

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Государственная организация высшего профессионального образования  
«Донецкий национальный университет экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского»

*На правах рукописи*



**Воронина Елена Львовна**

**МАРКЕТИНГОВЫЕ АКТИВЫ РАЗВИТИЯ  
МЕЖОТРАСЛЕВОЙ И ОТРАСЛЕВОЙ КООПЕРАЦИИ  
В СФЕРЕ ЛЁГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством  
(по отраслям сферы деятельности: в т.ч. маркетинг)

**ДИССЕРТАЦИОННАЯ РАБОТА**  
на соискание ученой степени  
кандидата экономических наук

Экземпляр диссертации засчитан по  
содержанию с другими экземплярами,  
которые были представлены  
диссертационный совет.

Ученый секретарь  
диссертационного  
совета Д 01.004.01  
Германчук А.Н.



Научный руководитель: доктор  
экономических наук, профессор  
**Малыгина Валентина Дмитриевна**

Донецк – 2021

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

ВВЕДЕНИЕ	4
РАЗДЕЛ 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И ЭМПИРИЧЕСКИЙ БАЗИС РАЗВИТИЯ МЕЖОТРАСЛЕВОЙ И ОТРАСЛЕВОЙ КООПЕРАЦИИ	14
1.1 Теоретические аспекты и понятийный аппарат при изучении проблематики межотраслевой и отраслевой кооперации (сотрудничества) и интеграционных процессов	14
1.2 Исторический опыт и современные подходы к межотраслевой и отраслевой кооперации	37
1.3 Маркетинговые активы и их роль в стратегии развития межотраслевой и отраслевой кооперации	61
Выводы по разделу 1	72
РАЗДЕЛ 2 СОСТОЯНИЕ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ЛЁГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ	76
2.1 Современное состояние легкой промышленности Донецкой Народной Республики	76
2.2 Обоснование необходимости маркетингового стратегирования в условиях межотраслевой и отраслевой кооперации	112
2.3 Кооперация, как фактор развития инновационной активности легкой промышленности Донецкой Народной Республики	123
Выводы по разделу 2	138
РАЗДЕЛ 3 ПРАКТИКА РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ НА ОСНОВЕ МАРКЕТИНГА	144
3.1 Формирование маркетинговых активов с целью повышения эффективности развития межотраслевой и отраслевой кооперации в	144

сфере легкой промышленности	
3.2 Новая модель развития легкой промышленности в Донецкой Народной Республике «Стратегия-2023» и апробация предложенного комплекса мероприятий	154
3.3 Модель стратегического управления и прогнозирование развития предприятий легкой промышленности Донецкой Народной Республики	178
Выводы по разделу 3	200
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b>	202
<b>СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ</b>	207
<b>ПРИЛОЖЕНИЯ</b>	
<b>Приложение А</b> Справки о внедрении результатов исследования	238
<b>Приложение Б</b> Стратегические ориентиры развития легкой промышленности Донецкой Народной Республики	248
<b>Приложение В</b> Комплексные мероприятия Стратегии развития легкой промышленности Донецкой Народной Республики	249
<b>Приложение Г</b> Потребность исполнительных органов власти ДНР и их подведомственных учреждений в товарах легкой промышленности на 2021-2023 годы	255
<b>Приложение Д</b> Информация о целевых показателях Стратегии развития легкой промышленности в ДНР в 2021 – 2023 гг.	256
<b>Приложение Е</b> Результаты среднесрочного прогнозирования по отрасли легкой промышленности	259
<b>Приложение Ж</b> Информация об эффекте локализации производства по изготовлению средств индивидуальной защиты	260
<b>Приложение И</b> Методика разработки стратегии отрасли легкой промышленности	261

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность темы исследования** обусловлена тем, что развитие легкой промышленности Донецкой Народной Республики в настоящее время вынужденно происходит в условиях наличия статуса неопределенности и экономической блокады. Отрасль занимает значимую позицию в экономическом потенциале и социальном обеспечении Республики, что требует разработки определенных подходов и стратегических ориентиров для ее развития.

Зарубежный опыт и опыт России свидетельствует о широком распространении и внедрении в различных сферах производственной деятельности, в том числе в легкой промышленности, интеграционных процессов развития, применения межотраслевой и отраслевой кооперации с целью формирования конкурентных преимуществ продукции предприятий на основе устранения институциональных и экономических барьеров, сдерживающих развитие отрасли как единой организационно-управленческой системы.

Производственная деятельность предприятий легкой промышленности в основном связана как с первичной обработкой сырья, так и с выпуском готовой продукции, и технологические особенности отрасли позволяют обеспечивать высокую мобильность производства, осуществлять быструю смену ассортимента выпускаемых товаров при минимуме затрат.

В эффективном функционировании и устойчивом развитии предприятий легкой промышленности важную роль играет формирование их конкурентоспособных преимуществ с использованием маркетинговых активов, что в условиях статуса неопределенности и экономической блокады Донецкой Народной Республики приобретает особую актуальность, чем и объясняется выбор темы данного научного исследования.

**Степень разработанности проблемы** определяется наличием в экономической литературе и научных источниках, посвященных изучению

интеграционных процессов и маркетинговых активов, работой с описанием и анализом процессов формирования и развития отраслевых и межотраслевых производственных комплексов как базовых инструментов стратегии развития производства в сфере легкой промышленности.

Анализ и изучение последних исследований и публикаций показало, что проблемам уделяется недостаточное внимание. Среди отечественных авторов, объектом исследования которых выступает данная отрасль, стоит отметить Д. Гончаренко, В. Герцик, Н. Жаркова, К. Картамышева, А. Литвинова, И. Петенко.

Основоположниками, идеологами и пропагандистами кооперационной мысли являются известные социалисты-утописты Р. Оуэн, К. Сен-Симон и Ш. Фурье. Многочисленные последователи их учений во всем мире внесли значительный вклад в разработку теории кооперации и ее практическое воплощение. Среди наиболее известных ученых в данной сфере У. Кинг, Ф. Бюше, Д. С. Милль, Д. Морис, Г. Шульц-Делич, В. Райфайзен. Огромное внимание кооперации уделяли классики марксизма- ленинизма: К. Маркс, Ф. Энгельс, В. Ленин.

Среди российских последователей кооперативных идей – теоретики и практики кооперативного движения Н. Макаров, Н. Кашкин, В. Дурова, Н. Чернышевский, А. Герцен, Н. Верещагин, Н. Баллин, Н. Колюпанов, М. Туган-Барановский, А. Чаянов, Н. Кондратьев, В. Лапищев, Л. Никифорова, Т. Кузнецовой, С. Пронин, Л. Файн, Ю. Корманова, Ю. Бакаев, П. Завьялов.

Особенности разработки и применения стратегических планов для уровня отрасли и на их основе построения системы стратегического управления деятельностью предприятий рассматривались в работах таких зарубежных ученых как И. Ансофф, Дж. Баин, С. Бир Энтони, П. Друкер, М. Портер, Г. Хэмел, К. Энрюси, Й.А. Шумпетер и других.

Маркетинговые активы в контексте возможности применения их к определению стратегических перспектив развития предприятий как

самостоятельных субъектов на рынке, так и в процессе межотраслевой кооперации рассматривались в работах Б. Беккера, А. Бухвалова, С. Варго, Г. Клейнера, К. Лавлока, Л. Лукичевой, В. Макарова, Т. Стюарта, Д. Ульриха, М. Хьюзлида, М. Хаммера, Т. Шульца и прочих. В трудах указанных ученых изучались классические теории управления маркетинговыми активами и взаимосвязь системы управления ними с общей стратегией поведения предприятия в условиях рыночной экономики.

Изучение маркетинговой политики предприятия в условиях интеграционных отраслевых и межотраслевых связей предприятий осуществлялось в работах Е. Азарян, Л. Балабановой, А. Германчук, В. Герцик, В. Малыгиной, И. Петенко, Н. Пушаревой и других.

Несмотря на достаточную разработанность указанной тематики, в условиях наличия статуса неопределенности и экономической блокады ДНР остается ряд нерешенных вопросов, связанных с эффективным функционированием и устойчивым развитием предприятий легкой промышленности с использованием маркетинговых активов и их преимуществ.

**Цель диссертационного исследования** Цель состоит в обосновании разработки маркетинговых активов развития межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере легкой промышленности.

Для достижения цели поставлены и решены следующие задачи:

исследовать теоретические аспекты и понятийный аппарат межотраслевой и отраслевой кооперации и интеграционных процессов;

изучить исторический опыт и обосновать необходимость интеграции и кооперации в развитии предприятий легкой промышленности как основного фактора инновационной активности отрасли;

выделить маркетинговые активы, необходимые для устойчивого функционирования предприятий, и обозначить их роль в развитии межотраслевой и отраслевой кооперации;

провести мониторинг и анализ хозяйственной деятельности предприятий легкой промышленности Донецкой Народной Республики на современном этапе;

разработать концепцию развития легкой промышленности ДНР и показать роль отраслевого и межотраслевого кооперационного взаимодействия субъектов хозяйствования, как возможности устранения зависимости внутреннего рынка от импортной продукции и обеспечения экспортного ориентирования;

разработать механизм принятия государственных управленческих решений, обеспечивающих эффективное и устойчивое развитие отрасли легкой промышленности ДНР;

провести апробацию комплекса мероприятий, предусмотренных Концепцией развития легкой промышленности ДНР на отечественных предприятиях легкой промышленности;

разработать модель стратегического развития легкой промышленности с акцентом на контроль на каждом этапе построения системы стратегического управления предприятиями отрасли.

**Объектом исследования** является процесс формирования маркетинговых активов в процессе развития отраслевой и межотраслевой кооперации в сфере легкой промышленности.

**Предметом исследования** составляет комплекс теоретических, методологических и практических положений обеспечения развития предприятий легкой промышленности и формирования их конкурентоспособных преимуществ в процессе маркетингового стратегирования развития межотраслевой и отраслевой кооперации.

**Гипотеза** диссертационной работы заключается в том, что применение теории создания интегрированных и корпорационных хозяйств в легкой промышленности, развитие маркетинговых активов предприятий, разработка модели стратегического развития отрасли позволит легкой промышленности

ДНР путем поэтапного развития выйти на новый уровень, предусматривающий повышение качества управления и эффективности деятельности.

### **Соответствие диссертации паспорту научной специальности.**

Диссертация выполнена в соответствии с паспортом специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч.: маркетинг), в частности: п. 9.3. Управление маркетинговой деятельностью, направления и формы организации маркетинга и их адаптация к изменяющимся рыночным условиям; п. 9.4. Состояние, тенденции и диагностика развития рынков, внешней и внутренней маркетинговой среды функционирования субъектов хозяйствования, сегментация рынков и определение рыночных ниш; п. 9.7. Методы и технологии проведения маркетинговых исследований; п. 9.9. Повышение конкурентоспособности товаров (услуг) и компаний, факторы конкурентоспособности в различных рыночных условиях.

**Научная новизна полученных результатов исследования** заключается в следующем:

усовершенствованы:

научно-методический подход к пониманию кооперационных и интеграционных отношений в сфере легкой промышленности, который в отличие от существующих, ограничивающихся причинно-следственными связями, предполагает комплексное использование маркетинговых активов в развитии межотраслевой и отраслевой кооперации;

методический подход к анализу хозяйственной деятельности предприятий легкой промышленности, в отличие от применяемого ранее для территорий с непризнанным статусом проводящийся системно с акцентом на синергетический эффект;

механизм формирования маркетинговых активов, необходимых для устойчивого функционирования предприятий, который в отличие от существующих подходов учитывающий специфику сферы легкой промышленности (приближенность к процессу конечного массового



потребления и глубокой рыночной ориентированности данной отрасли в условиях экономической изолированности территории);

получило дальнейшее развитие:

понятийно-категориальный аппарат относительно понятий «кооперация» и «интеграция». Сделан вывод, что эти понятия есть объективные экономические категории, которые существуют и развиваются на основе экономических законов и закономерностей и выступают одновременно целью, задачами и результатами направленной деятельности в сфере промышленности, в том числе легкой, в чем заключается авторский подход;

концепция стратегического развития легкой промышленности, которую отличает направленность на развитие межотраслевой и отраслевой кооперации, что позволит обеспечить производство новых видов продукции, ноу-хау, обеспечение энерго-, ресурсосбережений, экологической безопасности производства и продукции, экономическое стимулирование инновационной активности хозяйствующих субъектов и их работников;

научно-практический подход к прогнозированию объемов роста производства продукции для определения синергетического эффекта от реализации стратегии развития легкой промышленности на территориях с непризнанным статусом, выстроенный на основе системного мониторинга всей хозяйственной деятельности предприятий, что позволит корректировать оперативные мероприятия по реализации стратегии;

концептуальный подход к построению модели «Стратегия-2023» развития легкой промышленности на основе модели жизнеспособной системы (ViableSystemModel, VSM), отличающийся использованием поэтапного контроля при построении системы стратегического управления предприятиями легкой промышленности.

**Теоретическая и практическая значимость.** Теоретическая значимость полученных результатов заключается в развитии теоретических и методических положений по формированию и использованию маркетинговых активов развитии межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере легкой промышленности.

Практическая значимость состоит в возможности использования научно-методических рекомендаций для принятия государственных управленческих решений, обеспечивающих эффективное и устойчивое развитие предприятий сферы легкой промышленности. Наибольшую практическую ценность при разработке механизма принятия государственных управленческих решений, обеспечивающих эффективное и устойчивое развитие отрасли легкой промышленности; при разработке модели стратегического развития легкой промышленности на основе межотраслевой и отраслевой кооперации; при разработке Министерством промышленности и торговли ДНР стратегии развития легкой промышленности до 2025 года.

Работа выполнена в соответствии с комплексным планом научно-исследовательских работ ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», а именно, при выполнении хоздоговорных тем: «Разработка методических рекомендаций по организации исследования потребительского рынка товаров и услуг с помощью информационных технологий» (№ 93хт/2019 от 26.09.2019г.); «Разработка методических рекомендаций по организации и проведению мониторинга потребительского рынка» (№036хт/2020 от 01.06.2020 г.); при выполнении госбюджетной темы «Изучение факторов обеспечения конкурентоспособности продукции в условиях политики импортозамещения» (номер госрегистрации № Г-2021-5, срок выполнения 01.01.21-01.01.23 г.).

Основные положения диссертации были доложены, и получили одобрение на заседаниях Координационного совета руководителей легкой промышленности Министерства промышленности и торговли Донецкой Народной Республики, на заседаниях рабочих групп по поддержке отечественных товаропроизводителей отрасли легкой промышленности.

Выводы и рекомендации, предложенные в диссертационной работе, утверждены и внедрены в деятельность Министерства промышленности и торговли ДНР (справка о внедрении №55а от 22.03.2021) предпринимательских структур г. Донецка, в частности: ООО «Мода сервис», г. Донецк (справка о внедрении №12-08

от 22.03.2021 г.); ООО «Скифтекс», г. Донецк (справка о внедрении №9-С от 22.03.2021 г.); ООО «Трансстрой», г. Донецк (справка о внедрении №24-03//118-1 от 24.03.2021 г.); ООО «Лемуа», г. Шахтерск (справка о внедрении №11 от 25.03.2021 г.); ООО «Спецодежда и униформа», г. Донецк (справка о внедрении от 19.03.2021 г.); ООО «Союзспецодежда», г. Донецк (справка о внедрении №24/03-11/1 от 24.03.2021 г.) (Приложение А).

**Методология и методы исследования.** Теоретической и методологической основой исследования послужили концептуальные положения фундаментальных и прикладных работ отечественных и зарубежных авторов по проблемам маркетинга, стратегического управления, развития интеграции и кооперации в сфере легкой промышленности, периодические издания; ресурсы Internet, статистическая отчетность отечественных предприятий ДНР.

Для решения поставленных задач использовались методы теоретических обобщений, индукции, дедукции, логического и системного анализа – при изучении теоретических основ и эмпирического базиса развития межотраслевой и отраслевой кооперации; экспертных оценок и анкетирования – при формировании маркетинговых активов предприятий легкой промышленности и анализа эффективности их применения в межотраслевой и отраслевой кооперации; технико-экономического, экономико-статистического и финансового анализа – при мониторинге результатов использования маркетинговых активов при создании межотраслевой и отраслевой кооперации; математической статистики – при корреляционно-регрессионном анализе основных показателей социально-экономического развития ДНР с целью развития внутривнутриреспубликанской производственной кооперации для формирования внутреннего рынка легкой промышленности; методы экономико-статистического анализа – при исследовании основных направлений развития сферы лёгкой промышленности в ДНР; прогнозирования, SWOT-анализа – для оценки состояния отрасли легкой промышленности Министерства промышленности и торговли ДНР. Проведены

экспериментальные исследования с использованием технических методов: анкетирования, анализа документов, наблюдения. Для обработки результатов исследования применялись программы Microsoft Excel.

### **Личный вклад автора.**

На защиту выносятся следующие положения научной новизны:

1. Авторское определение кооперационных и интеграционных отношений в сфере легкой промышленности в современных условиях.
2. Методический подход к проведению мониторинга хозяйственной деятельности предприятий и анализа состояния легкой промышленности Донецкой Народной Республики.
3. Механизм применения маркетинговых активов, необходимых для устойчивого функционирования предприятий.
4. Модель жизнеспособной системы осуществления контроля на каждом этапе построения системы стратегического управления предприятиями легкой промышленности.
5. Концепция Стратегии и комплекс мер по развитию предприятий легкой промышленности.
6. Модель стратегического управления межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере легкой промышленности.
7. Модель Стратегии развития легкой промышленности до 2025 г.

