

УДК 331.101

**ДИСТАНЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ**

О.В. Мелентьева,
канд. экон. наук, доцент
В.Я. Иванченко,
ст. преподаватель

ГО ВПО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского»,
г. Донецк, ДНР, e-mail: oks.m2010@yandex.ru

**REMOTE TECHNOLOGIES IN THE ACTIVITIES OF NON-PROFIT
EDUCATIONAL ORGANIZATIONS**

O.V. Melentieva,
candidate of Economic
Sciences, associate Professor
V.Y. Ivanchenko,
the senior teacher

SO HPE «Donetsk National University of
Economics and Trade named after Mykhayilo
Tugan-Baranovsky», Donetsk, DPR,
e-mail: oks.m2010@yandex.ru

Реферат

Цель. Цель данной статьи – рассмотреть вопросы внедрения EdTech-сегмента в систему образования некоммерческих образовательных организаций при использовании дистанционных технологий.

Методика. В работе были использованы классические методы осуществления исследования, такие как системный подход, анализа и синтеза, систематизации и группировки.

Результаты. Представлено толкование термина «дистанционное обучение», под которым автор понимает контролируемый педагогический процесс согласованных действий педагога и обучающегося на расстоянии в режиме реального времени с применением онлайн-сегмента; понятия «технология дистанционного образования» как способа реализации процесса обучения через инновационную систему форм, методов и средств, обеспечивающую наиболее эффективное достижение поставленных целей.

Научная новизна. Определены актуальные характеристики и классификация наиболее популярных платформ EdTech-направления – обучение через Интернет.

Практическая значимость. Использование современных технических возможностей, дистанционных технологий в деятельности некоммерческих образовательных организаций создает возможности для стимулирования качества дистанционного образования, позволяет значительно расширить формы обучения.

Ключевые слова: дистанционные технологии, некоммерческие образовательные организации, цифровизация, EdTech, цифровые компетенции, онлайн-сегмент, онлайн-образование, дистанционное образование, инновационные технологии.

Постановка проблемы и ее связь с самыми важными научными и практическими задачами. В условиях сохранения риска распространения COVID-19 современная цивилизация усиленно трансформируется в цифровое пространство. Цифровизация коснулась всех сфер экономики и стала неотделимой составляющей сферы образования, формирующей новые технологии, развивающей науку и человеческий капитал. В период действия режима повышенной готовности некоммерческие образовательные организации вынуждены переходить на обучение с применением цифровых технологий.

Учитывая, что хорошее качество образования является основным условием высокого уровня экономического благосостояния общества, технологии, применяемые при дистанционном обучении, должны помогать согласованности действий участников интерактивного процесса обучения, давая возможность обучающимся самостоятельно осваивать учебные программы.

Педагоги должны понимать важность специфики преподавания на дистанции, т.к. привычная очная система со своими методами и приемами сильно отличается от дистанционного формата, но при этом должна отображать все компоненты, характерные для учебного процесса (цели, задачи, компетенции, методы, содержание учебного материала). Образование с использованием электронных носителей рассматривается не в качестве продукта конечного потребления, а как средство для дальнейшего производства добавленной стоимости, которое обеспечивает национальный и глобальный экономический рост [2].

Анализ исследований и публикаций дает возможность выделить авторов, которые широко освещают ряд вопросов относительно инновационных технологий в образовании, например: Андреев А.А., Солдаткин В.И. изучают дистанционное обучение: сущность, технология, организация; Коршунов И. А., Гапонова О.С. апробируют свои научные исследования по направлению «Непрерывное образование взрослых в контексте экономического развития и качества государственного управления»; Островский А.В., Кудина М.В. рассматривают новую парадигму образования в эпоху цифровой трансформации государства; Савастыина А.А. изучает инновационные технологии в области дистанционного обучения. Труды известных ученых являются основой и базисом для дальнейших научных исследований в области маркетинговых исследований в деятельности некоммерческих образовательных организаций.

Постановка задачи. Цель данной статьи – рассмотреть вопросы внедрения EdTech-сегмента в систему образования некоммерческих образовательных организаций при использовании дистанционных технологий.

Изложение основного материала исследования. В современной науке содержание понятия «дистанционное обучение» трактуется в целом равнозначно. Под обучением понимается определенный вид учебной деятельности. В.И. Вдовюк говорит об обучении как о целенаправленном педагогическом процессе, который стимулирует к «активной учебно-познавательной деятельности по овладению научными и прикладными знаниями, навыками и умениями, развитию мышления, творческих способностей, личностных качеств, необходимых для осуществления профессиональной деятельности». Подобное определение находим у Н.А. Давыдова: «Обучение – это целенаправленный процесс управления образовательной деятельностью студентов в получении профессиональных знаний, формирования личностных качеств, развития творческих способностей в плане обретения профессии». А.А. Золотарев считает, что обучение представляет процесс сотруди́ческой деятельности преподавателя и студента, применяемый в качестве педагогической системы [4].

Выделив в приведенных толкованиях ключевые понятия, делаем вывод: «Дистанционное обучение – контролируемый педагогический процесс согласованных действий педагога и обучающегося на расстоянии в режиме реального времени с применением онлайн-сегмента, основанный в основном за счет самоорганизации учебной деятельности обучающихся, в результате которой последние приобретают знания, умения, навыки, компетенции, ценностные установки, опыт деятельности».

Ведущим средством организации дистанционного формата являются информационные технологии.

Под термином «технология» в широком смысле принято понимать применение научного знания для решения практических задач. Технологии охватывают способы работы, режим, порядок действий. Э. Де Боно дал такое толкование понятия: «Технология – это процесс производства чего-либо полезного на основе использования знаний, а основная функция технологии – внедрение теории в практику» [1]. В образовательной деятельности о технологиях заговорили в начале XVIII века, например, в книге «Славяно-греко-латинский лексикон» (1704 г.) и в «Грамматике» Мелетия Смотрицкого (1721 г.). В 20-е годы XX века предметом обсуждения стали образовательные технологии. А в XXI веке с повышением уровня информационного и компьютерного развития наука решает вопрос их применения на практике.

Изучив различные определения, предлагаем толковать понятие «технология дистанционного образования» как способ реализации процесса обучения через инновационную систему форм, методов и средств, обеспечивающую наиболее эффективное достижение поставленных целей.

Технологии в дистанционном обучении служат инструментами, которые используются:

- ✓ как обеспечение удаленного доступа к учебному контенту;
- ✓ как возможность общения с педагогом;

- ✓ как способ осуществления управления деятельностью обучающегося и контроля за ходом обучения;
- ✓ как потенциал создания эффективных тренажеров, моделей и т.д.

