, получаем объемы продукта на последовательных стадиях цикла и коэффициенты продуктивности (производительность единицы ресурса, производственные коэффициенты, технические коэффициенты пищевой промышленности, продукции). Сравнивая дифференцированный по секторам показатель фактического потребления продовольствия с идеалом (по научным нормам), позволяет дать оценку уровню потребления населения. Логика программирования продовольственной безопасности осуществляется в обратном направлении - от экзогенно заданного потребления продовольствия по научным нормам в секторах, через ряд коэффициентов или мультипликатор, к потребностям земельного ресурса, который ограничен.

**Выводы и перспективы дальнейших исследований.** Для реализации предложенного экономического механизма обеспечения продовольственной безопасности региона необходимо задействовать регуляторные рычаги управления, усилить государственный контроль за экспортно-импортными потоками продовольствия и их ценовыми соотношениями, внести изменения

в действующую Методику относительно пороговых значений индикаторов безопасности или принять соответствующий закон, учтя в нем передовой мировой опыт относительно критериальной оценки продовольственной безопасности государства и его регионов.

Практические мероприятия и главные направления реформирования регуляторных механизмов в соответствии с социально-экономической продовольственной безопасностью определяются на каждом продовольственном рынке отдельно, учитывая его состояние, экономические проблемы и перспективы развития.

В ходе анализа влияния государственного регулирования на уровень продовольственной безопасности страны был определен содержательный аспект формирования организационно-экономического механизма национальной продовольственной безопасности. Предложенный научно-методический подход основывается на выделении инструментов и рычагов (индикаторов и критериев), принципов и задач государства по формированию продовольственной безопасности страны и позволяет обеспечить расчетный аспект научного анализа по исследуемой проблематике.

### Список литературы

1. Нікішина О.В. Регіональна продовольча безпека / О.В. Нікішина // Вісник соціально-економічних досліджень : Зб. наук. праць ОДЕУ. Вип. 31. – Одеса. – 2008. – С. 277-284.
2. Методика визначення основних індикаторів продовольчої безпеки. Затверджена Постановою Кабінету Міністрів України від 5 грудня 2007 р. № 1379. / Офіційний сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс] — <http://zakon1.rada.gov.ua>.
3. Дикаленко М. Продукты описания / М. Дикаленко, Э.В. Московчук // Бизнес – 2011. – №16 (951) – С. 120-121.
4. Дикаленко М. Родина в опасности / М. Дикаленко, Э. В. Московчук // Бизнес – 2011. – №25 (960) – С. 110-112.
5. Мудрак Р. Потребительский аспект продовольственной безопасности / Р. Мудрак // Экономика Украины. – 2007. – №9. – С. 82-89.
6. Нікішина О.В. Методичні засади критеріальної оцінки та діагностики продовольчих ринків / О.В. Нікішина // Економіка харчової промисловості. – 2010. - № 2 (6) – С. 35 – 41.
7. Стратегія розвитку промислового комплексу регіону (орієнтири, ресурси, обмеження) : Монографія / За ред. Б.В. Буркинського, В. М. Лисюка. – ІПРЕЕД НАН України. – Одеса, 2008. – 321 с.
8. Скидан О. Продовольча сфера України в умовах глобалізаційних викликів / О. Скидан // Економіка України. – 2009. – № 11 – С. 53 – 64.



## **КОРРУПЦИОННО-ТЕНЕВЫЕ ОТНОШЕНИЯ КАК ФАКТОР СНИЖЕНИЯ УРОВНЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ**

**М.В. Фомина,**  
д-р экон. наук, проф.

ГО ВПО «Донецкий национальный  
университет экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского»,  
г. Донецк, ДНР,  
e-mail – [miss.profess@mail.ru](mailto:miss.profess@mail.ru)

## **CORRUPTION-SHADOW RELATIONS HOW FACTOR REPORT ECONOMIC HEALTH**

**M.V. Fomina,**  
Doctor of Economics, Professor

CO HPE «Donetsk National University  
of Economics and Trade named after  
Mykhayilo Tugan-Baranovsky»,  
Donetsk, DPR,  
e-mail – [miss.profess@mail.ru](mailto:miss.profess@mail.ru)

### **Реферат**

**Цель.** Целью статьи является исследование коррупционно-теневых отношений как функциональной составляющей экономической безопасности на основе методологии институционального концептуального подхода для формирования действенных способов противодействия их распространению.