### **Степень достоверности и апробация результатов диссертации.**

Диссертационная работа является результатом самостоятельных научных исследований автора. Все научные положения, результаты и изложенные в диссертации и выносимые на защиту выводы получены автором лично. Из научных трудов, опубликованных в соавторстве, использованы только те идеи и положения, которые являются результатом личных исследований соискателя. Положения и результаты, изложенные в диссертации, обсуждались и получили одобрение на пяти научно-практических конференциях, а также на заседаниях координационного совета Министерства промышленности и торговли, «круглых столах» ГО ВПО «Донецкий национальный университет

экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», основными из которых являются: научно-практические конференции: «Маркетинг в 3-м тысячелетии» (г. Донецк, 2018 г.); «Маркетинг-дайджест» (г. Донецк, 2018 г.); «Экономика Донбасса: векторы социально-экономического и исторического развития» (г. Донецк, 2019 г.); «Стратегия устойчивого развития в антикризисном управлении экономическими системами» (г. Донецк, 2021 г.); «круглый стол» «Управление устойчивым развитием методами стандартизации», дискуссионная площадка «Социально-демографическая сфера в рамках проблематики управления устойчивым развитием» (г. Донецк, 2021 г.).

**Публикации.** Основные результаты исследования опубликованы в 12 научных работах, среди них одна коллективная монография, 6 статей в специализированных научных изданиях, 5 публикаций апробационного характера. Общий объем публикаций – 4,3 печ. л., из которых 3,6 печ. л принадлежат лично автору

**Структура диссертационной работы.** Диссертация состоит из введения, трёх разделов, заключения, списка литературы, содержащего 283 источника, и 8-ми приложений. Основной текст изложен на 206 страницах, содержит 19 таблиц и 39 рисунков.

## РАЗДЕЛ 1

### ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И ЭМПИРИЧЕСКИЙ БАЗИС РАЗВИТИЯ МЕЖОТРАСЛЕВОЙ И ОТРАСЛЕВОЙ КООПЕРАЦИИ

#### 1.1 Теоретические аспекты и понятийный аппарат при изучении проблематики межотраслевой и отраслевой кооперации (сотрудничества) и интеграционных процессов

Вся история человеческого развития — это история непрерывных поисков развитого и совершенного общества. И одним из подлинных открытий в этом направлении, безусловно, является идея сотрудничества или кооперации.

Теме сотрудничества посвящено большое количество статей и дискуссий. Соответственно, сам термин «сотрудничество» имеет множество определений (рис. 1.1).

Дефиниция «сотрудничество» (от латинского cooperation - сотрудничество) [250]. употребляется в нескольких значениях.

Закономерности формирования и развития в различных социально-экономических условиях, которые рассматриваются через теорию сотрудничества можно назвать кооперацией.

Данной теме посвящено большое количество статей и дискуссий. И соответственно у термина «кооперация» существует много определений. Так, в широком смысле «кооперация» представляет собой такую организацию производственных связей субъектов хозяйствования, их структурных подразделений и отдельных работников, которая позволяет осуществлять координацию и сотрудничество внутри самого предприятия, между предприятиями, принадлежащими к одной или разным отраслям.

Она широко используется, когда речь идет о сотрудничестве в целом, взаимодействии или координации деятельности: сотрудничестве ученых из разных областей науки или из разных стран для изучения и решения сложной научной проблемы. Сотрудничество материальных и человеческих ресурсов нескольких государств в освоении космоса и т. д. Сотрудничество в решении глобальной проблемы по предотвращению, распространению и борьбе с коронавирусной инфекцией 2019-nCoV, распространившейся во всем мире. В частности для отрасли легкой промышленности, это сотрудничество по производству средств индивидуальной защиты.

В более узких смыслах понятие «кооперации» имеет несколько значений, а именно: особенная форма организации труда, направленная на объединение и координацию деятельности нескольких работников, которые участвуют в одном идентичном или нескольких различных процессах труда; особенная форма организации производственного процесса, направленная на объединение и координацию деятельности субъектов хозяйствования или предпринимателей в контексте реализации общих производственных связей [103].

В более узком смысле термин «сотрудничество» употреблялся в середине XIX века. Он означал особую форму социально-экономической организации потребителей и мелких производителей сырья в условиях преобладания капиталистического типа товарно-денежных отношений с целью совместной защиты экономических интересов потребителей и производителей от крупных собственников, доминирующих на рынке, в жестких условиях конкуренции на рынке, для сохранения собственного и укрепления социального статуса [103].

Кооперация в этом смысле слова, обозначает закономерности ее формирования и развития в различных социально-экономических условиях, которые рассматриваются через теорию сотрудничества.

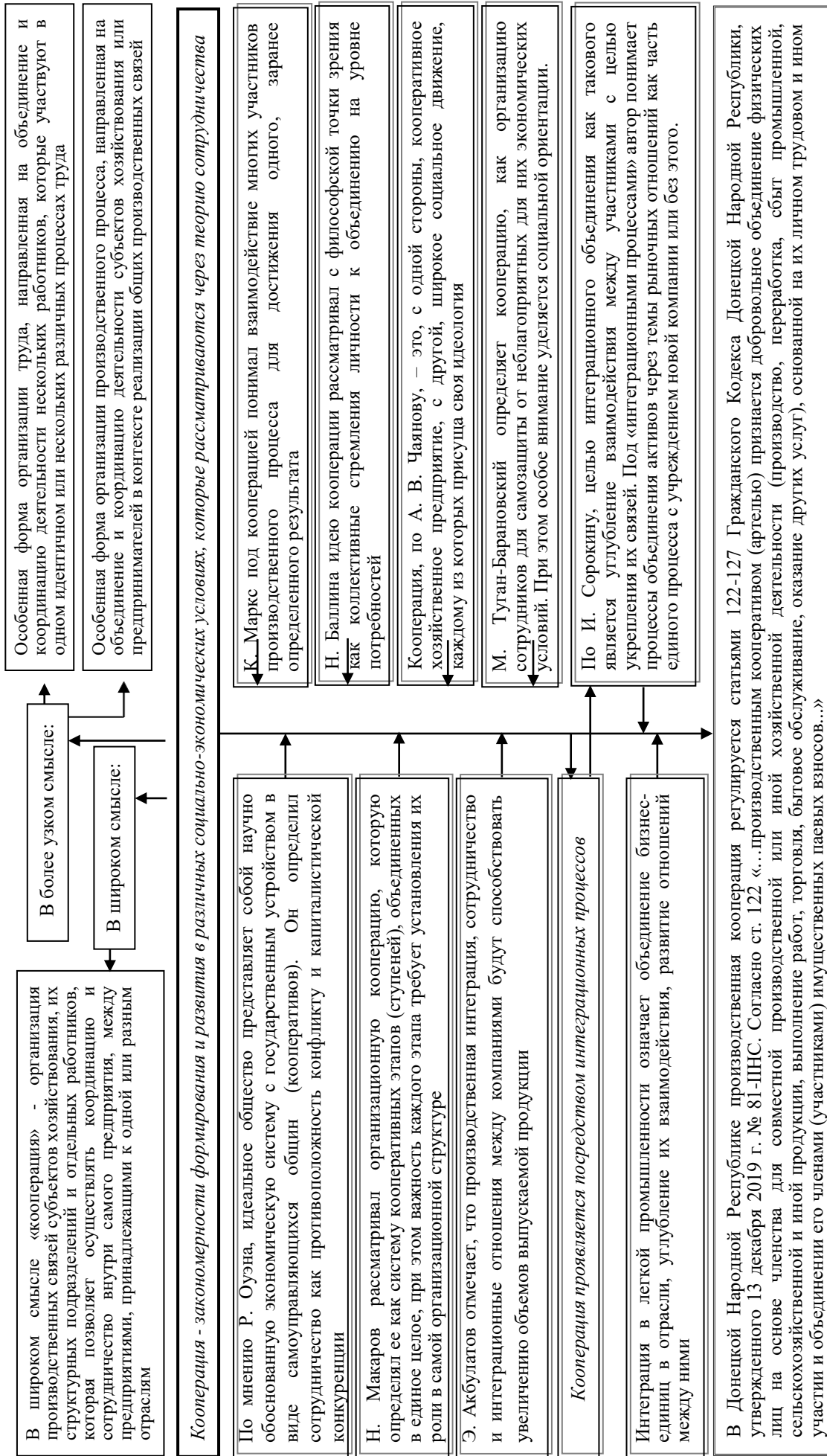


Рисунок 1.1 – Основные подходы к пониманию кооперации



Разнообразие толкований термина «сотрудничество» не случайно, так как кооперативное движение накопило такой богатый теоретический и практический опыт за долгий период своего существования, а также приняло его разные формы, что действительно трудно дать четкое определение этому явлению (рис. 1.2).

Термин «кооперация» введен в оборот английским предпринимателем и теоретиком социализма Р. Оуэном, сыгравшим важную роль в развитии кооперативного движения в Великобритании в XIX веке, призвавший работников присоединиться к кооперативам, которые, по его мнению, могли бы обеспечить постепенный переход производства в руки тех, кто создает материальные ценности свой труд. Пропаганда создания кооперативов с целью преобразования общества, попытки теоретического обоснования и практического воплощения этой утопической идеи заняли важное место в общественной деятельности Оуэна.

Ученый призывал предпринимателей наблюдать за жизнью трудящихся и понять, как возможно облегчить их страдания. Р. Оуэн считал, что в жизни людей есть много вещей, потребности в которых не обоснованы. Он считал, что после того, как люди основали особое общество, они должны помогать друг другу совместными усилиями и вместе организовывать хозяйственную деятельность. [161, с.207]. В 1824 г. в США в штате Индиана Р. Оуэн приобретает большое имение и называет его «Новая Гармония». В марте 1825 г. на общем собрании коммуны «Новая Гармония» принимается Конституция, которая содержит главные кооперативные принципы оуэновской кооперации:

- все общинники принадлежат к одной семье и имеют право на одинаковую пищу, одежду, жилище и воспитание;
- все недвижимое имущество является общей собственностью;
- предметы потребления выдаются с общественных складов по уравнительному принципу;
- каждый член коммуны работает в соответствии с желанием, способностями и опытом;

- управление осуществляется всем коллективом коммуны и через уполномоченных. Время от времени состав органов управления меняется;
- хозяйственная практика заключается в производстве и потреблении всего лучшего;
- искренность, доброжелательность и порядок во всех делах;
- свобода слова и действий;
- вежливость в общении, сохранение здоровья и приобретение знаний;
- те, кто нарушают установленный порядок, не подчиняются руководителям, исключаются из общества [89 с.7].

Таким образом, по мнению Оуэна, идеальное общество представляло собой научно - обоснованную экономическую систему с государственным устройством в виде самоуправляющихся общин (кооперативов), он определил сотрудничество как противоположность конфликту и капиталистической конкуренции.

Иллюзии о возможности социалистического преобразования общества через развитие кооперативов в рамках капитализма разделяли многие социалисты утописты, среди которых К.А.Сен-Симон [177] Ш. Фурье [212] и др.

Клод Анри Сен-Симон предлагал заменить существовавшую систему отношений собственности и рынка «новой промышленной системой», построенной на следующих принципах:

- главной ячейкой системы является производственная ассоциация, основанная на коллективной собственности;
- ассоциации создаются путем добровольной передачи имущества владельцами промышленных предприятий в распоряжение трудового коллектива;
- вознаграждение зависит от размера внесенного капитала, количества и качества личного труда;
- руководят ассоциациями бывшие владельцы промышленных предприятий, исповедуя честность и руководствуясь советами ученых [177].

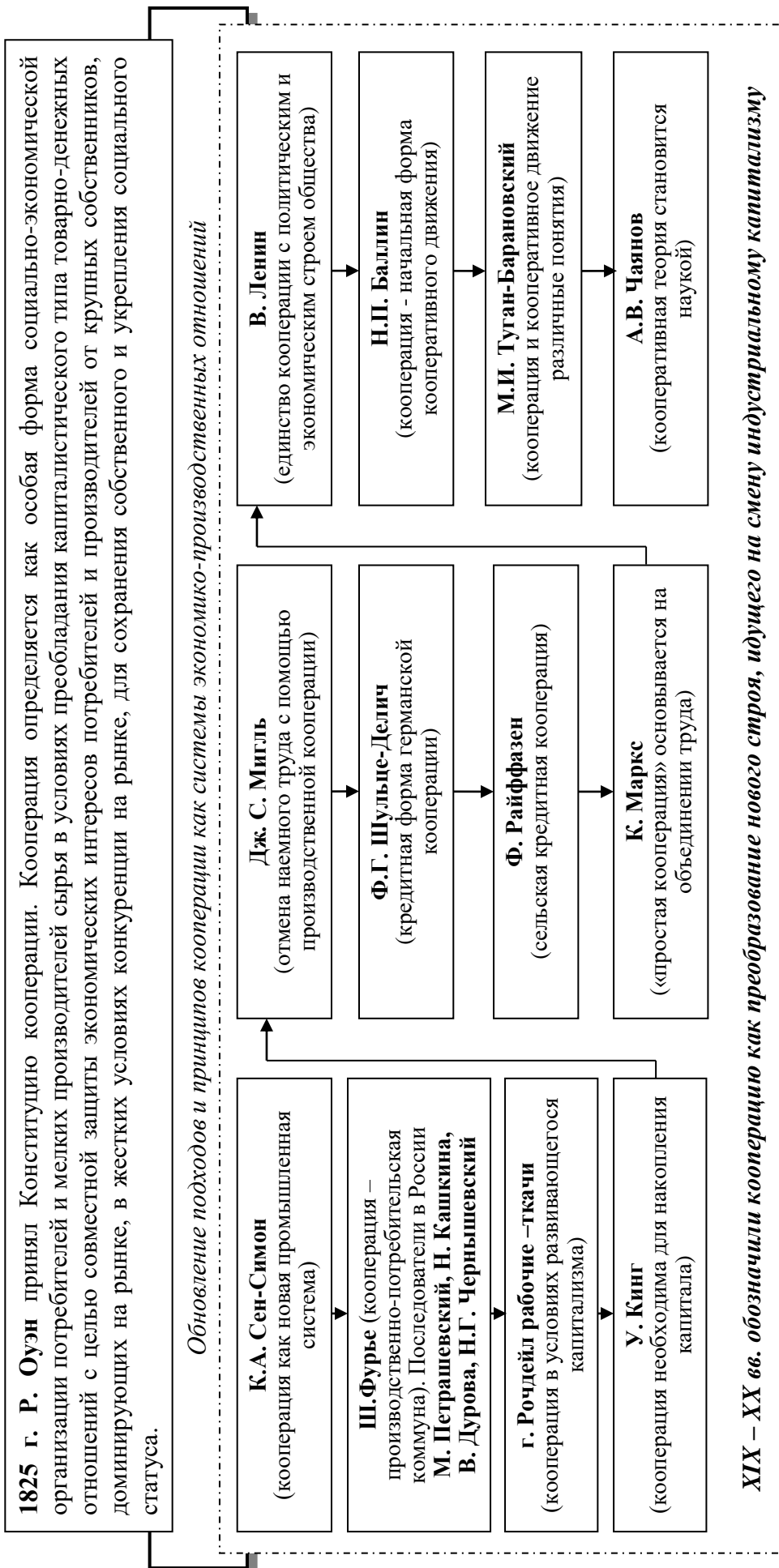


Рисунок 1.2 – Развитие кооперации в научно-практической сфере

Ш. Фурье выдвинул идею создания первого фаланстера производственно-потребительской коммуны, охватывающих промышленность и сельское хозяйство и основанной на следующих кооперативных принципах:

фаланстер состоит из отдельных коллективов фаланг;

в фаланге не должен применяться наемный труд;

для начала работ собираются взносы членов фаланги, для не имеющих средств, взносы заменяются трудовым участием;

доход распределяется по труду, капиталу и таланту, причем доля распределения по труду должна постепенно увеличиваться за счет доли распределения по капиталу благодаря более высокой оплате «активных участников работ»;

условия проживания, быта и получения образования выбираются свободно, возможны как совместное проживание и питание, так и жизнь в семьях [212 ,с. 19-20., 213].

Несмотря на то, что идея о сотрудничестве (кооперации) вышеуказанных теоретиков была утопической, она имела историческое значение и была определена как совместное действие, объединение индивидуальных усилий для достижения общей цели.

Одна из первых удачных попыток приспособить кооперацию к условиям развивающегося капитализма была предпринята рабочими-ткачами английского города Рочдейла.

В 1844 году в г. Рочдейл (Великобритания) группа ткачей организовали потребительское общество (первоначально в нем участвовало 28 человек) и назвали его Обществом «Справедливых пионеров». Пионеры Рохделя сформулировали основные принципы кооперативного движения, которые были одобрены при его создании:

- добровольное участие в деятельности кооператива;

- управление кооперативом на основе демократии, при этом организационное управление и контроль также базируются на основе демократии;
- равноправие членов кооператива, которое реализуется по принципу не долевого участия, а голосования единоличного (один участник - один голос);
- реализация товаров за наличный расчет по среднерыночной цене;
- продажа товаров только хорошего качества в весе нетто и точных габаритах;
- использование части прибыли и социальные цели для развития культурных и образовательных потребностей членов кооператива, решения их жилищных проблем;
- распределение между членами кооператива прибыли по количеству реализованных товаров;
- распределение 5% прибыли на паевой взнос, остальное - на покупку товаров и т.д. [223 с.12].

Эти принципы распространились в кооперативном движении, которое впоследствии было поддержано группой британских христианских социалистов, выступавших со стороны мелкобуржуазного реформизма.