Цифровые образовательные технологии в дистанционном обучении являются ведущим средством и относятся к одному из быстрорастущих и экономически эффективных направлений глобального рынка образования. Средняя оценка мировых систем образования фиксирует, что показатели вложений в дистанционное обучение на 50% меньше показателей традиционных форм обучения. Затраты центров дистанционного обучения на подготовку специалиста составляют примерно 60% от затрат на подготовку специалиста при очном обучении. В целом инвестиции в дистанционное обучение за последние пять лет выросли почти семикратно [3].

В последнее время многие эксперты говорят о перспективах внедрения в систему дистанционного образования некоммерческих образовательных организаций нового онлайн-сегмента EdTech (от англ. Educational Technology), который на глобальном образовательном рынке уже занимает около 3%, что составляет примерно \$165 млрд. Учитывая высокие темпы роста цифровизации образования, в ближайшее время доля EdTech может увеличиться вдвое, составив не менее \$300-330 млрд.

Как сегмент онлайн-образования EdTech появился в США в 2012 году с запуском платформы Coursera. В последнее время EdTech характеризуется смещением парадигмы образования от онлайн-курсов для массового потребителя к персонализированному обучению. Такой продукт дает возможность вырабатывать индивидуальные образовательные траектории, позволяющие адаптироваться под учебный процесс с учетом темпов усвоения информации. Система делает анализ интересов обучающегося, скорости выполнения заданий, уровня усвоения материала, предлагая каждому индивидуальный контент.

Наиболее популярное EdTech-направление, прочно завоевавшее свое место на рынке – обучение через Интернет. EdTech связывает различные способы применения технологий в образовательном процессе – от интерактивных досок до симуляторов виртуальной реальности.

На Российском рынке доля технологических образовательных проектов EdTech достигает 30 млрд руб. в год. Около трети этой суммы (9,625 млрд руб.) заработали крупнейшие компании, входящие в рейтинг РБК. Среди них:

- ✓ профиль межвузовской площадки электронного образования «Универсариум»;
- ✓ платформа Teachbase, где возможна организация дистанционного обучения, создание тестов, проведение вебинаров;
- ✓ онлайн-курсы Uniweb, проводимые совместно с вузами и компаниями;
- ✓ профиль MAXIMUM Education, предлагающий онлайн-занятия в сфере дополнительного образования школьников;

- ✓ онлайн-платформы «Учи.ру», «Дневник.ру», «ЯКласс» для школьного образования;
- ✓ портал дистанционного обучения в России и за рубежом «Умней»;
- ✓ профиль «Алгоритмика» по обучению навыкам программирования детей от 5 до 17 лет;
- ✓ профиль «Инфоурок», предлагающий педагогам повышение квалификации и профессиональную переподготовку.

Заинтересованность пользователей в высокотехнологичных образовательных продуктах подтверждается высокими темпами роста выручки онлайн-сегмента EdTech на рынке образовательных услуг.

Некоммерческие образовательные организации могут свободно выбирать учебно-методическое обеспечение, образовательные технологии для реализации образовательных программ, а педагоги имеют право на свободный выбор и использование педагогически обоснованных форм, средств и методов обучения и воспитания.

Организовывая дистанционное обучение, важно учесть, что привычным форматом для обучающихся является групповая работа. Привлечение всех обучающихся можно организовать, используя:

- ✓ образовательные платформы с интерактивными материалами по различным предметам, темам, направлениям (Сеть предоставляет большой выбор данного ресурса);
- ✓ сайты образовательных организаций и личные сайты педагогов с возможностью размещения учебной информации;
- ✓ мессенджеры (ВКонтакте, Viber, WhatsApp и другие) с возможностью мгновенного информирования, обмена сообщениями всех участников группы;
- ✓ облачные офисные сервисы (самые популярные – МойОфис, Microsoft Office 365, Google Suite) как хранилище файлов и документов, чаты, календарь, почта, позволяющие в онлайн-режиме выполнять практические задания, дискутировать, обсуждать проблемные ситуации, проводить интерактивные тесты и «мозговые штурмы»;
- ✓ электронные журналы и дневники для контроля результативности учебного процесса;
- ✓ видеоуроки, видеоконференции, видеозвонки (специальные приложения: Zoom, Discord, Skype, Messenger, Microsoft Teams, Google Meet).

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Таким образом, использование современных технических возможностей стимулирует качество дистанционного образования, позволяет значительно расширить формы обучения. Организация дистанционного образования должна строиться системно на едином информационном пространстве, с использованием технологий открытого доступа к образовательным ресурсам.

Список литературы

1. Андреев, А.А., Солдаткин, В.И. Дистанционное обучение: сущность, технология, организация. – М.: Издательство МЭСИ, 1999. – 196 с.; URL: <https://studfile.net/preview/8976614/page:8/>
2. Коршунов, И. А., Гапонова, О. С. Непрерывное образование взрослых в контексте экономического развития и качества государственного управления. // Вопросы образования. 2017. № 4. – С. 36-59.
3. Островский, А.В., Кудина, М.В. Новая парадигма образования в эпоху цифровой трансформации государства // Государственное управление. Электронный вестник. № 78, 2020. – С. 229–244.
4. Савастьяна, А.А. Инновационные технологии в области дистанционного обучения // Современные наукоемкие технологии. – 2015. – № 12-4. – С. 733-736; URL: <http://www.top-technologies.ru/ru/article/view?id=35362/>

УДК 005.32

МЕТОДИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

А.Д. Шемяков, д.э.н., доцент
М.В. Меркулов, аспирант

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики», г.Донецк, ДНР, e-mail: alehander_47@mail.ru

METHODS FOR RESEARCHING THE DEVELOPMENT OF ORGANIZATIONAL CULTURE OF A PUBLIC INSTITUTION

A.D. Shemyakov, Doctor of Economics,
Associate Professor
M.V. Merkulov, graduate student

Donetsk Academy of Management and Public Administration under the Head of Donetsk People's Republic, Donetsk, DPR, e-mail: alehander_47@mail.ru

Реферат

Цель. Цель статьи состоит в развитии концептуальных основ исследования организационной культуры государственного учреждения.

Методика. На основе теоретических исследований рассмотрены существующие методики и подходы исследования организационной культуры государственного учреждения.

Результаты. Предложен научно-методический подход, обеспечивающий взаимосвязь функционирования системы механизмов организационной

культуры и процессов, влияющих на развитие экономического и социального поведения граждан ДНР.

Научная новизна. Научно-методический подход, который заключается в классификации методик количественной оценки организационной культуры, разработке и реализации мер по осуществлению внешней адаптации и внутренней интеграции работников органов власти, аналитико-оценочных мероприятиях, позволяет сформировать представление о ценностях, нормах, правилах и ожиданиях, оказывающих влияние на поведенческую составляющую работников государственных учреждений.

Практическая значимость. Проведенная оценка методик исследования организационной культуры, позволяет получить:

во-первых, представление о ценностях, нормах, правилах и ожиданиях, оказывающих влияние не только на поведение государственных служащих, но и на процессы, влияющие на экономическое и социальное поведение граждан Донецкой Народной Республики;

во-вторых, сформировать научный подход для проведения выборочного исследования процессов развития механизмов организационной культуры с помощью проведения анкетирования государственных служащих системы органов власти ДНР.