**Методика.** Систематический метод научного познания, в соответствии с которым анализируются все экономические явления и процессы, во взаимоотношениях, взаимодействии и развитии. Кроме того, использовались методы: анализ и синтез, которые помогли исследовать систему основных процессов с их дальнейшим обобщением, координацией, установлением взаимозависимости.

**Результаты.** Коррупционно-теневые отношения оказывают значительное влияние на экономическое развитие отдельных национальных государств и являются функциональной составляющей экономической безопасности. На развитие коррупционно-теневых отношений влияют факторы и причины, формирующиеся в разных сферах жизнедеятельности общества: экономической, политической, институциональной, социально-культурной. Их анализ позволил утверждать о необходимости использования новых концептуальных подходов к оценке этого явления, а именно институционального. Применение методологии институционального концептуального подхода позволяет существенно расширить методику оценки коррупционно-теневых отношений посредством таких инструментов, как институциональные «ловушки», «тень», «угол и мощность» освещения исследуемого объекта.

С точки зрения анализа коррупционно-теневых отношений как функциональной составляющей экономической безопасности наиболее значимой является мониторинговая ловушка, олицетворяющая субъективное восприятие исследуемого объекта и субъективность целевых установок в процессе исследования.

**Научная новизна.** Проведенное исследование системы коррупционно-теневых отношений позволило выявить наиболее общие принципы противодействия их развитию в рамках обеспечения экономической безопасности государства, а именно: причинности, содержательности, целесообразности, законности, подконтрольности, легитимности, эффективности, прозрачности, обновляемости.

**Практическая значимость.** Внедрение в практику деятельности законодательных и правоохранительных органов основных принципов противодействия развитию коррупции и теневой экономики позволит системно подойти к решению этой проблемы, повысить эффективность государственной политики и, как результат, повысить уровень экономической безопасности государства.

**Ключевые слова.** *Коррупционно-теневые отношения, экономическая безопасность, функциональная составляющая экономической безопасности, методология институционального подхода, институциональные ловушки, мониторинговая ловушка.*

**Постановка проблемы и ее связь с научными и практическими задачами.** Повышение уровня нестабильности в мировом развитии, что, от части, спровоцировано глобальными трансформациями и ростом количества неразрешенных противоречий и проблем, актуализирует проблему обеспечения экономической безопасности, как отдельных национальных государств, так и человечества в целом. Перечень глобальных вызовов и угроз можно начать с экологических проблем и закончить военными столкновениями и конфликтами. В данной статье внимание хотелось бы акцентировать на таком факторе дестабилизации экономики как коррупционно-теневые отношения. Глобализация как новый этап углубления интернационализации способствовала тому, что это явление, на этапе своего зарождения имевшее национальные корни и особенности, приобретает, по истине, мировые масштабы. А цифровизация и виртуализация финансово-экономического сектора способствует полному стиранию граней национального и приводит к формированию глобальных коррупционно-теневых отношений. Сложность и многомерность процесса противодействия коррупционно-теневым отношениям требует поиска новых концептуальных подходов к ее исследованиям. Одним из них является институциональная теория, которая дает определенное пространство при исследовании самого явления и направлений противодействия в его развитии в рамках обеспечения экономической безопасности.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Последнее время, проблемам борьбы с коррупцией и теневой экономикой уделяется

значительное внимание. Значительный вклад в исследование сущности коррупции и теневой экономики сделали такие ученые: Коуз Р., Гуреев С., Мельник М., Полтерович В., Татаркин А., Норт Д., Фридмен Д., Цуриков А. и др. Но, реальных результатов и достижений в борьбе с этими негативными явлениями нет, даже, наоборот, по отдельным направлениям они усиливаются. Возникает закономерный вопрос, почему огромное количество исследований, прикладные меры, законодательные инициативы не могут противодействовать распространению этих явлений, ставя под угрозу экономическую безопасность государства.

