

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГОУ ВПО «ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ»**

**СБОРНИК НАУЧНЫХ РАБОТ
серии «Экономика»**

Выпуск 7

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
МАРКЕТИНГА И МЕНЕДЖМЕНТА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ
И СОЦИАЛЬНЫХ СИСТЕМ**

Материалы
международной научно-практической конференции

Донецк
2017

УДК [339.138:658.51] (063)

ББК У291.3 + У292.21я431

А 43

А43 Актуальные проблемы и перспективы развития маркетинга и менеджмента производственных и социальных систем: Материалы международной науч.-практ. конф. 15 ноября 2017 г., г. Донецк / Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики». Сборник научных работ серии «Экономика». Вып. 7. – Донецк: ДонАУиГС, 2017. – 390 с.

Свидетельство о регистрации средства массовой информации Министерства информации Донецкой Народной Республики серии ААА №000068 от 16.11.2016 г.

Представлены материалы научных исследований. Рассмотрены актуальные проблемы и перспективы развития маркетинг – менеджмента производственных и социальных систем, развития имиджевых технологий и формирования механизма государственно-частного партнерства. Уделено внимание вопросам управления транспортными потоками, контроля складских процессов и управления качеством в логистических системах. Изложены современные тенденции развития евромаркетинга и еврологистики, а также вопросы менеджмента в непромышленной сфере (образование, спорт, туризм, здравоохранение).

Учредитель:

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики»

Главный редактор:

Барышникова Л. П. – доктор экономических наук, доцент

Заместитель главного редактора:

Близкий Р. С. – доктор экономических наук, доцент

Редакционная коллегия:

Беганская И. Ю. – доктор экономических наук, доцент

Беленцов В. Н. – доктор экономических наук, профессор

Губерная Г. К. – доктор экономических наук, профессор

Подгорный В. В. – доктор экономических наук, доцент

Припотень В. Ю. – доктор экономических наук, доцент

Ярембаш А. И. – доктор экономических наук, доцент

Технический секретарь:

Филиппук А. О. – технический секретарь

Адрес редакции: 83015, г. Донецк, ул. Челюскинцев, 163 а.

Телефон: (062) 337-66-09

Издаётся по решению Учёного совета ДонАУиГС

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ И ОТРАСЛЕЙ ПРОМЫШЛЕННОГО РЕГИОНА

Барышников К.С.

ДИФфуЗИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ИННОВАЦИЙ
В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ..... 13

Беленцов В.Н., Зайцев Д.А.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА И ЕЕ ПОВЫШЕНИЕ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ
АСПЕКТЫ 15

Беленцов В.Н., Рытова Н.А.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИ ЭФФЕКТИВНОЙ ЦЕНЫ
ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ 19

Беленцов В.Н., Хуруджи Л.А.

ПРОБЛЕМА ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГК «ДОНБАССГАЗ» В ДОНЕЦКОЙ
НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ СЕГОДНЯ..... 23

Беленцов В.Н., Яйленко К.И.

РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОТЕХНИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ
РЕСПУБЛИКИ В КОНТЕКСТЕ МИРОВЫХ ТЕНДЕНЦИЙ..... 26

Волощенко Л.М., Довгань А.С.

МОДЕЛЬ НЕЗАВИСИМОГО ФОРМИРОВАНИЯ (РЕГУЛИРОВАНИЯ) УРОВНЯ
ПОКУПАТЕЛЬНОЙ СПОСОБНОСТИ ФИНАНСОВЫХ СРЕДСТВ НА ОСНОВЕ
ОБРАЩЕНИЯ ЕДИНОЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ ВАЛЮТЫ 30

Герасименко И.А.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИИ
МОТИВАЦИЕЙ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ
МЕДИКО-ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ 34

Епишенкова А.А.

ДИАГНОСТИКА В УПРАВЛЕНИИ ОРГАНИЗАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ
ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ 37

Жадан А.В.

МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ ISO СЕРИИ 9000 ВЕРСИИ 2015 Г.
И УПРАВЛЕНИЕ ЗНАНИЯМИ ОРГАНИЗАЦИИ..... 40

Жадан А.В., Полехин А.В.

ПОНЯТИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ..... 43

Жильченкова В.В., Махмудова А.Т.