Ключевые слова: организационная культура, механизмы организационной культуры, социально-экономическое поведение, методики исследования развития государственных учреждений, органы власти.

Постановка проблемы в общем виде и связь с важнейшими научными или практическими задачами. Исследование развития организационной культуры государственного учреждения и ее влияния на действенность органов власти является важным научным направлением в повышении эффективности их управленческой деятельности. Организационная культура любого государственного учреждения, способствует развитию личных и профессиональных компетенций, раскрытию творческого потенциала, является сильным фактором мотивации государственных служащих.

Таким образом, посредством управления персоналом, в системе органов власти, организационная культура формирует основы становления и развития ее механизмов, влияющих на экономическое и социальное поведение социума [1-6].

Значимость организационной культуры государственного учреждения является общепризнанной в научных кругах. Сегодня исследователи считают организационную культуру стратегическим инструментом управления, который помогает ориентировать сотрудников на общие цели, проявлять инициативу и ответственность.

В период становления независимости государства основные усилия сотрудников государственных учреждений в большинстве случаев, направлены на формирование фундаментальных основ государственности. Особенно в

условиях военных действий, такой подход является объективной и естественной необходимостью, поскольку возникает необходимость в «ручном управлении». Вместе с тем, в настоящее время, в Донецкой Народной Республике (ДНР) четко обозначилась потребность перехода к системной работе, направленной на комплексное планирование развития экономики в условиях существующих вызовов и ограничений, которое может быть обеспечено формированием взаимосвязи развития механизмов организационной культуры с процессами развития социально-экономического поведения граждан [7; 8].

Роль взаимосвязи формирования механизмов организационной культуры и развития социально-экономического поведения граждан приобретает особую значимость в процессе достижения конечного результата – обеспечение социальной безопасности в обществе. Выделенные особенности и свойства организационной культуры во взаимосвязи с процессами функционирования государственного менеджмента указывают на то, что существующая взаимосвязь организационной культуры и ключевых аспектов, влияющих на экономическое и социальное поведение граждан Донецкой Народной Республики, предопределяет актуальность поиска методик развития организационной культуры государственного учреждения [2; 7].

Анализ последних исследований и публикаций. В проводимых научных исследованиях феномена организационной культуры встречаются различные ее толкования. Ученый Монастырский Г.Л. рассматривает ее как набор предположений, выработанных членами организации с целью определения ориентиров в поведении и действиях работников.

По мнению российского ученого Старцева Ю.Н. [9], организационная культура представляет собой систему общих ценностей, правил и норм поведения, разделяемых большинством членов организации. Другие авторы рассматривают организационную культуру как совокупность производственных и духовных достижений людей [10,11]. Тем не менее, рассмотренные авторы в своих работах не достаточно полно раскрывают специфику организационной культуры государственных учреждений.

По мнению российского ученого Тихомировой О.Г., значимым аспектом при изучении организационной культуры, является определение методики ее диагностики и измерения. Как отмечает ученый, следует выделить три группы методов ее исследования, а именно:

- эмпирические методы (наблюдение, восприятие, сбор информации);
- методы системного анализа (использование методов общей теории систем и теории организации, системный и синергетический подходы);
- методы математического, экономического и статистического моделирования (метод линейного программирования, метод приоритетов) [1].

Как следует из анализа научной литературы, вопросами анализа развития организационной культуры занимались три основные школы, которые отличаются пониманием ее основных характеристик [1, с. 29]:

1. Поведенческая школа. Основывается на поиске и анализе закономерностей создания и поддержания разделяемых всеми ценностей и норм поведения во время рабочего процесса (Р.М. Сайерт и Дж.Г. Марч, Д. Хэмптон).

2. Школа эффективности. Представители этой школы делают акцент на влиянии организационной культуры на эффективность деятельности организаций (Т. Дил и А. Кеннеди)

3. Школа моделирования. Представители школы рассматривают организационную культуру как самостоятельный объект исследования, разрабатывают модели ее формирования, методики оценки, классификацию типов (Э. Шейн, Ч. Хэнди).

Анализ используемых подходов в этих школах говорит о том, что ученые, как правило, выделяют количественные и качественные методики исследования организационной культуры предприятий, учреждений, органов власти и т.п.

Цель статьи – рассмотреть существующие методики и подходы исследования организационной культуры государственного учреждения, на основе которых сформировать научно-методический подход, обеспечивающий взаимосвязь функционирования системы механизмов организационной культуры и процессов, влияющих на развитие экономического и социального поведения граждан ДНР.

Постановка задач.

1. Рассмотреть опыт и основные подходы для сбора информации, анализа и оценки состояния развития организационной культуры.

2. Выявить характерные особенности методик количественной оценки организационной культуры и сферу их использования.

3. Предложить ряд мер по формированию организационной культуры в органах власти Донецкой Народной Республики.

4. Проанализировать проблемы внешней адаптации и внутренней интеграции как основных направлений формирования организационной культуры.

5. Сформировать схему методического подхода к формированию организационной культуры в органах власти Донецкой Народной Республики. Дать краткую характеристику этапов реализации предлагаемого методического подхода.

Изложение основного материала исследования. С позиций управления организационной культурой в органе государственной власти, основным принципом ее формирования должно быть ее соответствие всем элементам сложившейся системы управления.

На практике при разработке методических подходов к формированию организационной культуры, в структуре и в других элементах системы управления существует необходимость оценивания степени их реализуемости и возможности корректирования управляющих воздействий, обеспечивающих дальнейшее развитие ее механизмов. Вместе с тем, следует учитывать, что организационная культура по своей природе более инертна, чем остальные элементы системы управления. Поэтому действия по исследованию процессов ее развития должны осуществляться на основе эффективных методик.

Использование методик исследования организационной культуры, позволяет получить представление о ценностях, нормах, правилах и ожиданиях, оказывающих влияние не только на поведение государственных служащих, но и на процессы, влияющие на экономическое и социальное поведение граждан Донецкой Народной Республики.

Качественные методики основываются на исследованиях описательного характера и проводятся на основе собранных первичных данных. Данные могут быть собраны путем анализа документов либо проведения глубинных интервью. В процессе такого подхода, методики определяют мнение сотрудников об организации, перспективах карьерного и профессионального роста, а также определяют уровень мотивации служащих.

Количественные методики исследования организационной культуры основаны на проведении опросов с целью получения измеряемой оценки состояния организационной культуры. Такой подход применяется для получения статистических данных об организационной культуре рассматриваемого государственного учреждения.