Вышеупомянутые принципы сотрудничества были в дальнейшем исследованы и развиты У. Кингом, которого считают разработчиком теории кооперативного движения и последователем Оуэна. Кинг считал кооперацию одним из механизмов уничтожения бедности, при этом основой данного механизма является самодеятельность и взаимопомощь самих рабочих, которая по мнению Кинга может рассматриваться как теория сотрудничества.

Кинг считал, что если субъект работает, то у него должны быть все преимущества. По мнению ученого, работу не нужно объединять, а необходимо распределять на основе сотрудничества. Поскольку у рабочих недостаточно

капитала, необходимо его собирать путем объединения сбережений, в том числе как вариант можно использовать популяризацию кооперативов.

У. Кинг, изучавший сотрудничество, активно использовал метод сравнительного анализа. Он сравнил сотрудничество с политическими партиями и профсоюзами и отделил их от этих двух социальных институтов, не принимая революционных методов. Он утверждал, что революционный принцип деструктивен, принцип сотрудничества конструктивен и коллективен. Первый падает, последний объединяется, первый хочет собрать урожай, не посеяв его, последний сеет, чтобы пожать [98 с.17, 100 с.5].

Следует отметить еще одного известного английского экономиста Джона Стюарта Милля, который в своих трудах уделял кооперации пристальное внимание. Он не был практиком и теоретиком кооперативного движения в Англии, но сформулировал очень обширную социальную программу, которая включала отмену наемного труда с помощью производственной кооперации. Суть его утверждений состоит в том, что режим наемного труда деструктивен для человека, поскольку убивает его интерес к продукту его труда. Наемный труд должен быть заменен некоторой формой ассоциации, которая в конечном итоге объединяет на основе взаимного равенства, с общим капиталом, вложенным в предприятие и под руководством правителей, выбранных и отозванных самими рабочими [195].

Основателем кредитной формы германской кооперации можно считать Ф.Г. Шульце-Делич, который утверждал, что основой кооперации могут являться только кредит и потребительские союзы или общества. В качестве элементов, которые приведут в действие механизм кредитной кооперации должны выступать закупка (в том числе приобретение сырья) и сбыт (готовой продукции). Кредитные кооперативы могут объединять крестьян, ремесленников, мелких промышленников и рыбаков, рабочих и служащих. Ими создается общий фонд денежных средств, который является финансовой

основой кредитного кооператива. Источниками пополнения фонда выступают вступительные и паевые взносы, вклады участников кооператива, а также их собственные средства, которые могут формироваться и в том числе за счет кредитования выполняемого кредитными кооперативами. Как источник могут также рассматриваться государственные субсидии, которые выдают финансово-кредитные учреждения, специально созданные на эти цели.

Кредитные кооперативы могут предоставлять небольшие и дешевые кредиты для своих участников, в том числе на хозяйственные и потребительские цели, а процент за пользование кредитом кооператив должен взимать ниже чем тот, который предлагается ростовщиками [195].

Интересный подход к развитию сельской кредитной кооперации обосновал Фридрих Райффайзен, который считается основателем фермерских кооперативов в середине XIX века. Далее эти кредитные товарищества стали называться «райффайзеновские», они стали основой для развития крестьянской кооперации. Райффайзен стал автором труда «Кредитные товарищества как средство уничтожить нищету» и был за него назван «отцом» кредитной кооперации [168].

Ф. Райффайзен, интересовавшийся социальной направленностью кооператива, внес значительный вклад в развитие кооперативного движения. Он считал, что условием успешного функционирования кооператива должны быть партнерские отношения.

Развитие райффайзеновских кооперативов базировалось на том, что кооператив мог взять кредит большого объема, достаточного для потребностей всего села, а далее разделить их на потребности членов кооператива на более мелкие ссуды. Такой подход давал гарантию банкам в том, что кредит будет возвращен, поскольку круг кредиторов сужается, снижается риск невозврата кредита, а при возникновении у членов кооператива проблем – их помогает

решить товарищество в целом. В основе такого подхода Райффайзен выделил такие ключевые принципы:

- солидарная ответственность членов товарищества своим имуществом, в том числе по совместным долгам товарищества;
- субсидирование исключительно членов товарищества;
- субсидирование только производственных потребностей членов товарищества;
- гарантия своевременности возврата ссуды и процентов по ним в кассу товарищества;
- дешевизна управления товариществом, которая обеспечивается путем признания труда членов правления почетным и бесплатным [186, 224].

Значительно на мировоззрение Н.Г. Чернышевского оказала влияние как раз теория развития сельскохозяйственных кредитных кооперативов. В кружках В. Дурова, М. Петрашевского, Н. Кашкина не только изучали теории утопистов, но и продолжили ее развивая теорию о производственных ассоциациях [224].

Благодаря развитию теории крестьянской кооперации Чернышевским Н.Г. [237], она не только стала успешно использоваться в трудах и трактатах, но и получила в России практическое применение, что стало активным двигателем кооперативного процесса.

Именно факт того, что работник одновременно является и производительной силой, и собственником произведенного продукта, Чернышевский Н.Г. считал, основой успешности кооперативного движения. Однако, только лишь привлечение самого работника как индивидуального производителя не может привести к развитию кооперативов, а вот задействование семейных кооперативов, дальнейшего их объединения ассоциации или товарищества сможет стать основой развития экономики. Поэтому Чернышевский Н.Г. основной формой кооперации, называл ассоциацию товарищества как стимул для развития производства [237].



Карл Маркс под кооперацией понимал «непосредственное - не опосредованное обменом - взаимодействие многих рабочих для достижения одного и того же результата» [125 с. 333]. Именно кооперацию, которая базируется на объединении труда, К. Маркс называл «простой кооперацией», которая является стартом для «обобществления производства». [125 с.334].

Тем не менее, К. Маркс говорил, что кооперация не устраняет причин эксплуатации работников, а только несколько ее уменьшает и формирует более приемлемые условия труда.

Для наиболее эффективного использования кооперативов Марксом и Энгельсом были выделены такие рекомендации, направленные непосредственно на рабочих:

1.Кооперация, которую будет развивать пролетариат, не должна зависеть от буржуазии [125 с.340].

2.Кооперативная торговля превалирует над кооперативным производством.

3.Кооперативы с целью популяризации и пропаганды своего движения должны часть своего дохода направлять в специальный фонд для пропаганды своих принципов, а также способствовать развитию новых производственных кооперативных сообществ.

Вместе с тем К. Маркс сделал вывод о том, что «кооперативная система никогда не сможет преобразовать капиталистическое общество», поскольку кооперативные фабрики, а также их объединения в товарищества могут выступать только переходной формой от капитализма к социализму, однако после установления диктатуры пролетариата не должны подлежать национализации, но должны зависеть от власти поскольку функционируют на государственные средства [125 с.346].

Большое внимание развитию кооперации в России и приемлемости марксистской теории революционного преобразования общества уделял

Владимир Ленин, благодаря которому впервые теория была воплощена в практику революции. Ленин придавал значение кооперативам как посредникам в смене политического и экономического строя общества, например если при капитализме роль кооперативов как коллективных капиталистических учреждений должна смениться на роль социалистических организаций при социализме.

Статья В.И. Ленина "О кооперации" (1923 г.) содержит ряд актуальных даже на сегодняшний день положений, например, в условиях рыночной экономики кооперация как форма экономических отношений в обществе имеет важное значение, а на первый план выдвигается государственная поддержка "кооперативного" принципа социальной организации населения на определенной территории. Владимир Ленин в статье говорил о необходимости как политической, так и экономической, имущественной поддержки. Для этого государство должно обеспечить льготные кредиты, привилегии и поощрения для кооперативов, в том числе за определенные персональные достижения кооператоров.

В статье говорится о переходе от модели торговли по-азиатски к модели торговли по-европейски, где приоритеты поставлены на активное участие населения в кооперации, расширение культурной и просветительной работы кооперативного движения. [142 с.369],

Оуэна Владимир Ленин относил к «старым кооператорам» и говорил об утопичности основного содержания его теории. Однако, соединение социализма и кооперации Лениным в «строй цивилизованных кооператоров» также имело ряд недостатков и не было реализовано в полной мере в процессе коллективизации. [141 с.235],

Развитие кооперативного движения в России в начале XX века вышло за локальные рамки и слилось в довольно прочные союзы. Среди них особо выделялся Московский народный банк и Сибирский союз масличных изделий,

Московский союз потребительских обществ, объединяющий как крестьян, так и городских пайщиков. Хозяйственная практика доказала высокую эффективность и гибкость взаимодействия сил, ресурсов и рабочих.

Н.П. Макаров как один из приверженцев кооперативного движения своего времени назвал организационную кооперацию «целостной системой всех кооперативных ступеней, взятых в одно общее сочетание; при котором нельзя сказать, какая из частей важнее, какая играет большую роль» [223].

Труды Н.П. Баллина также посвящены развитию кооперации, однако в них присутствует философское начало, поскольку потребность в создании и развитии кооперативов Н.П. Баллин связывал с «коллективистскими устремлениями личности» [233].

Одной из важнейших форм в кооперации Н.П. Баллин считал потребительские общества. Эти общества он считал стартовой формой или началом кооперативного движения, цель которого изменение системы потребления, производства и развития в обществе.

В дальнейшем из потребительских обществ, а также из рабочих союзов и промышленных товариществ должна быть сформирована новая общественная система, базирующаяся на союзе общественного капитала, который объединяет банки, орудия труда и объединения работников [233].

Одним из представителей доказательства важности кооперативного движения для общественного развития государства является М. И. Туган-Барановский [198], который как руководитель Комитета сельских и ссудо-сберегательных товариществ был главным издателем журнала «Вестник кооперации», а также выполнял ряд активных действий по созданию и развитию кооперативных институтов в Москве и Киеве. Труд «Социальные основы кооперации» является признанным практическим пособием по развитию кооперации и ее государственной поддержке [199].

В данном труде впервые обособлены понятия «кооперативное движение» и «кооперация», при этом кооперативное движение сравнивается с социалистической общиной или коммуной и приравняется к конкретной форме общественного уклада, а кооператив относится к хозяйствующему субъекту, который создается ради экономической выгоды.

М.И. Туган-Барановский кооперацию также рассматривает с позиции самозащиты от рисков и неблагоприятных экономических условий, говорит о важности социальной ориентации кооперативов. По его мнению, «кооператив - это коммерческое предприятие, состоящее из нескольких добровольно объединенных людей, целью которого является не получение наибольшей прибыли от затраченного капитала, а увеличение трудовых доходов своих членов или затрат этих членов на их собственные благодаря общему управлению экономикой и снижению потребительских потребностей...». Основной предпосылкой успешной деятельности любого типа (горизонтальное или вертикальное) или формы (производственной или потребительской) сотрудничества М.И. Туган-Барановский назвал личную заинтересованность субъектов сотрудничества в сочетании с общими интересами для достижения высоких экономических результатов [204].

Один из последователей кооперации и основатель организационно-производственной школы экономистов-аграрников А. В. Чаянов в книге "Основные идеи и формы организации крестьянской кооперации" установил, что существует американский и российский варианты капиталистической трансформации сельского хозяйства [218]. Теория А.В. Чаянова базируется на фактологических исследованиях процессов развития кооперации в Московской, Смоленской, Харьковской и прочих губерниях, в частности на изучении одной из форм сельскохозяйственной кооперации в России – льняной, создателем которой он являлся. Также при его содействии было сформировано Центральное товарищество льноводов [222].

Ученые А. В. Чаянов и Н. Д. Кондратьев [223] были среди тех, кто превратил кооперативную теорию из утопии в науку.

По их мнению, главными формами концентрации и укрупнения являются два вида кооперации – кооперация горизонтальной концентрации и кооперация вертикальной концентрации. Важной формой укрупнения и концентрации производства в промышленности была так называемая горизонтальная концентрация: множество мельчайших разбросанных в пространстве предприятий сливались в одно сверхкрупное целое не только экономически, но и технически. В сельском хозяйстве провести в такой мере горизонтальную концентрацию немислимо. А. В. Чаянов и Н. Д. Кондратьев подчеркивали наличие естественных ограничений горизонтальной концентрации производства в сельском хозяйстве[102].

Сельскохозяйственную кооперацию рассматривали, как одну из форм вертикальной концентрации сельскохозяйственного производства. С этой точки зрения постепенное отщепление отдельных звеньев организационного плана крестьянских хозяйств и организация их в крупные предприятия, как бы стоящие над общей массой мелких семейных хозяйств, является не фазой развития к чему-то иному, а утверждением самого принципа. Таким образом, вертикальная концентрация прошла путь преобразования, подчиняя сельскохозяйственного производителя через системы кредитования, организацию сбыта продукции, ее переработки и обработки.

Кооперация по А. В. Чаянову – это, с одной стороны, кооперативное хозяйственное предприятие, а с другой, – широкое социальное движение, каждому, из которых, присуща своя идеология [223].

Анализируя процесс хозяйствования, А. В. Чаянов уделял значительное внимание условиям кругооборота капитала. Так, восстановление потребленного в процессе производства капитала (машины, скот, инвентарь) в сельском

хозяйстве намного труднее, чем в промышленности, тем самым развитие кредитных кооперативов должно начаться с сельской местности

Главным источником средств кредитной кооперации должны стать вклады членов кооператива и местных жителей, т. е. кредитная кооперация – это не замкнутая организация, и по мере своего развития она должна впитывать свободные денежные средства деревни и близ лежащих районов, дополняя их государственной поддержкой [220].

Мало получить кредит на производство (выращивание) и вырастить (произвести), необходимо продать имеющиеся товары, что возможно осуществить через кооперацию в торговле, которая делится на два элемента: сбыт и закупку. Закупочный союз, снабжающий кооперативы частных производителей, должен давать гарантию всхожести своей продукции и ее хозяйственной годности. В результате, закупочная кооперация превращается в организацию со своими испытательными станциями, машинами, лабораториями, т. е. является прообразом научно-исследовательского института в сельской местности. Сбытовая кооперация и з-за конкуренции на рынке может только существовать при высоком техническом и организационном кооперативном аппарате. Получается, что интересы совместного сбыта определяют высокое качество товара, его соответствие требованиям рынка и мощную централизованную организацию [218].

В итоге анализа двух видов кооперации в торговле можно сделать вывод о том, что проникновение кооперативного начала в производство происходит со стороны кооперирования рынка, сотрудничества и, по мнению А. В. Чайнова, представляет собой цепочку: закупочная – кредитная – сбытовая – производственная кооперация.

Таким образом, в XIX – начале XX века многие труды экономистов, философов, политологов не только стали фундаментальной основой развития

кооперации, но и стали имиджевой составляющей кооперации как прообраза нового строя, который пришел на смену индустриальному капитализму.

Как показывает теоретический и практический опыт реализации идей кооперации в разных странах, кооперативы являлись достаточно серьезным элементом рыночной инфраструктуры, способным не только быть экономически эффективным рыночным институтом, но и решать социальные проблемы и проблемы общества.

Значительный вклад в развитие теории кооперации внесли российские ученые Е.Л. Андреева [11], А.И. Балабанов [16], М.М. Богуславский [55], И.Ш. Барыкина [55], Н.С. Давыдова [56], П.М. Карпушова [92], А.И. Крашенинников [121], А.А. Мальцев [121], В.А. Тихонов [195], Е.Д. Фролова [195], Ю.С. Широков [195], Ю.В. Шведова [195] и др.

Вопросам развития производственной кооперации посвящены труды В.Г. Лапищева [137], Л. Никифорова [154], Л.Е. Файна [208], развитию кооперации в условиях централизации экономики и при плановом хозяйстве посвящены труды Ю.Л. Бакаева [27], П.С. Завьялова [68], Ю.Ф. Корманова [92] и многих других.

Отдельные вопросы становления и формирования хозяйственных связей кооперативов рассмотрены в работах Л.И. Абалкина, В.И. Некрасова, Д.И. Сафиуллина, И.В. Федорова [175].

Технологическому и инновационному развитию кооперативов посвящены труды Г.Е. Ершовой и Ю.Б. Ключева [100], Ю.И. Хохлова [229], С.Б. Шапошникова [239], Н.В. Шелюбской [238].

Обеспечению государственной поддержки развития кооперативного движения посвящены труды таких ученых как И.В. Макаров [171], И.В. Скопина [189], О.А. Романова [195].

Научные и методологические основы кооперации также изучались в диссертационных исследованиях таких ученых как Б.В. Бойцова,

О.А. Горленко, В.В. Жарикова, В.Г. Туркина и прочих [238], также исследования остаются актуальными и на сегодняшний день.

В Донецкой Народной Республике производственная кооперация, регулируется статьями 122-127 раздела 7 Гражданского Кодекса, принятого 13 декабря 2019 года № 81-ПНС [44].

Согласно ст. 122 Гражданского Кодекса Донецкой Народной Республики «...производственным кооперативом (артелью) признается добровольное объединение физических лиц на основе членства для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности (производство, переработка, сбыт промышленной, сельскохозяйственной и иной продукции, выполнение работ, торговля, бытовое обслуживание, оказание других услуг), основанной на их личном трудовом и ином участии и объединении его членами (участниками) имущественных паевых взносов...». Законом и уставом производственного кооператива может быть предусмотрено участие в его деятельности юридических лиц. Также предусмотрено, что производственный кооператив выступает корпоративной коммерческой организацией [44].

Практика различает кооперацию предприятий по видам, уровням и направлениям (рис.1.3)

По видам кооперацию различают специальную и объемную. Специальная связана со специализацией производства. Объемная представляет собой только форму взаимопомощи предприятий.