**Постановка задачи.** Целью статьи является исследование коррупционно-теневых отношений как функциональной составляющей экономической безопасности на основе методологии институционального концептуального подхода для формирования действенных способов противодействия их распространению.

**Изложение основного материала исследования.** Теоретические основы экономического анализа коррупции впервые были представлены в научных трудах ряда американских экономистов, так называемого, неоинституционального направления. Главной причиной коррупции, определенной ими, является наличие ренты, связанной с госрегулированием различных сфер экономической жизни. К регуляторным методам, вызывающим коррупцию, они относили: введение экспортно-импортных ограничений, предоставление субсидий и налоговых льгот предпринимателям или отраслям, наличие контроля за ценами, использование валютных курсов и др. А, мотивационной причиной коррупции выступает небольшая зарплата госчиновников, что провоцирует их заинтересованность в совершении коррупционных действий [1, с. 232].

Некоторые ученые исследуют мотивацию коррупции с позиции психологической концепции и подчеркивают, что в психологии мотив рассматривается как определенная потребность [3, с. 85]. Не вдаваясь в дискуссию по поводу гносеологических и генетических корней категорий «мотив» и «потребность», отметим, что эти понятия являются категориями экономической теории и выполняют функцию базиса при исследовании экономического поведения человека. Но, это не может считаться прорывом в экономической мысли. Идеи относительно поведенческой экономики появились в период зарождения и формирования капитализма [4, с. 105]. Позже Дж. Кейнс широко использовал экономическую психологию при исследовании предпринимательства, потребления, сбережения [5]. Подчеркнем, что побудительные мотивы деятельности человека, направленные на удовлетворение потребностей, определяются не его психологией, а его ролью – экономического агента, действующего в пределах ограниченной рациональности. В соответствии с теорией ограниченной рациональности, субъекты в реальных условиях, не имея достаточной информации и возможностей для оценки и максимизации полезности, стремятся к удовлетворению [6, с. 16-38]. По сути, коррупционная деятельность базируется на простой, но убедительной модели

экономического поведения: индивиды принимают решения таким образом, чтобы максимизировать значение функции полезности путем использования доступной информации, ее определенной обработки и применения. Необходимо учитывать, что экономическое поведение субъектов коррупционных отношений подчинено действию принципа методологического индивидуализма, то есть, так называемым «денежным импульсам», или желанию использовать свое положение с целью наживы.

К экономическим причинам коррупции относят – редкость и ограниченность ресурсов. Проблема редкости позволяет обосновать дефицитность отдельных благ. Если госчиновники имеют полномочия в распоряжении дефицитными благами, коррупция получает дополнительный импульс для развития. Особенно ярко этот феномен наблюдался в развивающихся странах, но были случаи его проявления и в экономически развитых. Например, в США программа льготного строительства жилья для малообеспеченных слоев населения всегда сопровождается чередой коррупционных скандалов.

Институциональными причинами коррупции являются высокий уровень замкнутости в работе госорганов, громоздкая система отчетности, отсутствие прозрачности в процессе законотворчества и значительная лоббистская составляющая, кадровая политика, основанная на принципах «кумовства», nepотизма, кронизма, протекционизма, фаворитизма, семейности, клановости, трибализма.

Политические причины коррупции связаны с тем, что власть очень легко конвертировать в деньги, так как можно использовать полученные полномочия в частных, корпоративных или клановых интересах.

К социально-культурным причинам коррупции относятся: деморализация общества, недостаточная информированность и общественная организованность граждан, социальная пассивность по отношению к «власть имеющим». В тех странах, где действуют эти три причинных фактора, имеет место очень высокий уровень коррупции. Наоборот, в странах западноевропейской цивилизации эти факторы выражены гораздо слабее, соответственно, коррупция имеет более сдержанный характер. К социально-культурным причинам считаем необходимым отнести и национальную хозяйственную культуру, и исторически сложившийся менталитет. Так, в странах с конфуцианской культурой (Китай, Тайвань, Сингапур, Япония), в которых с незапамятных времен честный и мудрый чиновник считался культовой фигурой, коррупция значительно меньше, чем, например, в странах Южной Америки и Южной Азии, в которых отсутствуют традиции уважения к труду госчиновников.