Интересен опыт кафедры Управления проектами и инновационного менеджмента Московского Государственного университета Экономики, Статистики и Информатики (МЭСИ), которая для получения данных развития организационной культуры, использует, как правило, качественные и количественными методики оценки, что позволяет ей более эффективно проводить научные исследования в этой отрасли [12, с.131].

Анализ научной литературы позволяет сделать вывод о том, что для сбора информации, анализа и оценки состояния развития организационной культуры, в современной научной практике, ученые, традиционно используют два основных подхода [13, с.49]:

- идеографический, или качественный подход;
- формализованный, т.е. количественный подход.

Идеографический (качественный) подход заключается в использовании качественных методов анализа организационной культуры государственного учреждения. Этот метод заключается в использовании таких инструментов, как контент-анализ документооборота учреждения, включенное монографическое исследование, эксперимент, например, при создании специальной фокус-группы, и глубинное интервью, которое еще называют экспертным. Практика показывает, что такие инструменты эффективны при анализе следующих элементов организационной культуры: принятые в учреждении правила, язык общения; сформировавшиеся традиции; история учреждения; имеющаяся практика принятия управленческих решений [13, с.49].

Формализованный или количественный подход к получению данных для анализа организационной культуры предполагает получение четко структурированной и измеряемой информации об объекте – государственном учреждении. Сбор первичных данных обычно основывается на выборочном методе. При данном подходе обследованию подвергаются не все объекты,

обладающие искомым свойством, а только часть их совокупности, отобранная определенным образом [13, с.36].

Наиболее известные методики количественной оценки организационной культуры можно классифицировать следующим образом (табл. 1):

Таблица 1. -Характерные особенности методик количественной оценки организационной культуры

Наименование моделей и методик	Характерные особенности	Сфера использования
Модель исследования Д. Дэнисона (DOCS).	В основе модели Денисона лежит поведенческий (бихевиористский) подход. Модель непосредственно соотносится с ключевыми экономическими показателями бизнеса. Позволяет одновременно учитывать особенности внутренней и внешней среды организации.	Деловая среда. Модель применима на всех уровнях организационной иерархии.
Методика диагностики К. Камерона и Р. Куинна (OCAI).	Методика подходит для изучения не только текущего, но предпочитаемого (будущего) состояния организационной культуры. В основе лежит модель конкурирующих ценностей. Для диагностики используется анкета (опросник).	Методика предназначена для оценки эффективности организационной (корпоративной) культуры и определении тех ее аспектов, которые для компании желательно изменить. В фокусе внимания находится фундамент культуры организации.
Методика Г. Хофстеде	Ценности организации распределяются по шести измерениям культуры. Методика не учитывает личных особенностей каждого человека.	Большие транснациональные компании, крупные организации, кросс-культурная психология и кросс-культурная коммуникация, международный менеджмент.
Методика Р. Кука и Дж. Лафферти (OCI).	Получение данных для исследования проводится в процессе опроса сотрудников компании, где в структуре анкеты каждому стилю организационной культуры соответствует 10 утверждений.	OCI применяется в западных консалтинговых компаниях и отсутствует в открытом доступе. Результаты исследования могут использоваться при дальнейшем статистическом анализе.
Методика О' Рейли, Чатман и Кондуэлл (ОСР).	Позволяет определить психоэмоциональный климат в организации	Универсальная методика, применима в деловой среде на всех уровнях организационной иерархии
Методика Ван де Поста	Вопросник состоит из 97	Авторы изначально разработали

Наименование моделей и методик	Характерные особенности	Сфера использования
и Конинга Смита.	вопросов. Авторы насчитывают 114 параметров, характеризующих культуры организации, сводя их в методике в обобщенные параметры.	методику специально для использования в бизнес-анализе. Однако формулировки вопросов, которые существуют в современной версии методики, позволяют использовать ее для любого типа организации с любыми целями, в том числе и некоммерческих.
Методика С. Гласера и С. Заманоу (OCS).	Для анализа используется 6 параметров организационной культуры. Последняя версия опросника ОС8 имеет 31 вопрос. Кроме этого в методику допускается добавлять к 6 используемым параметрам дополнительные.	Методика применяется при возможности индивидуального собеседования с каждым сотрудником организации. Деловая среда.
Методика «Культурное поколение» Т.О. Соломандиной.	Методика аналогична прочим методикам количественного метода. «Культурное поле» организации рассматривается как окружность, состоящая из четырех секторов, каждый из которых характеризует параметр организационной культуры. Значения каждого из параметров получаются в результате ответов работников на вопросы.	Организации, имеющие простую социальную структуру и компактное географическое положение.
Методика И.Д. Ладанова.	Тест, содержащий 25 факторов, позволяющих оценить степень сформированности групповой мотивации. Суть обработки результатов сводится к суммарному подсчету баллов по всем 25 утверждениям.	Для проведения опроса работников организаций, учреждений и т. п., с целью определения основных коммуникативных ориентаций и их гармоничности в процессе формального общения.
Методика исследования Н.В. Левкина.	Методика диагностики корпоративной культуры, позволяющая определить риски и ресурсы корпоративной культуры по 33-м показателям.	Для использования в организационной работе психологами, сотрудниками служб управления персоналом. Прошла успешную апробацию на предприятиях различных отраслей (строительство зданий, нефтепереработка, гостиничный бизнес, продажа хозяйственных товаров, фитнес-центры и так далее).
Методика О.Е. Стекловой.	Методика предполагает оценки влияния инновационной	Позволяет сформировать систему оценок доли

Наименование моделей и методик	Характерные особенности	Сфера использования
	составляющей организационной культуры на общую результативность предпринимательской организации.	инновационной составляющей, степени управляемости предпринимательской организацией.
Методика Л.С. Савченко.	Исследование на основе междисциплинарного подхода, дополняющего методы экономического изучения организационной культуры методами социологии, психологии, культурологи, антропологии, общей теории управления.	Используется для формирования целостного восприятия феномена организационной культуры, с целью осознанного и целенаправленного управления им для повышения эффективности функционирования компании на основе максимальной реализации человеческого ресурса.

Проведенная классификация позволяет сформировать наиболее востребованную методику, обеспечивающую представление о ценностях, нормах, правилах и ожиданиях, оказывающих влияние не только на поведение государственных служащих, но и на процессы, влияющие на экономическое и социальное поведение граждан, а также сформировать методический подход к формированию организационной культуры в органах власти Донецкой Народной Республики.

Формирование научного подхода на основе разработанной методики требует учета эволюционного характера развития организационной культуры. На наш взгляд, такой подход может быть реализован при помощи ряда специфических мер, а именно:

Создание символических фигур и образов руководителей, воплощающих лучшие ценности и нормы организации.

Например, ввести практику размещения портретов и краткой биографической информации обо всех руководителях органа государственной власти в ретроспективном порядке на специальных информационных стендах.

Организовать музей, в котором размещать подарки, врученные официальными делегациями, посетившими орган государственной власти, фотографии и другие экспонаты.