При первом виде кооперации производственная связь осуществляется основным, выпускающим готовую продукцию предприятием и специализированными предприятиями - смежниками, изготовляющими определенные полуфабрикаты, детали и узлы для основного предприятия.

В Донецкой Народной Республике первый вид кооперации не развит из-за отсутствия специализированных технологических производств.

Второй вид кооперации недостаточно развит. При втором виде



кооперации производственные связи возникают между различными предприятиями, не находящимися в какой - либо прямой непосредственной связи друг с другом.

В данной ситуации кооперация в легкой промышленности является фактором улучшения использования производственных мощностей на одних предприятиях и ликвидации «узких мест» на других.

Легкая промышленность, как показала мировая и отечественная практика, является одной из социально-значимых отраслей экономики. Успешное ее развитие - «первая ступень» в сторону повышения уровня и качества жизни населения.

В одном из своих докладов о развитии промышленности ректор Сибирского государственного научно-технического университета имени академика М.Ф. Решетнева Э. Акбулатов отметил, что производственная интеграция, сотрудничество и интеграционные отношения между компаниями будут способствовать увеличению объемов выпускаемой продукции [19].

Таким образом, интерес к взаимодействию между компаниями в среде корпоративного сотрудничества с целью увеличения объемов выпускаемой продукции требует дополнительно изучить квинтэссенцию интеграции.

В современной литературе представлено значительное количество научных работ, которые дают достаточно неоднозначную трактовку терминов «интеграция», «интеграционный процесс», «интеграционные звенья».

Буквальное содержание термина «интеграция» было введено в 1860-е годы англичанином Г. Спенсером [19].

В словарях термин «интеграция» определяется как объединение ранее изолированных частей, элементов и компонентов в единое целое, что приводит к усложнению и усилению связей и отношений между ними [21].

Интеграция в легкой промышленности означает объединение бизнес-единиц в отрасли, углубление их взаимодействия, развитие отношений между ними.

По словам И.О. Сорокина, целью интеграционного объединения как такового является углубление взаимодействия между участниками с целью укрепления их связей. Под «интеграционными процессами» автор понимает процессы объединения активов через темы рыночных отношений как часть единого процесса с учреждением новой компании или без него. Интеграционные связи, в свою очередь, предназначены для создания прочных отношений сотрудничества между компаниями и, таким образом, создания интеграционных структур, основанных на добровольной передаче части своих прав одному из участников - центральной (главной) компании и подчинении общим интересам интегрированной структуры в целом [191].

Принципы интеграции участников рынка - это самые общие, фундаментальные правила и рекомендации, которыми они должны руководствоваться при осуществлении совместной деятельности. По словам Сорокиной И.О., они организуются в форме следующих компаний:

- холдинговые компании, образованные путем вхождения в уставный капитал государственных пакетов;
- холдинговые структуры, основанные на частном и смешанном (с государственным участием) капитале и существующие в виде многоуровневых цепочек материнских компаний. Их неоспоримое преимущество заключается в чрезвычайной сложности и непрозрачности организации финансовых потоков [191].

Проанализировав труды ученых по исследованию интеграции, можно выделить три ее основных типа - «горизонтальная интеграция», «вертикальная интеграция», «диверсификация».

Эту классификацию следует рассмотреть более подробно.

Так, говоря о вертикальной интеграции подразумевается производственно-организационное объединение либо сотрудничество,

федерацию или взаимодействие субъектов, которые характеризуются совместным участием в производстве, реализации продукта. Это могут быть поставщики, производители, комплектовщики, продавцы, потребители, которые в вертикальной интеграции проходят цепочку от поставки сырья для производства до конечного потребления продукта.

Горизонтальной интеграцией является объединение компаний, которые устанавливают между собой тесное взаимодействие «по горизонтали» с учетом совместной деятельности компаний, производящих однородную продукцию и использующих аналогичные технологии.

Диверсификация подразумевает расширение товарного ассортимента и переориентацию рынков сбыта, разработку новых видов продукции с целью повышения эффективности производства, достижения экономических преимуществ и предотвращения банкротства. Естественно, она зависит от целевого инвестирования капитала в ряд функционально несвязанных отраслей и отраслей.

При построении интеграционной цепочки, основанной на взаимном усилении производства, возникает альтернатива более успешному управлению производством, маркетингом, продажами и другими потенциалами. Уменьшая дублирование работы на производстве, предприятия легкой промышленности получают дополнительное конкурентное преимущество.

Интеграция позволяет компаниям занимать определенные позиции на рынке, решая следующие задачи:

- корпоративное управление, организация технологического процесса, оптимизация затрат, продвижение и сопровождение товаров с целью достижения максимальной экономии и повышения рентабельности производства;
- объединение ресурсов - интеллектуальных, технологических, финансовых, маркетинговых - для создания синергетического эффекта и диверсификации деятельности;

- минимизация коммерческих рисков за счет гарантированного доступа к целевым рынкам.

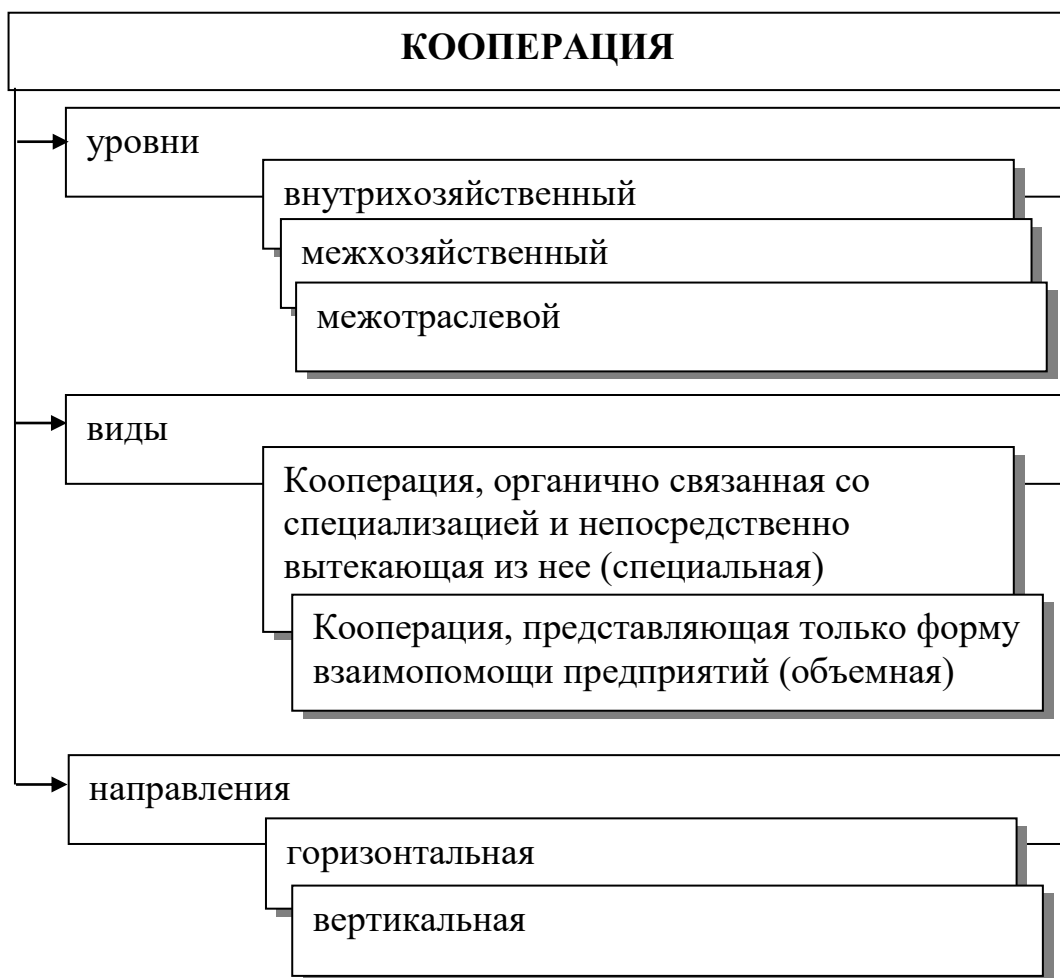


Рисунок 1.3 – Разновидности кооперации по уровням, видам и направлениям

На основе проведенного исследования понятийного аппарата кооперационных и интеграционных отношений в сфере промышленности, можно сформулировать следующие выводы относительно понятий интеграции, а также кооперации, которые представляют собой объективные экономические категории, основанные на экономических законах и закономерностях, которые выступают целью, задачами и результатами деятельности в сфере промышленности, в том числе и легкой промышленности.

## 1.2 Исторический опыт и современные подходы межотраслевой и отраслевой кооперации

Возникновение кооперации началось издавна, а ее эволюция была сложной и многоступенчатой (рис. 1.4).

Древнейшими формами кооперации являлись:

- помочи (толока), т. е. это такой вид сотрудничества, когда для совместной работы приглашались родственники, односельчане (например, для строительства дома, уборки урожая, заготовки сена и других работ) [249];

- сырьевые артели (это такой вид сотрудничества, при котором организовывались в сыроварении работы для переработки больших объемов сырья) [248];

- супруга (это такой вид, при котором происходило объединение бедными крестьянами рабочего скота, орудий труда, рабочей силы для обработки земли) [249].

Первые кооперативы возникли в ряде европейских стран и США во второй половине XVIII – первой половине XIX в. в период разложения феодального строя, становления и бурного развития капиталистического строя.

Предпосылками для возникновения кооперативов явились:

- изменения социального состава общества, в связи с разорением крестьян и ремесленников. Это обусловило переход значительного их количества в категорию наемных работников.

- изменения в экономическом сегменте, так как с быстрым развитием капитализма рыночные отношения стали превращаться в господствующую форму. В условиях рыночных отношений возникла необходимость удовлетворять потребности посредством товарно-денежных отношений, путем купли-продажи.

- изменения в политико-правовом сегменте, так как стремительный рост акционерных компаний, недопущения недовольства наемных работников выхвали необходимость законодательного оформления в ряде европейских

стран и США гражданских прав и свобод: права на создание общественных организаций, свободы слова, собраний, избирательного права, издание законов, регулировавших их деятельность акционерных обществ (кооперативов)

- финансовые изменения заключались в формировании сети национальных банков и распространении их филиалов. Граждане и организации могли недорого пользоваться кредитами.

- идеологические предпосылки.

Говоря о идеологических основах развития кооперации, которые позволили сформировать сущность, роль и значение кооперативов, их механизм действия, объективные законы и субъектные составляющие, а также дать старт дальнейшей интеграции и развитию кооперации, важно учитывать такие идеологические теории: в Англии - Ванситарта Нила, Роберта Оуэна [66], во Франции – Луи Блан Шарля, Фурье, Шарля Жида [65], в Германии - Фридриха Райффайзена, Германа Шульце-Делитче [45], в России - Н. Чернышевского [237], М. Туган-Барановского [199] и прочих.

В этот период формируются разные научные подходы к развитию кооперации, седи которых:

- Коллективистский подход.

Сторонники данного подхода считали, что наилучшей формой кооператива является коллективное хозяйство, в котором существует совместная собственность и находятся все условия и средства производства.

- Прагматичный подход.

Сторонники данного подхода, а именно американских ученые, среди которых был Аарон Шапиро [224], считали, что кооперативы должны стать аналогами крупных корпораций, что позволит им конкурировать с крупными частными фирмами на продовольственном рынке.

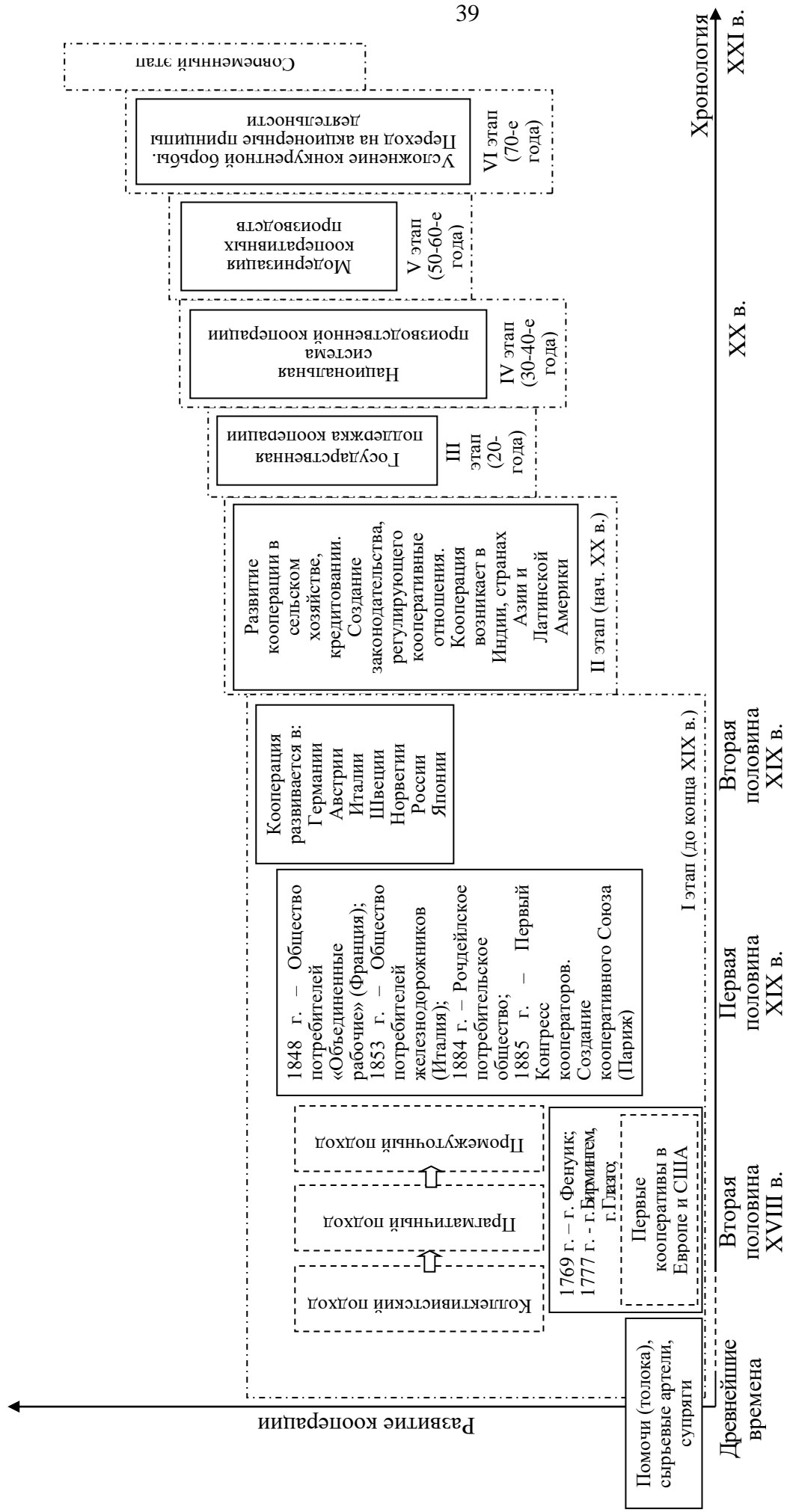


Рисунок 1.4 – Эволюция кооперации за рубежом

- Промежуточный подход.

Его представители, в частности, марксистско-ленинская теория и русский экономист А. В. Чаянов считали, что кооперация должна способствовать сохранению трудового крестьянского хозяйства в условиях рыночной конкуренции, что не допустит разорения крестьян, их поглощения крупными частными корпорациями [223].

Эти подходы отражали противоположные тенденции командной экономики и цивилизованного рынка.

Таким образом, формирование кооперативного движения непосредственно связано с развитием промышленности и становлением определенного общественного уклада, политического строя, а также с социально-экономическими особенностями развития государства в определенный исторический момент. При этом видовое различие кооперативов также зависит от идеологических и экономических предпосылок во взаимосвязи.

Считается, что первые кооперативы потребительского назначения возникли в Великобритании в 1769 г. [251]. Изначально ткачами населенного пункта Фенуик в Шотландии было создано потребительское общество для объединения совместных усилий по реализации [224].

Активность кооперативного движения также исторически наблюдалась с 1777 г. в Бирмингеме, где пятисот потребительских обществ пытались выдержать конкуренцию с частными торговцами [206].

Во Франции, Англии, Италии, Германии также усиливалось кооперативное движения, которое стало следствием борьбы трудящихся за права экономической и политической плоскости.

В 1848 г. лионские рабочие-ткачи во Франции организовали общество потребителей «Объединенные рабочие» [175].

В 1853 в Италии г. Турине первое общество потребителей в организовали железнодорожники [165].



Известны в истории также случаи пробы нормативного сопровождения процесса создания кооперативов, так в 1884 г. в графстве Ланкашир впервые был зарегистрирован ткачами устав «справедливых пионеров» Рочдейлского потребительского общества, оформленный в виде манифеста [121].

Автором манифеста стал Ч. Говартсон, который основную цель деятельности потребительского общества обобщил такой фразой: «получение денежной выгоды и улучшение хозяйственного и социального положения своих членов» [121].