Для того чтобы противодействовать коррупции, или хотя бы удерживать ее развитие, очень важно определение масштабов этого явления. Так как коррупция имеет не публичный, а латентный характер, измерять ее объемы очень сложно. Предлагается оценивать коррупцию, например, по количеству коррупционных нарушений, но они, как правило, не отражают реальной картины и касаются только «нижнего» уровня, т.к. коррупция

«высшего» уровня имеет больше возможностей для сокрытия противоправных действий от правоохранительных органов. Кроме того, целый ряд видов коррупции не связан непосредственно с получением денежного вознаграждения, потому не может иметь стоимостной оценки.

То есть, эмпирически и статистически коррупция не может быть измерена, поэтому для определения ее объемов используют данные социологических опросов и экспертных оценок. На их основе исследуется динамика коррупции, проводится сравнительный анализ степени и уровня развития коррупции в отдельных странах.

Определенный простор при исследовании коррупционно-теневых отношений дает институциональный концептуальный подход. В основе его применения лежит теория институциональных «ловушек», связанных с изучением, оценкой и прогнозированием теневых процессов и явлений [8, с.4-13]. Теория базируется на трех видах «ловушек». Теоретико-методологическая «ловушка» - компромисс интересов исследователей относительно неопределенности категориального аппарата. Оценочно-прогнозная «ловушка» - наличие ассиметричной информации, искажающей реальные масштабы коррупционной деятельности. Мониторинговая «ловушка» - совокупность личных интересов наблюдателей, способных повлиять на результаты исследования.

С точки зрения анализа коррупционно-теневых отношений как функциональной составляющей экономической безопасности, на наш взгляд, наиболее значимой является именно мониторинговая ловушка: во-первых, субъективное восприятие исследуемого объекта. В рамках используемой методологии применяют естественно-научное понятие «тень» - общая логика взаимодействия света и тени, что предполагает выделение в рамках теневой экономики освещенных и неосвещенных сегментов [9, с.8, с.14-19]. Во-вторых, субъективность целевых установок в процессе исследования. Особый интерес вызывает концепция «угла и мощности» освещения экономических явлений и процессов. Так, масштабы теневого сегмента экономики зависят не только от реалий, а и от «угла и мощности» освещения, т.е. отображают отношение наблюдателя к наблюдаемому объекту [10, с. 32].

В концепции институциональных «ловушек» выделены 2 угла освещения коррупционно-теневых отношений: угол освещения  $0^\circ$  (речь идет о полном сращивании интересов наблюдателя и наблюдаемого). Госчиновники становятся носителями интересов крупного капитала и способствуют развитию теневой экономики; угол освещения  $90^\circ$  (наблюдатель не связан интересами с коррупционно-теневой экономикой, оценка объективна). Данная ситуация практически нереальна из-за разницы в темпах развития наблюдателя и объекта, неполноты информации и ограниченности компетенций.

С позиции трансформационных экономик – первая ситуация тормозит развитие, вторая – недостижима по ряду объективных причин. В качестве альтернативы предлагаем использовать угол освещения -  $45^\circ$ , который предусматривает частичную заинтересованность наблюдателя. По своей сути

это переходная модель анализа коррупционно-теневых отношений, которая позволяет «осветить» частично масштабы коррупции и теневой экономики определить основные направления теневых поступлений и сократить теневой сегмент.

Полностью охватить мониторингом можно только статичный или достаточно простой объект, осветить сложное постоянно развивающееся явление очень трудно. Именно поэтому правовое и законодательное регулирование отстает по скорости развития от коррупционно-теневых институтов.