Концентрация усилий на формирование наиболее существенных организационных ценностей и норм.

Для этого систематически проводить беседы, совещания, специальные мероприятия, в том числе культурно-массового и развлекательного характера, в котором должны участвовать сотрудники органа государственной власти.

Создание и расширение в организации локальных групп, на которые распространяются определенные ценности.

Примером может служить: предоставление парковочного места членам таких групп, отдельного кабинета и т.п.

Изменение поведения сотрудников в связи с переживанием реальных успехов организации.

Гибкая система стимулирования, мотивации, денежного поощрения.

Создание знаков организационной культуры, выражающих ценности и нормы.

Введение дресс-кода, ношение нагрудных значков, употребление государственной символики в оформлении рабочего места.

Комбинирование директивных и косвенных способов формирования организационной культуры.

С одной стороны точное следование служебному распорядку и должностному регламенту, с другой – личный пример руководителя (или неформального лидера коллектива).

Как свидетельствует практика, две организации, функционирующие в одном и том же окружении, даже в рамках одной национальной культуры, могут иметь разные виды организационной культуры, в том числе и в системе органов государственной власти. Так, организационная культура органа власти, осуществляющего государственную политику в сфере социальной защиты населения, значительно отличается от организационной культуры органа власти, осуществляющего государственную политику в сфере обеспечения безопасности. Различия в данном примере в первую очередь обусловлены спецификой профессиональной деятельности.

Процесс формирования организационной культуры сопровождается двумя явлениями: внешней адаптацией и внутренней интеграцией.

К внешней адаптации относятся задачи, методы их решения, реакции на успехи и неудачи, стратегические цели, поручения и т.п.

Процесс внутренней интеграции связан с установлением и поддержанием эффективных трудовых отношений между членами органа государственной власти, а также способов совместной работы и сосуществования в организации.

Детальная проработка проблем внешней адаптации и внутренней интеграции как основных направлений формирования организационной культуры требует разделения составляющих ее элементов. Исходя из необходимости такого разделения, к элементам организационной культуры, связанным с первой группой (внешней адаптацией) можно отнести миссию и стратегию, цели, средства, контроль, коррекцию. Соответственно к элементам культуры второй группы (внутренней интеграции) - общий язык и концептуальные категории, границы групп и критерии вхождения и выхода из групп, власть и статус, личностные отношения, награждения и наказания, идеология. Оба явления являются частью формирования организационной культуры.

Проведенный анализ [7-14], позволяет сформировать схему методического подхода к формированию организационной культуры в органах власти Донецкой Народной Республики (рис. 1).

Рассматривая представленную схему, следует дать краткую характеристику этапов реализации предлагаемого методического подхода.

Первый этап (ознакомительный), предопределяет:

- ознакомление с уставными документами органа государственной власти, регламентом его работы, служебным распорядком, квалификационными требованиями к новому сотруднику, должностным регламентом;
- проведение анализа поведенческих индикаторов во время стажировки;
- осуществление набора сотрудников, обладающих требуемыми компетенциями.

Второй этап (формирование ценностно-образующей и образовательно-развивающей составляющих), на этом этапе осуществляется:

- создание символических фигур и образов руководителей, воплощающих лучшие ценности и нормы организации;
- концентрация усилий на формирование наиболее существенных организационных ценностей и норм;
- создание и расширение в организации локальных групп, на которые распространяются определенные ценности;
- комбинирование директивных и косвенных способов формирования организационной культуры;
- изменение поведения сотрудников в связи с переживанием реальных успехов организации;
- создание знаков организационной культуры, выражающих ценности и нормы.



Рисунок 1- Методический подход к формированию организационной культуры в органах власти Донецкой Народной Республики.

Третий этап (разработка и реализация мер по осуществлению внешней адаптации и внутренней интеграции работников органов власти), на этом этапе проводится работа по организации таких направлений как:

Внешняя адаптация, проводится разъяснительная работа по применению навыков в части:

- следования стратегическим целям;
- исполнения предписаний;
- выполнения поручений.

Внутренняя интеграция, определяются формы и методы:

- развития личностных отношений;
- стимулирования и мотивации;
- сложившихся ценностей в организации.

Четвертый этап (аналитико-оценочный), представляет собой проведение мониторинговых исследований в части:

- оценки сложившейся формы организационной культуры;
- выработки мероприятий, направленных на корректировку механизмов организационной культуры;
- проведения анализа успешности воздействия на организационную культуру и внесения соответствующих корректив;
- разработки рекомендаций, обеспечивающих целенаправленное воздействие на развитие организационной культуры, с целью ликвидации негативных факторов и закрепления положительных ценностей в организации.

Выводы и перспективы дальнейших исследований:

1. Проведенный анализ теоретических исследований существующих методик развития организационной культуры государственного учреждения является концептуальной основой для разработки методических подходов, обеспечивающих формирование механизмов организационной культуры в Донецкой Народной Республике.

2. Реализация предложенного научно-методического подхода, обеспечивающего взаимосвязь функционирования системы механизмов организационной культуры и процессов, влияющих на развитие экономического и социального поведения граждан ДНР, позволяет сформировать представление о ценностях, нормах, правилах и ожиданиях, оказывающих влияние на поведенческую составляющую работников государственных учреждений.

3. Проведенная классификация методик количественной оценки организационной культуры является базой для разработки концепции выборочного исследования процессов развития механизмов организационной культуры с помощью проведения анкетирования государственных служащих системы органов власти ДНР.

К перспективам дальнейших исследований относится проведение социологического опроса, заключающегося в сборе и получении первичных эмпирических сведений о состоянии развития социально-трудовой и

экономической сфер общества, а также выявления факторов воздействующих на процессы развития социально-экономического поведения граждан.