Интересен тот факт, что первое торговое потребительское общество было открыто в бедном районе, при этом использовался тип лавочной торговли. В лавке предлагались потребителям наиболее востребованные продукты питания: мука, масло, сахар и овсяная крупа. Произошло открытие первого потребительского кооператива в г. Рочдейл, сами кооператоры, а их было 28, личным трудом оборудовали лавку. Конечно же, жители г. Рочдейл, не верили в успех данного мероприятия. Однако, потребительское общество не только дало успешный старт и стало популярным у местных жителей, но и активно развивалось, продолжали открываться новые магазины, появилась первая организация оптовой торговли, далее появилась промышленная составляющая - мельница, прядильная и ткацкая фабрики. Как следствие, стала формироваться социальная инфраструктура для обеспечения комфортных условий проживания самих кооператоров в виде кампании по строительству жилья, страхованию жизни и имущества. Возникают и образовательные проекты. Понимая важность просветительской деятельности, 2 % прибыли кооператоры стали направлять именно на эти цели. Потребительское общество открыло библиотеку, где помимо стабильных печатных изданий, появилось более двухсот периодических журналов. В дальнейшем появилось даже собственное издательское дело пропагандистской направленности в виде брошюр, альманахов, информационных листов, что позволило вести социально активную работу среди населения. Переходить к общественным собраниям,

слушаниям, упорядочению культурной и социальной жизни города, формированию общественного актива.

Рочдейлское потребительское общество можно считать примером успешных практик потребительской кооперации [121].

Его деятельность, исторические вехи развития, стали изучаться в других странах с целью формирования рекомендаций по внедрению систему экономического развития на условиях как социализма, так и капитализма. Среди наиболее используемых постулатов в развитии потребительского общества, используемого исследователями можно выделить такие:

- формирование стартового капитала успешно тогда, когда в этом процессе участвует каждый член путем внесения паевого взноса;
- стоимость реализуемой продукции потребительского общества должна соответствовать средним рыночным ценам;
- процесс закупки и реализации важно осуществлять за счет собственных оборотных средств, заемные использовать не целесообразно;
- распределение полученной прибыли между членами общества должно быть пропорционально сумме приобретенных в его магазине товаров;
- паевой капитал каждого члена должен быть оплачен дивидендами;
- необходимо долю прибыли направлять на повышение культурного уровня общества;
- основой управления обществом является принцип демократии;
- качество, вежливость, честность – основные принципы торгового обслуживания магазине потребительского общества [121].

Заложенные Рочдейлским потребительским обществом принципы стали хорошим примером для развития потребительской кооперации во всей Англии.

Сформулированные принципы, а также подходы к формированию системы обслуживания и построения соответствующей торговой инфраструктуры стали теоретической и практической основой распространения потребительской кооперации в разных странах мира.

Известно, что первый конгресс, на котором создали Кооперативный союз был создан в 1885 г. в Париже [72].

В Германии потребительская кооперация получает развитие в середине XIX в. Именно старт потребительской кооперации позволил в дальнейшем развивать такие виды как кредитную, снабженческо-сбытовую. Кооперативное движение подхватили такие страны как Италия, Австрия, Швеция, Россия, Норвегия, Япония [32].

В середине XIX в. в странах Западной Европы начинает развиваться сельскохозяйственная кооперация [57], в России преимущественно развивалась в этот период снабженческая и сбытовая кооперация [31].

В XX веке кооперативное движение перебрасывается и на менее развитые страны, такие как Индия, другие страны Азии и Латинской Америки [98].

Изучение теоретических основ и исторических аспектов развития кооперации в Западных странах позволили выделить такие основные этапы:

I - момент зарождения кооперативов - XIX в.: стартовый этап на котором не только появились первые кооперативы, но и сформировались практические руководства к их созданию, поддержке развития, формированию нормативной основы сопровождения их деятельности;

II - XIX в. - 20-е гг. XX в.: развитие кооперации в отраслях не только торговли, но и в сельском хозяйстве, перерабатывающей промышленности, банковской сфере, страховании, выход кооперативов на международный уровень, создание международных организаций в виде альянсов, формирование законодательной основы деятельности кооперативов;

III - 20–30-е гг. XX в.: развитие кооперации проходило в условиях мирового экономического кризиса 1929–1933 гг. и характеризовалось активной государственной поддержкой;

IV - 30-е гг. XX в.: в ряде стран создается система производственной кооперации по принципу руководства из единого центра, возникновение государственной поддержки развития кооперативного движения;

V - 50-е - 70-е гг. XX в.: модернизация и концентрация деятельности потребительской кооперации в сельском хозяйстве и пищевой промышленности, слияние мелких кооперативов, создание объединений, развитие межотраслевой кооперации вокруг сельскохозяйственных кооперативов;

VI - с середины 70-х гг. XX в.: развитие конкурентной борьбы кооператоров, акционирование их капитала, старт инвестиционным процессам и инновационной деятельности, межотраслевой перелив капитала [100].

Считается, что развитие кооперации в России зависело от деятельности декабристов, именно идея перехода к республиканской власти в России (рис. 1.5), базировалась на изучении ими основ деятельности потребительских обществ в мировой практике.

Несмотря на поражение восстания декабристов в 1825 году, которое привело к их направлению в Сибирь, в Читинский острог, декабристы поддерживали общее стремление к объединению даже в условиях ссылки. Так, с целью повышения качества общественного питания, ими были создано добровольное объединение «Общий котел», они стали выращивать в общих целях картофель, морковь и прочие овощи. После перевода декабристов в 1830 г. в поселок Петровский завод была введена многоотраслевая совместная деятельность по принципу кооператива, которая стала называться артелью.

Развитие потребительской артели в дальнейшем привело к возникновению Большой артели, дальше было отмечено создание ссудо-сберегательного кооператива, который декабриста стали называть Малой артелью [116].

Большая артель стала межотраслевой, поскольку вела деятельность как общественном питании и розничной торговли, сельском хозяйстве, перерабатывающей промышленности, закупочно-сбытовой деятельности, легкой промышленности в сфере изготовления одежды, обуви.

Социализация декабристов в поселении в каторге произошла с момента открытия ими аптеки, бани, библиотеки и даже начальной школы для детей.

Кстати, принципы и формы работы Большой артели не были потеряны декабристами и после окончания срока их ссылки. Накопленный опыт позволил и после освобождения вести ими просветительскую деятельность в других городах России в части кооперативного движения, причем до уровня практического внедрения опыта и сопровождения деятельности артелей [137].

Общим собранием декабристов в 1831 г. был утверждён устав Большой артели, который стал нормативной правовой основой развития потребительской кооперации в России на многие годы.

Наиболее важными позициями устава стали следующие:

1. Основной целью деятельности потребительской артели является удовлетворение личных потребностей ее участников. Для достижения основной цели формируется годовая общественная сумма, которая состоит из денежных взносов самих членов артели и сформированных организацией совместных паев или фондов.

2. Основным принципом деятельности потребительской артели является самоуправление. Для управления обществом формируется исполнительный орган в виде хозяйственной комиссии, которая формируется на избирательных принципах. Также общество на выборной основе определяет должности председателя артели, закупщика, бухгалтера, огородника.

3. Основной формой выборной деятельности в артели является тайное голосование на основе права одного голоса. Демократический принцип в данном случае формируется в полной мере, поскольку высказываются мнения идет тайно, безлично, что позволяет установить реальную точку зрения и честь каждый голос [165].

Таким образом, заложенные в уставе Большой артели основные цели, принципы и формы правления создали теоретические и практические основы для развития в России потребительской кооперации.

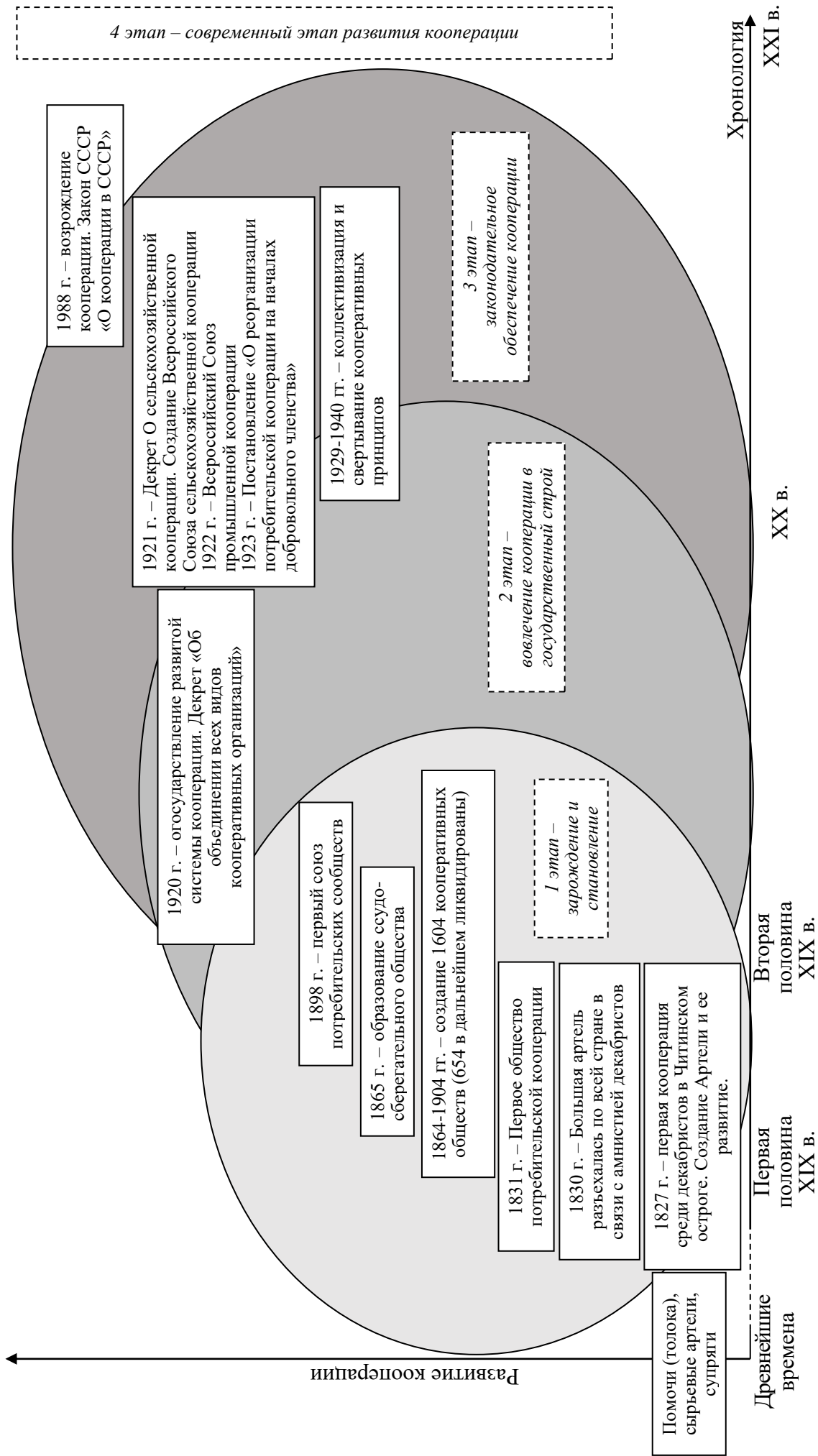


Рисунок 1.5 – Эволюционное развитие кооперации в России (авторский подход в выделении этапов развития кооперации в России)

Возникновение первых кооперативных организаций в России относится к 60-м годам XIX в., то есть к тому же времени, когда они стали распространяться в передовых странах Европы. Более того, Россия даже опережала в этом отношении многие из них.

В России зачинателями кооперативного движения были братья Лучинины, создавшие ссудо-сберегательное товарищество в 1865 г. в Ветлужском уезде Костромской губернии.

На этапе становления с 1864 года в течение сорока лет России было создано 1604 потребительских обществ, причем 40 % из них впоследствии закрылись [103].

Наиболее активным кооперативное движение в России стало в 90-х гг., однако принципы развития были более индивидуалистическими нежели коллективными. Объединения происходило по необходимости поддержки друг друга сырьем, материалами, но принцип личной заинтересованности превалировал над потребностью в формировании общих фондов и контроля за распределением прибыли.

Сама потребительская кооперация развивалась ускоренными темпами с 1904 г., так к 1870 году – общее число кооперативов составляло 76, а на начало 1905 г. уже было 950 кооперативов. С 1905 года за восемь лет в России было создано 9752 кооператива, 6 % из их закрылись. На девятом году число кооперативов возросло на 3 %, а через год их стало уже 12009 [103].

Во время Столыпинской реформы отмечается количественное развитие кооперации в России, но и качество их работы повышается в условиях усиления конкурентной борьбы среди владельцев частного капитала. Налоговое законодательство требовало пересмотра структуры расходов товаропроизводителями, введенные ограничения привели к формированию фондов накопительного и рискованного характера, также введены были изменения в систему распределения прибыли.

В 1898 г. отмечено создание Московского союза потребительских обществ, который объединял в себе более 10 потребительских сообществ из более чем 7 городов разных регионов.

Московский союз потребительских обществ можно считать вариантом торгово-промышленной палаты, который стал основным объединением интересов членов движения потребительской кооперации в хозяйственной и организационной части [210].

Именно Московский союз потребительских обществ в 1912 г. учредил Московский Народный банк, который выдавал кредиты членам кооперативного движения. Появился журнал «Союз потребителей», который проводил не только просветительскую деятельность, но и публиковал успешные решения проблем для кооператоров. [212].

Если говорить о территориальной концентрации кооперативного движения, то наибольшее число потребительских кооперативов отмечалось в Вологодской, Владимирской, Вятской, Киевской, Московской, Петербургской, Подольской, Полтавской губерниях [225].

Руководство и государственная поддержка развития кооперации осуществлялась по принципу централизации. Так, был создан Всероссийский совет рабочей кооперации, в дальнейшем учрежден Московский Народный банк, который курировал вопросы распределения кредитов.

Также сами кооператоры объединялись в центральные товарищества, появились общества льноводов, огородников, коноплеводов, пловодов.

Для поддержки сельскохозяйственных производителей возникают центральные товарищества, которые осуществляли кураторство в отношении поставки сельскохозяйственных машин, химических удобрений, поставку техники для переработки продукции и хранения.

Объединение происходило не только в сфере профессиональных интересов, но и в сфере организации культурной жизни и социальных потребностей членов потребительских кооперативов. Принцип запрос-удовлетворение особо ярко проявлялся в процессе формирования



государственного заказа на определённые виды техники и оборудования для дальнейшей передачи их самими кооперативам [238].

Активная деятельность потребительских обществ освещалась массовой прессой. Появились газеты «Кооперативная жизнь», «Известия совета», «Вестник кооперативных съездов».

Учрежденный кооперативный институт сосредоточил с себе образовательную, издательскую, просветительскую и научную функции [238]. Важно отметить меценатскую деятельность как центрального союза, так и потребительских обществ на местах. Благодаря им, в России появились ряд культурных ценностей, которые были возвращены из различных стран, созданы новые шедевры мирового искусства.

Развитие сети потребительских кооперативов осуществлялась и на международном уровне, так представительства и торговые агентства открывались в Лондоне, Шанхае, Нью-Йорке.

Таким образом, кооперация как форма организации экономики для России стала наиболее приспособленной как к национальным устоям и традициям, так и к возникающим социальным и культурным потребностям светского общества.

Количество кооперативов в России к 1914 г. составило 32975 ед. из них:

- кредитных кооперативов - 13839 ед.,
- потребительских кооперативов - 10000 ед.,
- сельскохозяйственных - 8576 ед.,
- ремонтных - 500 ед.
- прочих – 60 ед.

С 1916 г. по 1918 г. количество кооперативов возросло с 47 тысяч единиц до 53 тысяч. Количество членов кооперативного движения насчиталось в этот период около 10,5 млн. человек.

Важно, что деятельность потребительских кооперативов и профессиональных союзов поддерживалась развитием научной составляющей, так в Варнавинском уезде создавались опытные поля, которые подвергались воздействию различных минеральных удобрений, осуществлялись замеры урожайности и отбирались лучшие сорта [73].

Их последователями стало Токаревское общество, которые также на научной основе проводили выведение новых сортов пшеницы, прочих злаковых, вели работу над улучшением качества почв, проводили попытки ирригации, внедрения передовых подходов мелиорации, усовершенствовало складское хранение готовой продукции. В России их считают родоначальниками складской торговли оптом сельскохозяйственной продукцией [81].

Интерес вызывает достижения Дьяконовского общества Юрьевского уезда, которое: «устроило льно-обдельную станцию с нефтяным двигателем поставлена 10-вальная и 3-вальная мялка завода Хрущева. Трепальная камера на 10 станков... вентилятор Блекмана. Приход денег в общество за 1911 г. 3053 руб. 76 коп., расход 3020 руб. 80 коп., имущество 4789 руб. 31 коп.» [73].

Несмотря на позднее становление и использование опыта западных стран в развитии потребительской кооперации, в России именно потребительская кооперация признана самой сильной и наиболее успешной в плане развития социально-экономической политики государства.

Созданный в Сибири Союз сибирских маслодельных артелей стал мировым лидером по производству масла, его деятельность в международной торговой сети признана наиболее успешной практикой, а экспортные операции по объему превышали объемы среднегодовой добычи золота; учрежденные в Петербурге, Вологде, Курске и Харькове машинные товарищества - представили в дальнейшем научный интерес в кредитовании развития такого вида деятельности как производство сельскохозяйственной техники и оборудования [181,227].

Широкое развитие получила кооперация в молочной отрасли, а также в изготовлении сливочного масла. Кооперативы в этой отрасли считались высокодоходными, а рентабельность продукции высокой по сравнению с деятельностью кооперативов в других отраслях и видах деятельности.

Начиная с 1917 года наблюдается переход кооперативного движения под государственное регулирование. Со временем кооперативы приватизированы государством, а власть стала основным распорядителем их имущества [237]. Процесс коллективизации, жесткое давление в формировании совхозов и колхозов на ранних стадиях их становления имели более политический, чем экономический смысл.