Проведенное исследование системы коррупционно-теневых отношений позволило выявить наиболее общие принципы противодействия их развитию в рамках обеспечения экономической безопасности государства:

- причинности (первоначальным этапом борьбы с коррупционно-теневой экономикой должно быть выявление первопричин возникновения этих явлений);
- содержательности (объектом должно быть содержание и причина, а не внешняя форма проявления);
- целесообразности (чрезмерное количество контролирующих органов увеличивает транзакционные издержки и снижает уровень экономической безопасности);
- законности (легализация коррупционно-теневых методов минимизации транзакционных издержек);
- подконтрольности (изменение отношения граждан к госчиновникам);
- легитимности (легализация сферы лоббизма);
- эффективности (создание эффективного механизма разрешения конфликтов и споров между бизнесом и контролирующими органами);
- прозрачности (недопущение формирования инновационных коррупционно-теневых технологий);
- обновляемости (постоянная ротация кадров в контролируемых органах).

**Выводы и перспективы дальнейших исследований.** Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы:

Во-первых, коррупционно-теневые отношения оказывают значительное влияние на экономическое развитие отдельных национальных государств и являются функциональной составляющей экономической безопасности.

Во-вторых, на развитие коррупционно-теневых отношений влияют факторы и причины, формирующиеся в разных сферах жизнедеятельности общества: экономической, политической, институциональной, социально-культурной.

В-третьих, применение методологии институционального концептуального подхода позволяет существенно расширить методику оценки коррупционно-теневых отношений посредством институциональных «ловушек», «тени», «угла и мощности» освещения исследуемого объекта.

В-четвертых, с точки зрения анализа коррупционно-теневых отношений как функциональной составляющей экономической безопасности

наиболее значимой является мониторинговая ловушка, олицетворяющая субъективное восприятие исследуемого объекта и субъективность целевых установок в процессе исследования.

В-пятых, в результате исследования выявлены общие принципы противодействия коррупции и теневой экономике: причинности, содержательности, целесообразности, законности, подконтрольности, легитимности, эффективности, прозрачности, обновляемости.

Исследование коррупционно-теневых отношений как функциональной составляющей экономической безопасности на основе методологии институционального подхода позволяет использовать качественно новую методику оценки этого явления. Внедрение в практику деятельности законодательных и правоохранительных органов основных принципов противодействия развитию коррупции и теневой экономики позволит системно подойти к решению этой проблемы, повысить эффективность государственной политики и, как результат, повысить уровень экономической безопасности государства.

### Список литературы

1. Коуз Р. Фирма, рынок и право / Р. Коуз. – М.: Catallaxy, 1993. - 308 Кратологический словарь – М.: Республика, 1997. - 431 с.
2. Гуреев С. Что известно о коррупции в России и можно ли с ней бороться? / С. Гуреев // Вопросы экономики. - № 1. – 2011. - С. 11 – 18.
3. Мельник М.І. Корупція: сутність, поняття, методи протидії / Мельник М.І. – К.: Атіна, 2001. -303 с.
4. Смит А. Теории нравственных чувств / А. Смит - М.: Республика, 1997. - 351 с.
5. Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег / Кейс Дж.М. – М.: Эконом. лит-ра, 1978. - 421 с.
6. Саймон Г.А. Рациональность как процесс и продукт мышления / Саймон Г.А // THESIS: теория и история экономических и социальных институтов. – 1993. - № 3. - С. 16 – 38.
7. Андерсен Джеймс Х. Борьба с коррупцией в переходной период. Кто добивается успехов и почему? / Джеймс Х. Андерсен, Шерли В. Грей - Нью-Йорк: Всемирный банк, 2006. - 453 с.
8. Полтерович В.М. Институциональные ловушки: есть ли выход? / В.М. Полтерович // Общественные науки и современность. – М, 2004.- N 3. – С. 4 – 13.
9. Татаркин А.И. Теневая экономика региона: диагностика и меры нейтрализации // А.И. Татаркин, В.Ф. Яковлева. – М, 2004. – 134с.
10. Олейник А.Н. Институциональный трансферт: субъекты и ограничения (Российский случай в глобальном контексте) / А.Н. Олейник, Р.М. Нуреев, В.В. Дементьев. Под ред. Р.М. Нуреева – Донецк, 2005. – 434с.