Список литературы

1. Тихомирова О.Г. Организационная культура: формирование, развитие и оценка / СПб.: СПбГУ ИТМО, 2008. – 156 с.
2. Шемяков А.Д. Концептуальные основы формирования социально-ответственного поведения менеджера в современной модели государственного управления. А.Д. Шемяков // Сборник научных работ. «Экономика и управление народным хозяйством». Серия «Государственное управление». Вып. 3: Экономика и управление народным хозяйством / ГОУ ВПО «ДонАУиГС». – Донецк: ДонАУиГС, 2016. – С. 69-79.
3. Николаева Е.М. Социализация личности в современном обществе как синергетический феномен/ Е.М. Николаева // Вест. Казанск. техн. ун-та. -2006. - №1. С. 63-66.
4. Щербинина Д.А. Корпоративная культура как способ повышения эффективности работы сотрудников // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014. № 2 [Электронный ресурс]. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/02/3875> (дата обращения: 20.02.2018).
5. Имакова Г.У. Государственный менеджмент как форма демократической культуры государственной службы // Молодой ученый. — 2015. — №6.1. — С. 3-5.
6. Абдикеев Н.М. Когнитивная экономика в эпоху инноваций / Н.М. Абдикеев, А.Н. Аверкин, Н.А. Ефремова // Вестник РЭА, 2010, № 1.
7. Меркулов М.В. Особенности и свойства организационной культуры во взаимосвязи с процессами функционирования государственного менеджмента / А.Д. Шемяков, М.В. Меркулов // Торговля и рынок: научный журнал. №1(45), 2018. – Донецк: ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган -Барановского», 2018. - С. 180-185.
8. Шемяков А.Д. Социализация человека как основа эффективности развития социальной ответственности субъектов социально-трудовых отношений / А.Д. Шемяков // Зб. наук. праць ДонДУУ «Механізми підвищення ефективності функціонування регіональної економіки». Серія «Економіка». – Донецьк: Дон ДУУ, 2014. – Т. XIV. Вип. 279. – С. 261-272.
9. Старцев Ю.Н. Менеджмент: учебное пособие. - НОУ Челябинский институт экономики и права им. М. В. Ладощина. - Челябинск, 2007. – 103 с.
10. Наумов Н.В. Организационная культура / Н.В. Наумов. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 82 с.
11. Шапиро С.А. Организационная культура: учебное пособие / С.А. Шапиро. - Москва: КНОРУС, 2017. - 256 с.
12. Тху Чанг То. Исследование организационной культуры: методология количественной оценки и анализа // Экономика, 2014, № 2. – 130-133 с.

13. Зарубнина Е.В., Фатеева Н.Б. Качественные методы изучения организационной культуры предприятия [Текст] // Аграрное образование и наука, 2016, №4. – 49-54 с.

14. Меркулов М.В. О роли взаимосвязи формирования механизмов организационной культуры с процессами развития социально-экономического поведения граждан / А.Д. Шемяков, М.В. Меркулов // Научный журнал «Менеджер» ГОУ ВПО «ДонАУиГС». – 2020. -№ 1

УДК 339.1: 339.16

**КОНСТИТУТИВНЫЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ
РЫНКЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

Я.А. Яковенко, аспирант

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

**CONSTITUTIVE FACTORS OF THE DEVELOPMENT OF
ENTREPRENEURIAL STRUCTURES ON THE CONSUMER MARKET OF
THE DONETSK PEOPLE'S REPUBLIC**

Y.A. Yakovenko, graduate student

GO VPO «Donetsk National University of
Economics and trade named after Mikhail
Tugan-Baranovsky», Donetsk, DPR, e-mail:
yakovenko-ya@mail.ru

Реферат

Цель статьи. Целью статьи является проведение причинно-следственного анализа конститутивных факторов развития предпринимательских структур на потребительском рынке Донецкой Народной Республики.

Методика. В процессе исследования использованы методы теоретического обобщения и сравнения (для определения дефиниции «потребительский рынок»), структурно-логический анализ (для определения дислокации продовольственных супермаркетов), системный и комплексный анализ (для выявления ведущих предпринимательских структур).

Результаты. На основании проведенного исследования определена структура магазинов крупных торговых сетей Донецкой Народной Республики, проведен анализ равномерности размещения магазинов крупных торговых сетей, определен уровень наполнения потребительской корзины.

Научная новизна. Получил дальнейшее развитие системный подход к обоснованию взаимообусловленности особенностей потребительского рынка и развития предпринимательских структур, одной из прогрессивных организационных форм которых являются торговые сети.

Практическая значимость. Полученные результаты способствуют повышению эффективности деятельности предпринимательских структур с учетом состояния потребительского рынка и особенностей его развития.

Ключевые слова: предпринимательские структуры, потребительский рынок, конститутивные факторы, торговая сеть.

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важнейшими научными или практическими задачами. Объективность и полнота оценки эффективности использования ресурсов позволяют активно влиять не только на текущее состояние, но и определяют тенденции развития предпринимательских структур, устанавливают экономические параметры предпринимательской деятельности, структуру и объемы необходимого производства продукции и услуг, помогают отслеживать и корректировать недостаточно урегулированные явления и процессы, формировать планы и прогнозы развития предприятия.

На всех этапах предпринимательской деятельности актуальным является вопрос об оптимальности вложенных затрат и ресурсов в соотношении с достигнутым конечным результатом, поэтому важную значимость приобретает проблема обусловленности функционирования и развития предпринимательских структур в современных условиях становления экономики Донецкой Народной Республики.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросы, связанные с развитием предпринимательских структур достаточно широко освещены в научных разработках ученых Т. Б. Малковой, Е. А. Балашовой [1], Е. М. Азарян, Ю. К. Яковлевой [2], В. В. Бакаева, Н. В. Курушиной [3], Р.Н.Лепы [9], А.В.Половяна [10], Ю.Л.Петрушевского [11] и ряда других ученых. В своих работах авторами детально освещены вопросы обоснования стратегических ориентиров социально-экономического развития Донецкой Народной Республики, управления размещением торговых предприятий, вопросы секонд-хенд потребления, проблемные аспекты развития потребительского рынка как основы повышения качества жизни населения.

Однако проблема определения конститутивных основ развития предпринимательских структур в контексте стратегических изменений потребительского рынка Донецкой Народной Республики требует более глубокого исследования

Формирование целей статьи. Целью статьи является проведение причинно-следственного анализа конститутивных факторов развития предпринимательских структур на потребительском рынке Донецкой Народной Республики.

Изложение основного материала исследования. Потребительский рынок является индикатором экономической ситуации в Донецкой Народной Республике, поскольку в условиях кризиса и ограничений на изменения, в первую очередь, реагируют потребители. Основными стейкхолдерами, гибко реагирующими на стратегические изменения, являются предприятия малого и среднего бизнеса в сфере торговли, одной из прогрессивных форм которых являются торговые сети. В среднем по Донецкой Народной Республике коэффициент плотности крупных торговых сетей в расчете на 1000 чел составляет 0,08. При этом следует отметить, что значение коэффициента плотности крупных торговых сетей по городам Донецкой Народной Республики варьируется в диапазоне от 0,02 до 0,23 и, соответственно зависит от численности населенности города [3]. Это обусловлено стремлением предпринимателей (собственников торговых сетей) максимизировать прибыль, размещая магазины торговых сетей в районах с высокой плотностью населения и пешеходных потоков.

В Донецкой Народной Республике осуществляют торговлю 34 торговые сети, включающие 409 магазинов, в том числе 9 крупных торговых сетей, включающие 224 магазинов. К крупным торговым сетям относятся супермаркеты «Первый Республиканский Супермаркет», «Геркулес-Молоко», «Авоська», «Обжора», «Вектор», магазины бытовой техники «Фокс», магазины одежды «Семейный квартал», торговый центр «Галактика». Структура магазинов крупных торговых сетей Донецкой Народной Республики на 01.01.2020г. представлена на рисунке 1.