ОСОБЕННОСТИ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ В
СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ 46

достоверно. В список факторов предлагается включить дополнительные: «территориальный фактор» и «возрастной фактор».

В ходе исследования было обнаружено несовершенство определения понятия конкурентоспособность продукции. Используя методы научного исследования, было скорректировано определение конкурентоспособность продукции, за основу которого было взято понятие, предложенное П. Завьяловым:

Конкурентоспособность продукции - относительный, динамический показатель определяющий способность объекта конкурировать с товарами-заменителями в конкретный момент времени, благодаря лучшим его свойствам, соответствующим как экономическим, так и потребительским параметрам, создающих конкурентные преимущества объекта на данном рынке, позволяющие удерживать и занимать все большую долю рынка.

В данном определении учитываются факторы, позволяющие сказать, что данное определение, на текущий момент, является наиболее точным, раскрывающим сущность понятия конкурентоспособность товара. Это обусловлено тем, что при его синтезе были выявлены и учтены недочеты исследователей этого вопроса.

Список использованных источников

1. Оценка конкурентоспособности товара [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://life-prog.ru/2_101225_otsenka-konkurentosposobnosti-tovara.html;
2. Параметры конкурентоспособности товаров [Электронный ресурс]: Режим доступа: https://znaytovar.ru/s/Parametry_konkurentosposobnost.html;
3. Андрианов, В.А. Конкурентоспособность России в мировой экономике /В.А.Андрианов // Экономист. – 1997. – № 10. – С. 33 – 42.
4. Факторы конкурентоспособности товаров [Электронный ресурс]: Режим доступа: https://znaytovar.ru/s/Factory_konkurentosposobnosti.html

Жильченкова В.В., канд. экон. наук, доцент

Махмудова А.Т., магистрант

*ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»
г.Донецк (Донецкая Народная Республика)*

ОСОБЕННОСТИ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Актуальность антикризисного управления предприятием в современных условиях заключается в следующем. Структура рынка подвергается постоянным изменениям, а экономическая ситуация

остаётся непростой. Как следствие – предприятия работают нестабильно, и зачастую это заканчивается их ликвидацией. Чтобы решить управленческие задачи в кризисный период или в условиях неустойчивой экономики, компании используют антикризисное управление, представляющее собой особую систему мер. Вопросами антикризисного управления занимались такие ученые как Сафонова Е.Л., Иванов В.Г., Турдиматова П.М. [1-3]. Антикризисное управление – это совокупность форм и методов реализации антикризисных процедур применительно к конкретному предприятию, менеджмент, направленный на предотвращение неплатежеспособности несостоятельного предприятия, а также на обеспечение достижения предприятием конкурентного преимущества.

Антикризисное управление может строиться на разных стратегиях. В числе самых важных стоит отметить:

- предупреждение кризиса, подготовка предприятия к его наступлению;
- противодействие кризисным явлениям, с замедлением негативных процессов;
- стабилизация ситуации за счет резервов и дополнительных ресурсов предприятия;
- расчет рисков предприятия.

Подходящая стратегия подбирается в зависимости от глубины и характера кризиса. В антикризисном управлении предприятием играют не мало важную роль инновационные бизнес стратегии. Инновационная бизнес-стратегия как составная часть общей стратегии организации представляет собой целенаправленную деятельность по определению приоритетов перспективного развития организации и их достижению, в результате которой обеспечивается новое качество производства и управления. Она реализуется посредством прогрессивных нестандартных обоснованных управленческих решений, принимаемых с учетом специфики работы организации. К инновационным бизнес-стратегиям относятся:

- защитная стратегия – мероприятия, позволяющие «защищаться» от конкурентов. Ее целью можно считать попадание на уже существующий рынок с похожей или новейшей продукцией;
- стратегия инновационной имитации – имитация новшеств конкурентов, копирование их продукции. Это эффективная, применяя которую необходимо иметь производственную и ресурсную базу, что

позволит обеспечить массовый выпуск имитируемых продуктов и их реализацию на рынках;

- стратегия выжидания – снижение уровня риска в условиях высокой неопределенности внешней среды и потребительского спроса на новшество;

- стратегия непосредственного реагирования на нужды и запросы потребителей. Ее реализуют небольшие по размерам организации, выполняющие индивидуальные заказы крупных компаний;

- активные НИОКР. Производители, реализующие данную стратегию, получают самое сильное конкурентное преимущество, которое, собственно, и выражается в оригинальных, единственных в своем роде научно-технических разработках или принципах и методах;

- стратегия, ориентированная на маркетинг – стратегия, помогающая искать средства для решения связанных с выходом новшества на рынок;

- стратегия слияний и приобретений предполагает меньший риск по сравнению с другими видами активной стратегии, опирается на уже отлаженные производственные процессы и ориентируется на освоенные рынки [4].