Декрет «Об объединении всех видов кооперативных организаций» (от 27.01.1920 г.) привел к тому, что разрозненные кооперативы должны были объединяться в единый потребительский кооператив, иначе их хозяйственная деятельность становилась под угрозу закрытия [24].

Новая экономическая политика, объявленная в молодом советском государстве, вновь обратила внимание на важность и экономическую выгоду кооперативного движения.

Потребность людей в объединении также могла быть реализованной за счет кооперации. Наблюдается возврат к демократическим принципам кооперации. Членство в них становится добровольным, появляются вступительные взносы ее членов, списочный состав участников и право голоса в управлении, право дальнейшего объединения на межотраслевом уровне и интегративные процессы в их работе.

Потребительская кооперация в 1921 г. становится обособленной от сельскохозяйственной, кредитной и промышленной.

Изданный Декрет ВЦИК и СНК РСФСР от 16.08.1921 г. «О сельскохозяйственной кооперации» стал новым этапом развития кооперации. За это время создается исторически уже известное в плане целей и задач своей деятельности Всероссийский союз сельскохозяйственной кооперации [31].

Всероссийский союз промысловой кооперации появляется в 1922 г., в этот же период организуется банк потребительской кооперации. Процесс осуществлялся настолько стремительно, что к декабрю 1923 г. возникла потребность в принятии нового нормативного документа в виде постановления ЦИК и СНК СССР «О реорганизации потребительской кооперации на началах добровольного членства», банк потребительской кооперации уже переорганизовали в всероссийский кооперативный банк (Всекобанк).

В новом советском государстве был разработан и реализовывался кооперативный план перевода крестьянских мелких хозяйств в кооперативные крупные объединения на добровольных началах. Кооперация стала необходимой формой не только для объединения разрозненных товаропроизводителей, но и формирования планов их государственной поддержки, обоснования и выдачи государственного заказа, выявления потребности в кредите и непосредственного процесса кредитования [41].

Принимаемые на государственном уровне программы поддержки привели к таким численным показателям в развитии кооперации: в 1926 г. более 52 % товарооборота приходилось на кооперативы, развитием потребительской кооперации было охвачено 38% домохозяйств и частного сектора, более 11 % оборота принадлежало кооператорам в отрасли сельского хозяйства, более 2,5 % занимали кооператоры в промышленности.

Потребительская кооперация к концу реализации новой экономической политики обеспечивала практически 70 % товарооборота в СССР [81].

Начиная с 1929 по 1940 г. характеризуется как коллективизация и свертывание кооперативных принципов. Массовая коллективизация стала осуществляться с 1929 г. с нарушением принципов кооперации, таких как добровольность объединения, право члена кооператива на свой паевой взнос, осуществление деятельности на основе самоуправления.

В 30-е гг. XX в. в стране были ликвидированы многие формы кооперации. Все товарищеские общества и коммуны преобразованы в колхозы. В эти годы новые колхозы создавались насильственными методами.

В постановлениях ЦК ВКП(б) требовалось завершить «сплошную коллективизацию» к 1932–1933 гг.

Данный процесс заключался в том, что колхозы и артели переводили свою собственность в новую совместную и неделимую, при которой труд, земля, основные средства и средства производства становились коллективными с правом коллективного использования. Государственное планирование становится не просто формой организации экономики, а частью политического воздействия, с его введением кооперативы, артели не могли самостоятельно принимать ни хозяйственные, ни управленческие решения.

К началу Великой Отечественной войны коллективизация, развитие производительных сил привели к преобразованию мелкого крестьянского хозяйства в крупное социалистическое.

Процессом возрождения кооперации в советском союзе считается принятие в 1988 г. закона «О кооперации в СССР». В нем были заложены основы преобразования собственности и разгосударствления экономики, развития рыночных отношений и частного бизнеса [73].

На 01.01.1988 г. в СССР действовало более 13 тыс. кооперативов, к 01.01.1990 г. их численность увеличилась до 193 тыс. единиц.

Численность участников кооперативного движения возросла со 156 тыс. человек до 4,9 млн., которые работали на договорной основе [75].

Начало 90-х годов ознаменовалось не только увеличением кооперативных организаций, но и возвратом к объединению кооператоров по принципу единства хозяйственных интересов, возникли Центросоюз, Роспотребсоюз. Ориентация на использование местных, принадлежащих к конкретной экономической территории, ресурсов, позволила говорить о региональном социально-экономическом развитии, поддержке развития сельскохозяйственных территорий.

Развитие потребительской кооперации позволило поставить и решать такие задачи:

- развитие торговой сети в сельскохозяйственных районах, налаживание сбытовой сети в этих районах через деятельность различных потребительских союзов и централизацию их работы;

- путем закупки у населения, колхозов, совхозов сельскохозяйственного сырья для переработки, урожая и продуктов животноводства решалась проблема налаживания закупочной сети;

- ориентация пищевой промышленности на местное сырье, а производства непродовольственных товаров на местные ресурсы, позволяли стимулировать рост показателей социально-экономического развития определенных территорий, на которых концентрировались кооперативы [82].

Практически 40 % населения государства в 1990 году в РСФСР обслуживались благодаря деятельности кооперативов, а рабочие места в кооперации получили около 30 миллионов сельских жителей.

Четвертая часть розничного товарооборота, более 50 % заготовок картофеля, 30 % закупок овощей, 30 % производства хлеба формировались благодаря деятельности кооперативов.

Проведенные в конце 1990-х реформы негативно отразились на развитии кооперации России, так, объем работ в агропромышленном комплексе существенно снизился, в сельском хозяйстве снижение объемов производства произошло на уровне 60 %, в потребительской кооперации производство снизилось практически на 90%.

Небольшой рост объемов кооперации наблюдался в 1998 году на фоне девальвации национальной валюты[182], однако темпы не были стабильными и развитие в этот период можно считать цикличным, подверженным влиянию множества негативных факторов внешней и внутренней среды.

В современных условиях темпы роста потребительской кооперации сглажены по сравнению с темпами роста национальной экономики.

Так, в 2019 году товарооборот сельскохозяйственной кооперации увеличился на 6,7%, увеличилось количество кооперативов.

Кооперация вновь становится неотъемлемой частью современной экономической системы, а исторически снова наблюдается «кооперативный прорыв», который поддерживается не только формированием предпринимательского духа у населения и просветительской деятельности по положительному отношению к частному бизнесу, но и ростом качественных показателей развития инфраструктурной поддержки кооперативного движения в финансовом, налоговом, государственном организационном секторах.

Благодаря реализации государственной программы «Развитие сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008–2012 годы» возникло 6708 новых потребительских кооперативов в сельском хозяйстве.

К новым видам кооперации, которые возникли под влиянием существующей экономической ситуации, можно отнести аутсорсинг, консорциумы, субконтрактинг, франчайзинг и прочие [190].

Данные формы совместной предпринимательской деятельности позволяют снижать затраты производства и издержки, повышать конкурентоспособность.

Таким образом, исследование исторического становления потребительской кооперации стало важным предусловием для обобщения этапов межотраслевой кооперации и интеграции. Важные вехи выделены по принципу общности экономических показателей развития в такие периоды: 1862 г. - 1917 г.; период НЭПа; 1980 г.- начало 90-х гг.; конец 90-х гг. – 2000 г.; 2021 г. и по настоящее время.

Среди крупнейших и наиболее успешных кооперативов России в 2013 году были отмечены КПК «Резерв» Алтайского края, кооператив «Доверие» Хабаровского края, кооператив «Ренда ЗСК» Ханты-Мансийского Автономного округа, кооператив «Семейный капитал» Санкт-Петербурга [191].

К концу 2017 года в России наблюдается позитивная динамика роста числа сельхозкооперативов, зарегистрировано более 6 тыс. сельскохозяйственных потребительских кооперативов.

По информационным данным агентства России ТАСС в 2019 году число кооперационных объединений (сельскохозяйственных кооперативов) в России выросло на 30,3% в сравнении с 2018 годом и составило 7306 ед. Это дополнительные рабочие места - около 20 тысяч» [239].

Принятый в Российской Федерации Закон «О потребительской кооперации», определил правовые, экономические и социальные основы открытия и деятельности потребительских обществ и их союзов, сформировал основы государственной поддержки и инфраструктурного обеспечения поддержки потребительских обществ и союзов, государственно-частного партнерства и социальной активности кооператоров, социальной корпоративной ответственности.

Основные позиции нормативного обеспечения деятельности кооперативных объединений сформулированы Гражданским Кодексом Российской Федерации, другими законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации [252].

Созданный для поддержки деятельности потребительских кооперативов Центросоюз Российской Федерации - это социально-ориентированная система экономического развития территорий, обеспечения занятости населения, установления стабильности в обществе и развития инфраструктуры регионов. В составе потребительских кооперативных сообществ на современном этапе выделяют добровольные объединения, которые объединяют примерно 2300 потребительских обществ из 71 региона России, 111 районных потребсоюзов, а также более 1,5 млн. пайщиков. Объем услуг, предоставляемых потребительскими обществами, охватывает практически 89 тысяч населенных пунктов по всей России [181]. Центросоюз оказывает поддержку кооперации в сферах производства, торговли, образования и науки, здравоохранения,



взаимодействия с государственными структурами и органами власти, а также является участником целого ряда социально значимых проектов в России и за рубежом. Кроме того, Центросоюз занимается законотворческой деятельностью, направленной на поддержку и развитие кооперативного движения.

Также, во всех регионах Российской Федерации организованы центры компетенций, которые разрабатывают и доводят до предпринимателей комплекс государственных мер поддержки для сельскохозяйственных кооперативов и фермеров-членов созданных сельскохозяйственных коопераций. В этой работе участвует Корпорация МСП, Минсельхоз РФ, Росагролизинг, Россельхозбанк и Сбербанк. Вместе с Минсельхозом начата работа по организации оптово-распределительных центров, учредителем в которых является сельхозкооператив [183].

Исторически доказано, что рост кооперативного движения в государстве сопряжён с интенсификацией развития рыночных отношений, а также формированием государственных механизмов их регулирования в плане обеспечения различных вариантов поддержки от уровня влияния на потребительское сознание, до уровня принятия конкретных нормативных правовых актов.

Кооперативное движение в России – это положительный опыт развития конкуренции, стимулирования роста экономики от уровня отдельных населенных пунктов до общегосударственного масштаба, поддержки и возрождения отдельных отраслей и видов деятельности, развития сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности, продовольственной безопасности населения своей страны.

Развитие кооперации в мировом плане стало также залогом возрождения экономики таких стран как США, Япония, Франция, Германия, Италия, Испания, Турция.

Доля малых фирм в Японии, которые привлекаются к работе на условиях субконтракта, достигла 65%, особенно это заметно в электронной

промышленности, где по субконтракту работает более 85 %. Данные цифры говорят о новом уровне межотраслевой кооперации и интеграции, которые применяют новые формы, но направлены на решение общегосударственных задач в экономической и социальной сфере.

В промышленной кооперации стран Европейского союза сегодня трудится 350 тыс. хозяйствующих субъектов, задействованы более 4 млн. чел., которым созданы рабочие места, более 15 % выпуска продукции выполняется по субконтрактам, а их оборот превысил 35 млрд. евро [189].

Изучение промышленной кооперации и исторических вех ее развития в зарубежных странах, позволили выделить американскую и японскую модели построения кооперативных отношений. Развитость рынка субконтракта, наличие и построение системы взаимодействия широкого круга заказчиков и исполнителей – это основные отличия американской модели построения кооперативных отношений.

В основном американская модель базируется на краткосрочных взаимоотношениях при выполнении разовых или точечных заказов [253], конкуренция более развита в сети исполнителей, что позволяет заказчику отобрать лучший вариант для исполнения своего заказа. По такому принципу развивались крупные автомобильные кампании, такие как Ford, Chrysler, General Motors, которые сами изготавливают лишь треть комплектующих, а остальные заказы передают мелким фирмам на основе субконтракторов [253].

Важно отметить, что развитие американской модели промышленной кооперации для представителей малого и среднего бизнеса обеспечивалась также формированием государственных заказов, в том числе и для оборонного сектора.

Развитие кооперации по принципу американской модели требует от государственных органов исполнительной власти поддержки прежде всего крупных производителей, а именно мелких производителей различных составляющих, поскольку их отбор рынком очень жесткий.

В основе японской модели лежит многоуровневая система субконтрактации, которая базируется на рангах субъектов хозяйствования по принципу территориального расположения производственных мощностей, степени развития уровня технологии. Принцип ее работы заключается в следующем, крупное предприятие передает по субконтрактам заказ нескольким исполнителям, которые могут его передать еще ниже по субконтракту. Наиболее успешные примеры такой модели кооперации известны в строительном бизнесе, автомобилестроении.

Например, опыт таких компаний как Nissan и Toyota говорит о том, то за год могут заключаться до 400 субконтрактов, для их привлечения передается изготовление четвертой части комплектующих. Критериями ранжирования субконтракторов служат качество, техническая совместимость изделий, надежность партнеров [253].

В основе использования японской модели развития кооперации лежит тесная связь производственно-технической интеграции крупных заказчиков и более мелких исполнителей.

При сравнении американской и японской моделей установлено, что для стимулирования развития промышленной кооперации, можно сделать вывод, что японская модель более приемлема для указанных целей, поскольку позволяет не только увеличить число кооператоров, но и может привести к интеграционным процессам на межотраслевом уровне, в том числе кластеризации определенных экономических систем.

В данном ракурсе целесообразно также учитывать опыт Испании, которая в 70-х годах отставала от ведущих индустриальных стран в части конкурентоспособности экономики.

Уже начиная с 80-х годов Испания стала на путь активной поддержки развития производственной кооперации, в том числе на условиях передачи субконтрактов.

Для стимулирования процесса кооперации интегрированы действия организационного и финансового характера торгово-промышленной палаты,

ассоциаций развития предприятия малого и среднего бизнеса, институций поддержки внешней торговли с преодоления экономического кризиса за счет максимальной загрузки национальных промышленных предприятий заказами от крупных транснациональных корпораций. Преимущество отдавалось автомобильной сфере, в части производства и крупноузловой сборки.

В городе Бильбао при содействии торгово-промышленной палаты создали центр промышленной кооперации и субподряда, далее к деятельности центра присоединился Международный выставочный центр, который в последствие стал одним из самых крупных в мире.

Торгово-промышленная палата создала рейтинг национальных предприятий, которые могли выступить в качестве субконтракторов, в данном рейтинге отображалась информация об ассортименте выпускаемой ими продукции, объемных показателях товарооборота и имиджевая составляющая. Такой подход позволил создать реестр будущих участников кооперации [253].

Развитие кооперации в Испании также связано с широкой их выставочной поддержкой. Организованные специализированные выставки в Чикаго, Париже, Ганновере, Копенгагене, Бирмингеме позволили показать имидж испанских товаропроизводителей и выйти на международный рынок.

Кроме того, в Бильбао была организована международная выставка «Субподряд и промышленная кооперация», которая стала третьим по величине мероприятием, проводимым в Европе, направленным на установление контактов с будущими заказчиками. В выставке с самого начала приняло участие 350 предприятий и организаций, а количество посетителей превысило 8 тысяч потенциальных заказчиков.

Такой стимул привел к тому, что в 90-х годах в Испании действовало уже 29 29 торгово-промышленных палат, которые стимулировали продвижение кооперативного движения, стали появляться биржи кооперации.

В итоге, позитивный имидж не только деятельности самих субконтракторов, но и государства в части создания инфраструктурной поддержки позволил создать прослойку из числа представителей малого и

среднего бизнеса, которые стали средним классом, способным привести экономику в стадию подъема, углубить процессы производственной кооперации и возродить крупную промышленность при минимальных вложениях собственного капитала, сформировать внутренний рынок кооперации и развивать его в дальнейшем [253].

В настоящее время основной акцент кооперации ориентирован на правовое сопровождение вопросов повышения эффективности хозяйственной деятельности потребкооперации и развития новых направлений деятельности.

При этом планируется исходить из целей обеспечения сохранения и развития системы потребительской кооперации в долгосрочной перспективе, защиты интересов организаций потребительской кооперации в рамках совершенствования законодательства на федеральном уровне, создания благоприятных условий для вовлечения организаций потребкооперации в решение государственных задач в сфере импортозамещения, обеспечения продовольственной безопасности. Будет проводиться работа по вовлечению организаций потребительской кооперации в реализацию проектов с государственным участием, в т.ч. в рамках госзаказа, обеспечение получения государственной поддержки в рамках социальных проектов, осуществляемых кооперативными организациями.

### **1.3 Маркетинговые активы и их роль в стратегии развития межотраслевой и отраслевой кооперации**

Конкурентное преимущество продукции – цель всех производственных предприятий, осуществляющих свою деятельность в жестких рыночных условиях. Большинство существующих компаний, которые имеют значительный технологический потенциал, а также могут производить качественную продукцию, неспособны результативно функционировать на рынке. Это может быть связано с минимальным вниманием к маркетинговой

политике, а также с нерациональным использованием маркетинговых активов субъекта хозяйствования.

Руководители различных предприятий промышленности, в том числе и легкой отрасли, ограничиваются подходом, названным специалистами сбытовым, когда маркетинг решает одну единственную проблему — как сбыть произведенную продукцию.

Появление маркетинга, как определенной системы хозяйствования, метода решения производственно-рыночных проблем - это ни что иное, как ответная реакция хозяйственной единицы на процессы, происходящие в мире - как усложнение процессов производства и реализации товаров, жесткой конкурентной борьбы, частых сдвигов в характере и структуре рыночного спроса, его конъюнктурных колебаний.