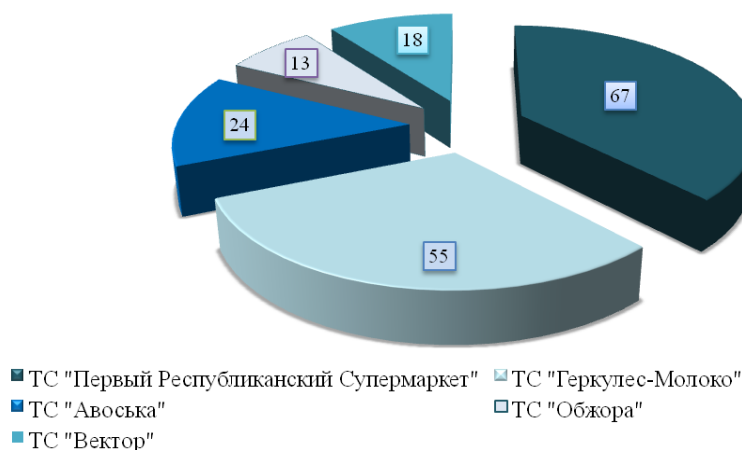


Рисунок 1 – Структура магазинов крупных торговых сетей Донецкой Народной Республики на 01.01.2020г.

Источник: [4]

Анализ структуры крупных торговых сетей Донецкой Народной Республики позволяет сделать вывод о том, что по количеству магазинов торговой сети на потребительском рынке лидирующие позиции занимает ТС «Первый Республиканский Супермаркет» - 67%. Достаточно разветвленной является сеть магазинов ТС «Геркулес-Молоко» - 55% общего количества

магазинов крупных торговых сетей Донецкой Народной Республики. Менее разветвленной являются ТС «Авоська» и ТС «Вектор», их удельный вес по количеству магазинов в сети составляет соответственно 24% и 18%. ТС «Обжора» является наименьшей по количеству магазинов торговой сети – на начало 2020 г. в их количество составило 9, что составляет 13% общего количества крупных торговых сетей Донецкой Народной Республики.

Анализируя равномерность размещения магазинов крупных торговых сетей (рис. 2.3) следует отметить, что наибольшее количество магазинов крупных торговых сетей размещено в трех городах – г. Донецк (99), г. Макеевка (27) и г. Горловка (14) (рис. 2). Магазины крупных торговых сетей в большинстве своем расположены в густонаселенных районах и в местах с высокой плотностью перемещения потенциальных покупателей.

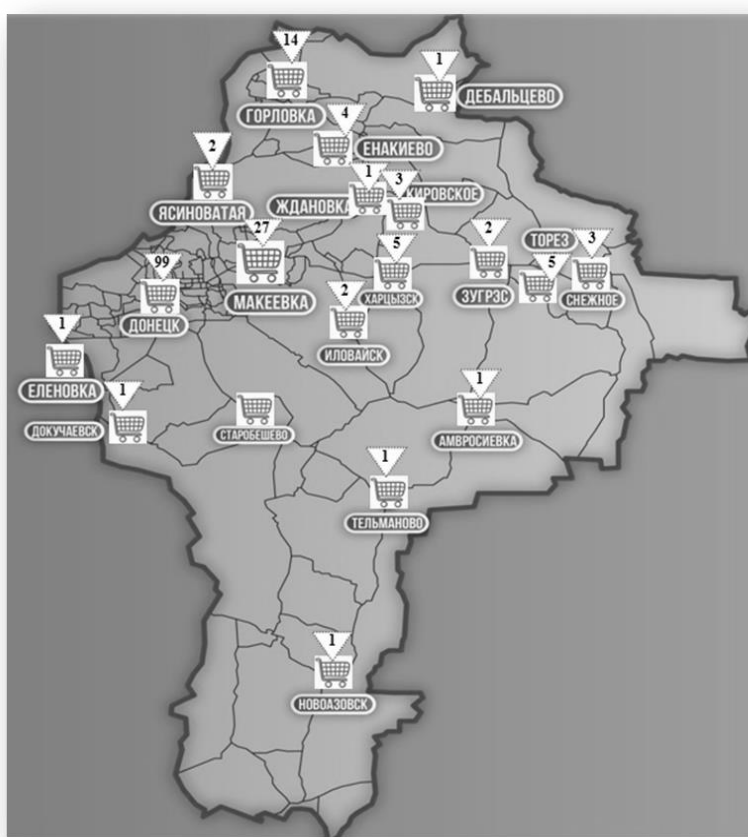


Рисунок 2 – Дислокация ТОП-5 продовольственных супермаркетов в Донецкой Народной Республики на 01.01.2020 г.

Источник [4]

Проведенный статистический анализ показал, что на потребительском рынке Донецкой Народной Республики функционируют три крупных торговых сети, реализующие непродовольственную группу товаров: ТС «Семейный квартал», ТС «Фокс» и ТС «Галактика». Среди них по широте ассортиментного ряда лидирующую позицию занимает ТС «Галактика», в которой представлен достаточно широкий ассортимент товаров: игрушки,

канцтовары, строительные инструменты, сантехника, электроника, мебель, бытовая техника, спортивные тренажеры, кухонные принадлежности, посуда, домашний текстиль, автомасла, шины, аккумуляторы, спортивные товары, средства бытовой химии и личной гигиены, декоративная косметика, одежда, обувь и другие товары. Кроме того, на отечественном потребительском рынке функционируют четыре мультиформатных центра торговли ТС «Галактика» – два в г.Донецке, с торговой площадью 27600 м² и 10000 м², один в г. Макеевке – торговая площадь 30000 м² и один в г. Горловке – торговая площадь 11000 м².

В состав ТС «Семейный квартал» входят пять магазинов торговой сети в г. Донецке, три магазина в г. Макеевке и по одному магазину в г. Енакиеве и г. Торез. Реализация продукции ТС «Фокс» осуществляется в девяти магазинах бытовой техники и электроники, из которых три расположены в г.Донецке, два в г. Макеевке, и по одному магазину в г. Горловка, г. Енакиеве, г. Шахтерск и г. Харцызск.

Покупательский спрос на потребительские товары формируется как результат воздействия многочисленных факторов: экономических, социально-демографических, природно-географических, национальных, характеристик мест обитания, потребительского поведения, моды, рекламы и др., характеризуется объемом и структурой [5]. Объем спроса определяется покупательным фондом населения, представляющим собой часть денежных доходов, которые население предназначает на покупку товаров и оплату услуг, а структуру спроса, представляющую спрос на отдельные группы и разновидности товаров, определяют покупательские возможности, потребности, мотивы покупки [6].

На территории ДНР состав потребительской корзины социально-демографических групп населения регламентируется установленным качественным и количественным составом потребительской корзины [7], представленный набором продуктов питания, набором непродовольственных товаров и набором услуг. Поскольку образ жизни у всех людей отличается – принято выделять три основных вида потребительских корзин [8]: 1) для взрослых людей, занятых трудовой деятельностью; 2) для детей; 3) для пенсионеров. Уровень наполнения потребительской корзины показывает, уровень обеспечения населения Донецкой Народной Республики необходимыми для него благами.