Эффективное урегулирование кризисной ситуации не стоит считать событием, ведь оно заключается в систематическом, продолжительном и регламентированном процессе для выявления уязвимых мест предприятия, предотвращения повторения аналогичной ситуации в дальнейшем. Необходимо планирование в случае наступления самых вероятных кризисных ситуаций, с организацией эффективного обмена данными до наступления кризиса и после него, с проверкой и оценкой реальной ситуации, а уже в дальнейшем внедрение инновационной бизнес-стратегии при необходимости. Выбор подходящей антикризисной стратегии управляющими предприятия позволит выйти предприятию из кризиса. Следует отметить, что важную роль в антикризисном управлении играет государство, так как именно оно издает законы, которые регулируют деятельность предприятия. Чтобы избежать банкротства некоторых предприятий государство должно проводить мониторинг существующих проблем в экономике и своевременно реагировать на эти проблемы.

Таким образом, антикризисное управление – это совокупность форм и методов реализации антикризисных процедур применительно к конкретному предприятию, менеджмент, направленный на предотвращение неплатежеспособности несостоятельного предприятия, а также на обеспечение достижения предприятием конкурентного преимущества. Основными составляющими антикризисного управления являются мероприятия, направленные на предотвращение, сглаживание кризиса, а также мероприятия, направленные на ликвидацию отрицательных последствий кризиса. Значительную роль в преодолении кризиса предприятием играет менеджмент предприятия и государство. Руководители предприятия выбирают подходящую стратегию антикризисного управления, а государство в лице законодательных и иных органов являются внешней окружающей средой для предприятия, которая диктует свои условия. При реализации выбранной стратегии антикризисного управления руководству необходимо учитывать эти условия, которые диктует государство из вне.

Список использованных источников

1. Агапов В.И. Антикризисное управление предприятием в современных условиях /В.И.Агапов, Е.Л. Сафонова //Проблемы экономики и менеджмента. – 2014. – №9 (37). – С.35-39.
2. Иванов, В.Г. Антикризисный менеджмент: организационный и образовательный компоненты /В.Г.Иванов //Вестник ЛГУ им. А.С.Пушкина. – 2010. – №4. – С.79-85.
3. Турдиматова П.М. Сущность антикризисного управления в современных условиях /П.М.Турдиматова //Вестник ТГУПБП. – 2009. – №1. – С.22-29.
4. Айрапетян К.З. Антикризисное управление предприятием на основе инновационных бизнес-стратегий //Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 6. – С.1-5.

Захарченко Д.А., канд.экон.наук, доцент

Аль-Ага Е.К., студент

*ГОУВПО «Донецкая национальная академия строительства и архитектуры»
г.Донецк (Донецкая Народная Республика)*

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ ПЕРЕРАБОТКИ ПЛАСТИКОВЫХ ОТХОДОВ

Использование вторичного сырья в качестве новой ресурсной базы — одно из наиболее динамично развивающихся направлений

Министерство образования и науки
Донецкой Народной Республики
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»

СБОРНИК НАУЧНЫХ РАБОТ серии «Экономика»

Выпуск 7

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА И МЕНЕДЖМЕНТА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ И СОЦИАЛЬНЫХ СИСТЕМ

Материалы
международной научно-практической конференции

15 ноября 2017

Материалы представлены на языке оригинала.

Материалы, которые публикуются, отображают точку зрения авторов, которая может не совпадать с мнением редколлегии сборника.

При цитировании или частичном использовании текста публикаций ссылка на сборник обязательна.

Подписано к печати 07.11.2017. Формат 60x84¹/₁₆. Бумага офсетная.
Печать офсетная. Усл.-п. л. 21,2. Тираж 50 экз. Заказ № 1115.

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»
83015, г. Донецк-15, ул. Челюскинцев, 163а