Маркетинг - явление сложное, многоплановое и динамичное. Этим объясняется невозможность в одном универсальном определении дать полное определение его сущности, принципам и функциям характеристику. Сегодня имеется около 2000 значений маркетинга, отражающих разнообразие вариантов решений задач и применяемого инструментария. А главной идее является множество трактовок понятия «успешных продаж».

Слово «marketing» образовано от английского «market»- рынок и в переводе означает «рыночный» [130].

По определению института маркетинга США: маркетинг - это функция управления, которая организует и направляет коммерческую деятельность, связанную с оценкой и превращением покупательской потребности в эффективный спрос на специфический товар или услуги с тем, чтобы достичь намеченных прибылей или других целей, намеченных фирмой [59].

Маркетинг рассматривается как тип управленческой активности или процесс, как теорию управления либо научную дисциплину [2].

Ресурсный подход к маркетингу - это попытка привести активы организации в соответствие с требованиями рынка, клиентов.

В процессе разработки эффективных маркетинговых стратегий любого предприятия особое внимания заслуживает вопрос о маркетинговых активах.

Термин "маркетинговые активы" впервые употребил в Британии Хью Дэвидсон в 1983 году. Он считал, что маркетинговые активы - это, по сути, свойства (обычно нематериальные), которые могут быть выгодно использованы на рынке [254].

Ресурсы, контролируемые компанией в результате проведенной работы, направленной на получение экономической выгоды называют активами (рис. 1.6).

Традиционно выделяют материальные и нематериальные активы.

К нематериальным активам можно отнести:

- технологические (патенты, авторские права, индивидуальные нововведения);
- стратегические (лицензии, особый вид монополии и иные привилегии в области конкуренции);
- репутационные (имидж продукции и субъекта хозяйствования);
- человеческие ресурсы (компетентность работников компании);
- компания и корпоративная культура (система моделей поведения, которая способствует благоприятной среде взаимоотношений сотрудников, клиентов и партнеров).

Маркетинговые активы занимают важное место среди нематериальных активов организации. Отметим, что не все специалисты склонны выделять их в качестве самостоятельных активов. Так, консультант с мировым именем, Джулиан Рош, исследуя проблемы оценки активов, выделяет лишь нематериальные активы. Таким образом, публикация книги П. Дойля «Маркетинг, ориентированный на стоимость» [52], повлекла за собой использование понятия «маркетинговые активы». На данный факт оказали влияние причины:

- понимание значительной роли маркетинга в классическом применении категории конкурентоспособности и в увеличении прибыльности, а также стоимости компании;

- увеличение значимости роста активов компании, которые являются объектом маркетинга (торговые марки или брэнды т. п.);

- необходимость использования не только концепции маркетинга, но и менеджмента, которые влекут за собой повышение качества управления предприятием с использованием основополагающих принципов маркетинга. Особенно явно данная тенденция проявляется в сфере услуг [52].

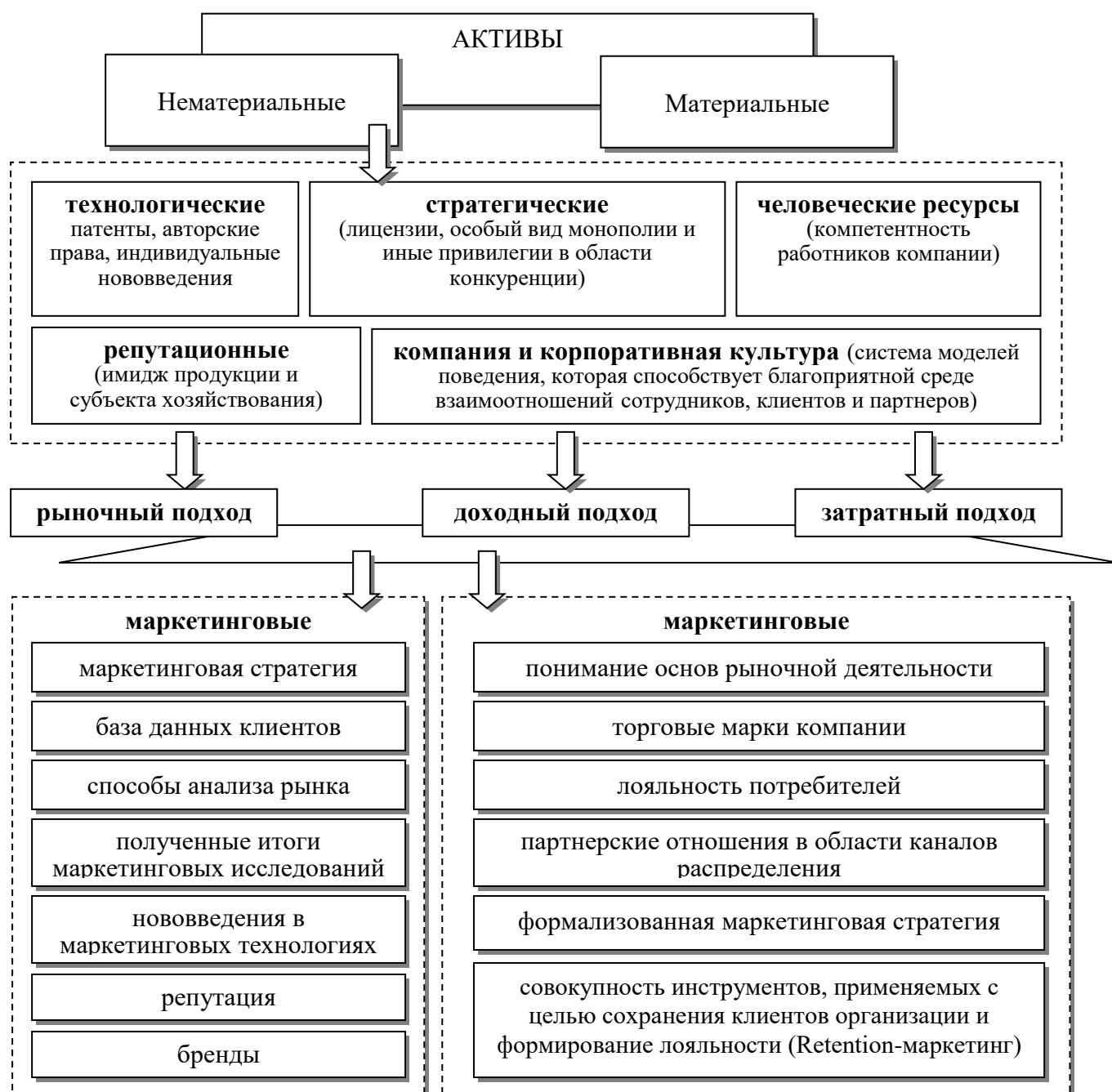


Рисунок 1.6 – Классификация активов с уточнением нематериальных (сформировано автором по источникам [2, 13, 37, 52, 82, 85, 112, 127,131, 156, 157,170, 215, 216, 254, 255, 256])



Фактически, целый ряд разнообразных свойств компании можно превратить в маркетинговые активы.

Выделяют следующие основные типы маркетинговых активов:

- маркетинговая стратегия;
- база данных клиентов;
- способы анализа рынка;
- полученные итоги маркетинговых исследований;
- нововведения в маркетинговых технологиях;
- репутация (наличие высокой репутации компании и квалифицированного персонала, долговременных связей с покупателями);
- бренды и др.

Профессор, Уорвикского университета Питер Дойль, описывает актуальную и практичную концепцию маркетинга. Он определил, как применяя маркетинговые стратегии можно осваивать новые рынки, создать основы для корпоративного роста, обеспечить устойчивые конкурентные преимущества, усовершенствовать имидж компании и повысить доходы нынешних, а также привлечь новых акционеров. Он отметил, что маркетинговые активы являются основой развития любой организации [52].

Согласно мнению П. Дойля существует четыре типа маркетинговых активов: «Маркетинговые преимущества базируются на соответствующих активах фирмы: ее знании рынка, ее торговых марках, лояльности ее потребителей и стратегических отношениях с партнерами по каналам распределения. Все это мы называем маркетинговыми источниками стоимости компании» [52].

Зарубежные ученые Р. Шривастава и Д. Дж. Райбстайн конкретизируют три основополагающих актива: бренды, потребители, отношения в каналах [170].

Учеными Т. Амблер, [13]. А.А. Браверман [18], Т. А. Гайдаенко [37]) разработаны различные классификации маркетинговых активов. Наиболее релевантной классификацией маркетинговых активов является классификация

А. А. Бравермана [256]. К наиболее значимым маркетинговым активам относятся: понимание основ рыночной деятельности, торговые марки и бренды, лояльность клиентов, партнерские отношения в области каналов распределения, маркетинговая стратегия.

Подводя итоги вышесказанного, структура маркетинговых активов выглядит следующим образом:

1. Понимание основ рыночной деятельности компании;
2. Бренды компании;
3. Лояльность потребителей;
4. Партнерские отношения в области каналов распределения;
5. Формализованная маркетинговая стратегия.
6. Совокупность инструментов, применяемых с целью сохранения клиентов организации и формирование лояльности (Retention-маркетинг).

Анализ активов выполняется с целью:

- совершения договорных обязательств;
- отражения стоимости активов, отображаемых в бухгалтерской отчетности;
- повышения эффективности управления активами, а также определение рентабельности инвестиций в них.

Анализ нематериальных активов проводится для осуществления реорганизации и ликвидации бизнеса или его части, объединения, продажи нематериального актива и т.п. [216].

В практической деятельности используются подходы анализа нематериальных активов:

- рыночный подход – осуществляется сравнительный анализ изучаемого объекта с такими же нематериальными активами или интересами в собственности на нематериальные активы и ценными бумагами, которые были проданы на открытом рынке. [257].

- доходный подход – определяет стоимость нематериального актива или интереса в нематериальном активе посредством расчета приведенной в данный

временной период стоимости ожидаемой прибыли. В вышеуказанном подходе капитализация дохода и анализ дисконтированного денежного потока (далее ДДП) являются самыми широко используемыми методами. [257].

Метод ДДП предусматривает, что расчет денежных поступлений производится отдельно для каждого из будущих периодов. Конвертация денежных поступлений осуществляется с помощью дисконтной ставки – с применением методов определения приведенной стоимости. Способ дисконтирования применяется для нематериальных активов с определенным конечным (лимитированным) экономическим периодом службы. Промежуток, охватываемый способами дисконтирования должен быть равен экономическому или юридическому сроку службы (который определяется как промежуток, во время которого актив или интерес в этом активе защищены с юридической стороны) оцениваемого актива, исходя из того, какой из них короче.

- затратный подход – определяется принципом замещения, указывающий на то, что актив не стоит больше, чем затраты на замещение всех его составных частей [257].

Использование и реализация данного подхода предусматривает расчет затрат отдельного шага формирования активов, в том числе учитывая прибыль застройщиков, с применением теорий, знаний, которые определены на текущий период оценки.

Стоит учесть тот факт, что при проведении анализа нематериальных активов применяется определенная специфика использования изучаемых подходов.

В зарубежных странах, а также в Российской Федерации набирает популярность применение нематериальных активов: оперативность и масштабы технологических изменений, популяризация информационных технологий, инвестиционная деятельность, стремление к признанию на внутреннем и мировом рынках, прогресс и интеграция международных финансовых рынков.

Процент нематериальных активов в имуществе субъектов хозяйствования постоянно растёт.

Предприятия могут использовать нематериальные активы для конкурентного преимущества. Оценка стоимости, в том числе отражение в учете является значимым инструментом, при использовании которого формируется притягательный образ предприятия, рассматриваемый с маркетинговой стороны, позволяющий увеличивать его рыночную стоимость.

Перечень нематериальных активов определяется международными стандартами финансовой отчетности МСФО (IAS) 38 «Нематериальные активы» («Intangible Assets»). [271].

Маркетинговые активы невозможно рационально использовать отдельно друг от друга. Разработка внутренних и внешних конкурентных преимуществ переделается, как результат применения некоторых из них. К снижению результативности маркетинговой деятельности организации ведет недостаток маркетингового актива. Анализ влияния маркетинговых активов на капитализацию и рыночную стоимость организации не возможно осуществить при отсутствии формализованной маркетинговой стратегии.

По мнению Браверманна [256], структура маркетинговых активов представляет собой:

- 1) понимание основ рыночной деятельности компании;
- 2) бренды компании;
- 3) лояльность потребителей;
- 4) партнерские отношения в области каналов распределения;
- 5) формализованная маркетинговая стратегия.

Таблица 1.1 - Структура маркетинговых активов Браверманна

Маркетинговые активы	Перечень маркетинговых активов
Понимание основ рыночной деятельности компании	Информационная база маркетинговой среды: по макроуровню; по потребителям; по конкурентам; по рынкам.
	Потребители в разрезе: по покупателям; БД по сегментам покупателей.
	Итоги маркетинговых обзоров: маркетинговые исследования сторонних фирм; анализ, проведенный компанией; регламент обновлений (информационная актуализация)
	Определение конкурентных преимуществ: аргументация конкурентных преимуществ
Бренды компании	Товарные знаки
	Торговые марки
	Бренды
	Сформированный портфель (спектр) торговых марок
Лояльность потребителя	Формализованная программа лояльности: Информационная база относительно тенденций потребительского поведения; Программа лояльности для постоянных клиентов.
Партнерские отношения в области каналов распределения	Формализованная структура, в том числе пропускная способность
	Формализованное движение потоков товарооборота и снабжения (объекты каналов распределения)

Окончание таблицы 1.1

Маркетинговые активы	Перечень маркетинговых активов
	Формализованное управление взаимоотношениями с поставщиками (субъекты каналов группирования)
Разработка и формализация маркетинговой стратегии	Разработанная формализованная динамическая маркетинговая стратегия
	Наличие разработанной оперативной маркетинговой стратегии
	Разработанное маркетинговое планирование, в том числе стандарты как ключевые особенности бизнес-планирования

Изучив структуру маркетинговых активов по Браверманну и их составляющие можно дать авторское определение понятию маркетинговых активов.

Маркетинговые активы - необходимый базовый инструмент управления, влияющий на развитие межотраслевой и отраслевой кооперации предприятий промышленности и повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции.

На рисунке 1.7 визуализированы маркетинговые активы на предприятиях отрасли легкой промышленности Донецкой Народной Республики.

## ЛЕГКАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

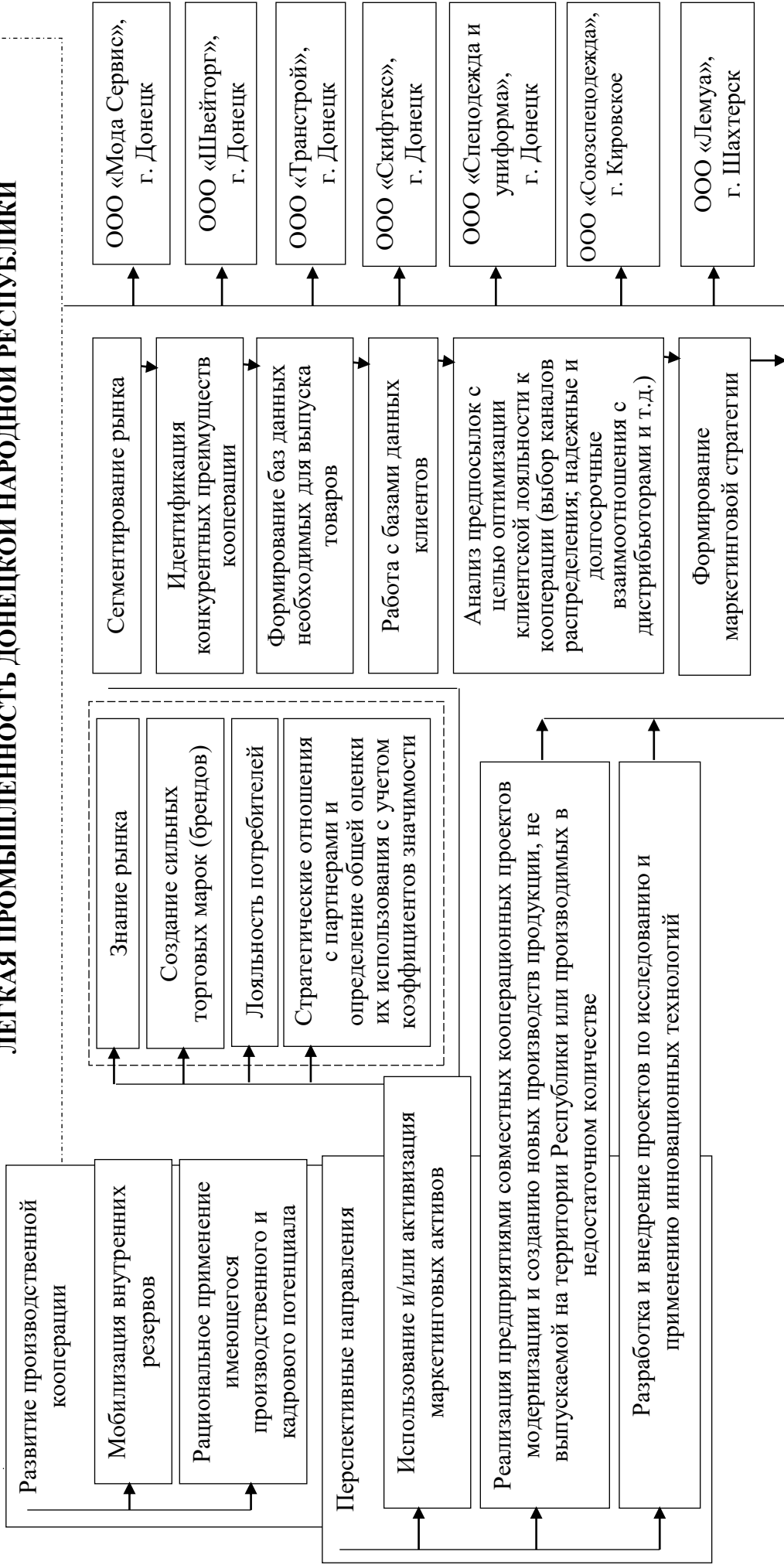


Рисунок 1.7 – Маркетинговые активы в легкой промышленности Донецкой Народной Республики

Идентификация маркетинговых активов – одна из важнейших задач для предприятий отрасли легкой промышленности, которые не берут во внимание маркетинговые активы в собственной деятельности. Рациональное применение существующих, а также разработка инновационных маркетинговых активов могут значительно повлиять на конкурентоспособность и увеличение прибыли предприятия.