Вместе с тем, следует отметить, что для продуктовой части потребительской корзины характерна тенденция увеличения (рис. 3).

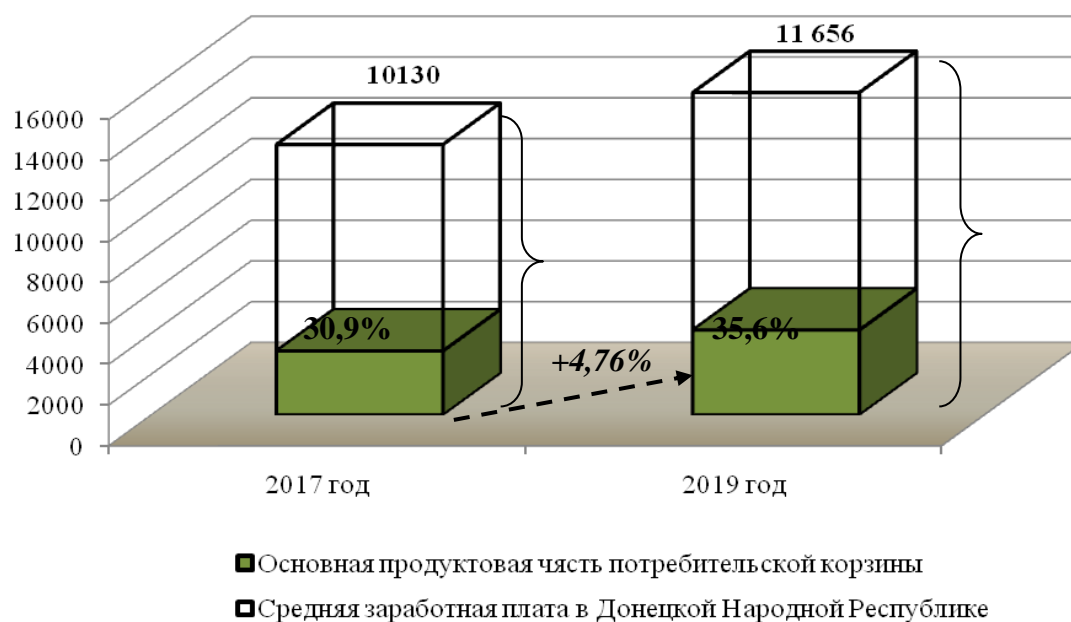


Рисунок 3 – Основная продуктовая часть потребительской корзины в общей величине средней заработной платы в 2017г. и 2019 г. (руб. на чел.)

Источник: [9]

Согласно данным, представленным на рисунке 4, основная продуктовая часть потребительской корзины в общей величине средней заработной платы в 2019 году составила 35,6%, что на 4,76% больше по сравнению с 2017 годом. Прежде всего, это обусловлено превышением индекса роста цен на продукты питания над темпами роста средней заработной платы в Донецкой Народной Республике.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Подводя итог можно сделать такие выводы.

Несмотря на то, что развития потребительского рынка Донецкой Народной Республики происходит в достаточно сложных условиях. Следует отметить положительные тенденции увеличения его объектов, спрос на продукцию отечественного производства и ряд других изменений.

Наиболее прогрессивными формами развития потребительского рынка являются торговые сети, которые в большинстве своем расположены в густонаселенных районах и в местах с высокой плотностью перемещения потенциальных покупателей.

Ведущим конститутивным фактором развития предпринимательских структур на потребительском рынке Донецкой Народной Республике является покупательский спрос, который определяется покупательным фондом населения, и покупательскими возможностями потребителей.

В перспективе целесообразно провести экономическую диагностику деятельности предпринимательских структур на потребительском рынке, выявить факторы, обеспечивающие их конкурентные позиции и ресурсоустойчивость.

Список литературы

1. Малкова, Т. Б. Развитие потребительского рынка как основа повышения качества жизни населения региона / Т. Б. Малкова, Е. А. Балашова. – Текст: электронный // Международный научно-исследовательский журнал. – 2015. – № 2(33), часть 3. – С. 7–14. – URL: <https://research-journal.org/economical/razvitie-potrebitelskogo-rynka-kak-osnova-povysheniya-kachestva-zhizni-naseleniya-region/> (дата обращения: 10.08.2020).
2. Азарян, Е. М. Стратегические ориентиры социально-экономического развития Донецкой Народной Республики / Е. М. Азарян, Ю. К. Яковлева // Экономика Донбасса: историческая проекция и траектория развития: материалы I-й Международной научно-практической конференции, 17.05.2018, Донецк : ГОВПО «ДонНУЭТ» имени Михаила Туган-Барановского», 2018. – 469 с.
3. Бакаева, В. В. Управление размещением торговых предприятий в городе / В. В. Бакаева, Н. В. Курушина // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2014. – № 1. – С. 71–76
4. Министерство промышленности и торговли ДНР: официальный сайт. – URL: <https://www.mpt-dnr.ru/> (дата обращения: 20.08.2020). – Текст: электронный.
5. Нюренбергер Л.Б.. Проблемы оптимизации размещения предприятий розничной торговли в мегаполисе /Леушина О.В., Лучина Н.А. // Вестник института экономических исследований. – 2018. – № 4(12). – С. 27-33
6. Леушина, О.В. Маркетинговые факторы развития розничной торговли Новосибирска: монография / О.В. Леушина; НОУ ВПО Центросоюза РФ «СибУПК». – Новосибирск, 2012. – 160 с.
7. Постановление «Об утверждении состава потребительской корзины на территории ДНР» от 03.06.2015 г. № 10-40 [Электронный ресурс]. – URL:http://doc.dnr-online.ru/wp-content/uploads/2015/03/PostanovN10_40_03062015.pdf
8. Ашмаров И. А. Экономика рынка труда / И. А. Ашмаров. – Саратов: Вузовское образование, 2019. – 396 с.
9. Экономика Донецкой Народной Республики: состояние, проблемы, пути решения: научный доклад / коллектив авторов ГУ «Институт экономических исследований»; под науч. ред. А.В. Половяна, Р.Н. Лепы, Н.В. Шемякиной; ГУ «Институт экономических исследований». – Донецк, 2020. – 260 с.
10. Половян А. В. Состояние и перспективы развития предпринимательства в сфере торговли Донецкой Народной Республики / А.В. Половян, К. И. Сеницына // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2018. – №2. – С 162-168.
11. Петрушевский Ю. Л. Взаимодействие предпринимательских структур в ДНР / Ю. Л. Петрушевский, А. Е. Ревунов // Торговля и рынок. – 2016. – Вып. 2. (40). – Т.2 – С. 132-140.