### **Выводы по разделу 1**

Накопленный теоретический и практический опыт при изучении проблематики межотраслевой и отраслевой кооперации (сотрудничества) и интеграционных процессов позволяет говорить об кооперации как научной концепции, которая связана с проблематикой социально-экономического развития государства в условиях новых вызовов.

Исследованию кооперации как процесса посвящено значительное количество трудов, при этом изучение ее от стадии зарождения до массового использования ведущими государствами мира для выхода из кризиса, выявляет новые принципы, формы и методы ее осуществления, поэтому изучение кооперации в различных аспектах остается актуальной и практически востребованной в условиях непризнания государств, неопределенности и риска, ограничения с политической точки зрения экономического развития страны.

Накопленный опыт стимулирования кооперативного движения, ее многоуровневой структуры и межотраслевых связей, позволяет применить ее методологические основы и научные аспекты к деятельности предприятия легкой промышленности, а также развитию интеграционной деятельности в легкой промышленности в целом. Существующие кооперационные связи в легкой промышленности, отличаясь целевой ориентацией, разнообразием форм и методов реализации, позволяют преодолеть подотраслям легкой промышленности узкую специализацию, решить вопрос локализации



производства, как инструмент импортозамещения, увеличить долю экспорта и повысить конкурентоспособность отечественных товаров легкой промышленности.

Более совершенной формой кооперации является интеграция, наиболее активно развивающаяся и внедряющаяся сегодня на отечественных предприятиях. Это присущий современному обществу объективный процесс постепенного сращивания хозяйственных механизмов двух или нескольких предприятий, находящихся, как правило, в одном регионе, имеющих совместимые социально-экономические взгляды и приоритеты.

Одни исследователи связывают интеграцию с совершенствованием и углублением межхозяйственной кооперации, другие рассматривают интеграцию как форму общественного производства, при которой происходит объединение ресурсов разнопрофильных организаций и на основе взаимного дополнения достигается более высокий конечный результат деятельности.

На современном этапе организация системы интеграционных, отраслевых и межотраслевых связей между производителями обеспечивает создание условий для эффективного ведения производства, укрепления конкурентного положения объединений на рынке и выступает одним из направлений обеспечения эквивалентности экономических отношений между субъектами, поддержания устойчивого и сбалансированного развития не только отрасли легкой промышленности, но и развития промышленности в целом.

Несмотря на важность фундаментальных исследований ученых, следует отметить, что современное состояние теории и методологии развития эффективного сотрудничества и интеграции в промышленности, особенно в легкой промышленности, представлено недостаточно.

Внимания при построении практических рекомендаций в части развития кооперации в отрасли заслуживает использование различных механизмов государственной поддержки кооперативного движения в разные годы. Таким образом, актуальными остаются вопросы развития и формирования механизмов эффективной кооперации в промышленности, а также методика управления ею:

- непоследовательность в развитии производительных сил и производственных отношений;
- обособленность и разногласия в интересах компаний;
- разнонаправленные цели отечественных производителей;
- плохой баланс между торговыми центрами и производителями;
- высокие производственные затраты.

Очевидно, что в нынешних экономических условиях необходимо создание эффективных самоуправляемых эффективных швейных, текстильных, кожевенно-обувных, а также функциональных кооперативных образований различных форм собственности, которые функционируют на принципах самоуправления и самокупаемости. Вместе с тем, упорядочения требует терминология, применяемая в ряде нормативных правовых актов и понятийный аппарат в части кооперации, интеграции и межотраслевых связей.

На основе проведенного исследования существующего понятийного аппарата кооперационных и интеграционных отношений в сфере промышленности, можно сформулировать следующие выводы относительно понятий кооперации и интеграции. Это объективные экономические категории, которые существуют и развиваются на основе экономических законов и закономерностей и выступают одновременно целью, задачами и результатами направленной деятельности в сфере промышленности, в том числе и легкой промышленности Донецкой Народной Республики.

В свою очередь динамика развития отрасли и новых форм управления и регулирования межотраслевых, отраслевых кооперационных сделок зависит от маркетинговых активов.

Существующий уровень маркетинговых активов развития межотраслевой, отраслевой кооперации отечественной легкой промышленности весьма ограничен, в связи с чем, недостаточна весомость продукции легкой промышленности на международном экспортном рынке, наблюдается наличие ценового диспаритета; отсутствие отлаженных связей в системе движения товарных потоков и пр.

Поиск новых возможностей для развития и применения в компании маркетинговых активов для улучшения взаимодействия между службами маркетинга и сбыта – еще одно важное направление, необходимое для эффективной работы предприятий легкой промышленности.

Обозначенные направления исследования требуют формирования новых теоретических, методических и методологических положений в части развития эффективной кооперации в легкой промышленности, формирования кооперативных интеграционных отношений в условиях неопределённости и риска, применения маркетинговых активов при развитии межотраслевой и отраслевой кооперации, а также обоснования направлений государственной поддержки развития кооперации в легкой промышленности.

Основные научные результаты, изложенные в данном разделе, опубликованы в работах [273, 274, 278].

## РАЗДЕЛ 2

### СОСТОЯНИЕ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ЛЁГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

#### 2.1 Современное состояние легкой промышленности Донецкой Народной Республики

Важным источником валового национального дохода и основной сферой занятости населения является производство тканей и одежды, поэтому легкая промышленность занимает лидирующее положение среди ведущих мировых отраслей, так как составляет 5,7% мирового промышленного производства и более 14% занятых в производстве. Эта отрасль характеризуется устойчивым ростом объемов производства, что обусловлено ростом населения в мире и необходимостью повышения его благосостояния [110].

Почти 80% выпуска продукции легкой промышленности ЕС производится в шести странах: Италии, Германии, Испании, Франции, Великобритании и Португалии. Отсюда следует, что далеко не все страны имеют потенциал для активного развития легкой промышленности или ставят это приоритет. Такая ситуация обусловлена как проблемами ресурсного обеспечения профильных производств, так и сложившейся структурой мирового рынка легкой промышленности.

Изучение тенденций развития мирового рынка легкой промышленности показало, что за последние 15 лет потребление тканей и одежды выросло в США – на 99,3 %, в странах ЕС на 90,5 %, в Японии – на 220 %. В мировом валовом внутреннем продукте доля легкой промышленности занимает около 3%. В таких странах как Китай, Турция, Индия лёгкая промышленность указана как приоритетная для развития национальной экономики. При этом

большинство стран (Португалия, Италия) разрабатывают программы государственной поддержки производителей легкой промышленности, которые направлены на:

1) в области налогового и таможенного регулирования: ряд стран устанавливает для производителей продукции легкой промышленности льготный режим налогообложения или освобождает от налогов на определенный период времени; использует практику освобождения от пошлин и налога на добавленную стоимость ввозимого оборудования или освобождения от подоходного налога производственных предприятий при реализации проектов по созданию новых производств;

2) в области непосредственной поддержки предприятий-экспортеров: предоставление целевых льготных кредитов, возврат налогов, которые включены в цену экспортной продукции, финансирование экспорта, льготное кредитование предприятий осуществляющих экспортную деятельность;

3) в области развития инфраструктуры: создание и поддержка функционирования технопарков, которые могут включать сервисные центры, транспортно-логистические терминалы, научно-исследовательские центры, центры, занимающиеся автоматизированным проектированием моделей;

4) в области обновления производственного оборудования и технологий: проведение технического перевооружения и обновления материально-технической базы, приобретение новых машин и оборудования, внедрение новых прогрессивных технологий.

Легкая промышленность относится к креативной индустрии, которая имеет значительный потенциал наращивания собственного потенциала и имеет реальные возможности стать экономическим драйвером национального роста и увеличение присутствия качественных товаров на внутреннем рынке. Мировой опыт Китая, Турции, Беларуси, Узбекистана, Кыргызстана и других стран в области государственной поддержки легкой промышленности свидетельствует об успешности данной практики.

В настоящее время китайская текстильная промышленность составляет 7% от ВВП страны. За 20-ти летний период в структуре легкой промышленности производство пряжи увеличилось в 5,3 раза; производство тканей увеличилось в 2,4 раза, а в 2018 г. доля Китая в структуре мирового экспорта продукции составила: по текстилю - 37,6%, по одежде – 31,3% [258]. К основным результативным мероприятиям правительства Китая в области развития легкой промышленности можно отнести: стимулирование инновационной деятельности предприятий и развитие отечественных брендов, отмена квотирования мировой торговли текстилем в связи со вступлением Китая в ВТО.

Рассматривая опыт Турции, можно сказать, что за 30 лет турецкая легкая промышленность прошла путь от сырьевой отрасли переработки с низкой добавленной стоимостью до одного из лидеров по производству модной одежды, обуви и текстиля в мире. Благодаря поддержке и протекционистской политике государства, только по поставкам одежды Турция сегодня занимает 6-е место в мире и 3-е в Европе. В этой области работает около 40 000 предприятий с численностью от 750 000 до 1900000 человек. Такой рост произошел благодаря льготному налогообложению предприятий, созданию индустриальных отраслевых центров с необходимой инфраструктурой, государственному финансированию участия турецких компаний в ключевых иностранных выставках, целевому привлечению потенциальных зарубежных оптовых посредников текстиля, одежды и обуви на промышленные выставочные мероприятия в Турции, в частности путем компенсаций расходов участникам на авиаперелет, 3-дневное проживание, трансфер и др.

Таким образом государственная поддержка предприятий отрасли позволила:

- 1) повысить качество производимой продукции, провести техническое оснащение и модернизацию имеющегося оборудования.
- 2) обеспечить лидерство в мировом экспорте продукции легкой промышленности.

В таких странах как Германия, Испания, Италия функционируют региональные структуры кооперации крупного, среднего и малого бизнеса, созданные в виде территориально-производственных сетей. В Германии существует «текстильная сеть», которая представляет сложно иерархическую систему связей и договорных отношений предприятий малого и среднего бизнеса с научно-исследовательским и инновационными фирмами, маркетинговыми агентствами, консультационными предприятиями и др. В Италии «производственная сеть» объединяет значительное число микропредприятий, малых и средних фирм, которые специализируются на производстве какого-либо товара (обувь, одежда) [258].

Финансовые инструменты стимулирования кооперации направлены, в первую очередь, на поддержку деятельности производителей в сфере легкой промышленности, т.е. возможных участников кооперации и включают такие направления поддержки, как:

- предоставление помощи малым и средним предприятиям в виде доступа к финансовым ресурсам, кредитования, льготного налогообложения, сертификации качества, подготовки профессиональных кадров, содействия развитию образования. К примеру, Шведское агентство экономического и регионального развития (NUTEK) разработало и внедряет программу развития поставщиков в легкой промышленности, общей стоимостью 76 миллионов шведских крон [253];

- создание благоприятных условий для привлечения инвестиций в легкую промышленность, включая предоставление налоговых льгот для инвесторов. Так, в Словакии в 2008 году вступил в силу Закон о стимулировании инвестиций, который направлен на рост инвестиций в регионы с высоким уровнем безработицы и особенно на поддержку инвестиций в технологические процессы [253];

- предоставление бюджетных субсидий (грантов) научным институтам или отдельным научным коллективам, формирование научной инфраструктуры. Для создания благоприятного климата в сфере

инновационной деятельности возможно создание промышленно-технологических парков, концентрирующих малые инновационные предприятия и бизнес-инкубаторы с льготными условиями функционирования с целью внедрения инновационных идей и создания механизма внедрения инноваций в развитие легкой промышленности, создание центра научных исследований и внедрения наукоемких технологий.

С целью выявления инструментов стимулирования производственной кооперации в странах СНГ проведен анализ законодательных актов СНГ: Соглашение «Об общих условиях и механизме поддержки развития производственной кооперации предприятий и отраслей государств-участников Содружества Независимых Государств», «О механизме реализации соглашения об общих условиях и механизме поддержки развития производственной кооперации предприятий и отраслей государств-участников Содружества Независимых Государств».

В Российской Федерации существуют дотации на модернизацию оборудования предприятий и новые технологии, которые составляют не менее 100 млн. рублей субсидий для организаций легкой и текстильной промышленности. Правительством Российской Федерации утверждены Правила предоставления субсидий. В Федеральном бюджете предусмотрены средства для предприятий текстильной промышленности на закупку сырья и вспомогательных материалов. Определенные меры защиты предпринимаются по защите внутреннего рынка путем повышения ставок пошлин на импортную продукцию. Также одним из основных направлений развития легкой промышленности в России является кожевенно-обувная отрасль, в которой проводится достаточно гибкая тарифная политика.

Правительство Российской Федерации включило кожевенно-обувную отрасль в перечень отраслей, предприятия которых имеют статус добросовестных экспортеров с упрощенным порядком возврата НДС при экспорте продукции [194].



Учитывая значительную роль легкой промышленности в обеспечении экономической и стратегической безопасности, занятости трудоспособного населения и повышении его жизненного уровня в новых геополитических условиях, Российская Федерация уделяют особое внимание развитию отрасли и оказывают ей существенную инвестиционную поддержку.

Основным инструментом решения проблем легкой промышленности и привлечении инвестиций для ее эффективного развития является Стратегия развития легкой промышленности России на период до 2025 года. Данная Федеральная программа основана на кластерном инвестировании пилотных инвестиционных проектов, способных поднять отрасль в исторически текстильных областях: Ивановской, Вологодской, Костромской, Ярославской и Волгоградской [188].

Донецкий экономический регион до начала боевых действий относился к наибольшим центрам трикотажной, швейной, хлопчатобумажной промышленности Украины и занимал 6 место по производству товаров народного потребления.

По состоянию на 01.01.2014 г. в Донецкой области хозяйственную деятельность осуществляли 25 специализированных (численностью свыше 100 человек работающих) и более 112 малых предприятий отрасли (численностью до 50 человек). За время боевых действий на территории Донецкой Народной Республики к концу 2014 года осталось 19 действующих предприятий отрасли (с численностью работающих до 50 человек).

Если по состоянию на 01.01.2018 на территории Республики в правовом поле ДНР перерегистрировалось 53 предприятия легкой промышленности, производственную деятельность осуществляют 47 предприятий (88,7% от зарегистрированных), из них 35 физических лиц предпринимателей, то по состоянию на 01.01.2021 перерегистрировано 180 субъектов хозяйственной деятельности отрасли легкая промышленность (хозяйственную деятельность осуществляют 97,8 % от зарегистрированных) [244], среди которых:

- 25 юридических лиц с численностью до 50 человек;

- 155 физических лиц-предпринимателей.

25 юридических лиц отрасли легкой промышленности обеспечивают более 95% выпуска продукции, что обеспечивает более чем представительную выборку данных. Все нижеприведенные данные и расчеты будут представлены по этим предприятиям. Форма собственности вышеуказанных предприятий легкой промышленности частная.

По территориальному расположению субъекты хозяйствования лёгкой промышленности (юридические лица) сосредоточены: (рис.2.1)

- Донецк – 18 предприятий;
- Шахтерск – 2 предприятия;
- Горловка – 1 предприятие;
- Макеевка – 2 предприятия;
- Енакиево – 1 предприятие;
- Снежное – 1 предприятие.

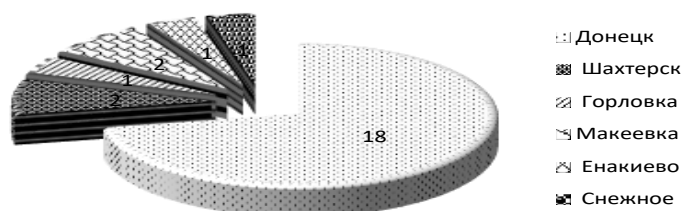


Рисунок 2.1 - Территориальное расположение субъектов хозяйствования лёгкой промышленности

Технологический парк предприятий легкой промышленности Республики представлен:

- 70% современного швейного оборудования торговых марок TYPICAL (Китай), JUKI (Япония), PFAFF, DURKOPP (Франция), KARL MAYER (Швейцария), ТЕХТИМА (Германия)

- 30% - промышленного швейного оборудования произведенного в СССР (1980-1990 г.г. выпуска) [по информации предприятий легкой промышленности Донецкой Народной Республики].

По состоянию на 01.01.2021 год доля легкой промышленности в общем объеме промышленного производства составляет 0,2% [246]. Тем не менее, это та отрасль, в которой сошлось много вопросов, типичных для текущего состояния промышленности в целом. Таким образом, данный анализ может послужить базой для анализа других отраслей промышленности Донецкой Народной Республики.

Лёгкая промышленность Донецкой Народной Республики по видам деятельности делится на три основные группы: текстильное производство, швейно - трикотажное производство, кожевенно-обувное производство.

- Структура объемов производства (рис. 2.2) продукции легкой промышленности по состоянию на 01.01.2021 составила:

- швейно-трикотажное производство (89%)
- кожевенно-обувное производство (6%)
- текстильное производство (5%).

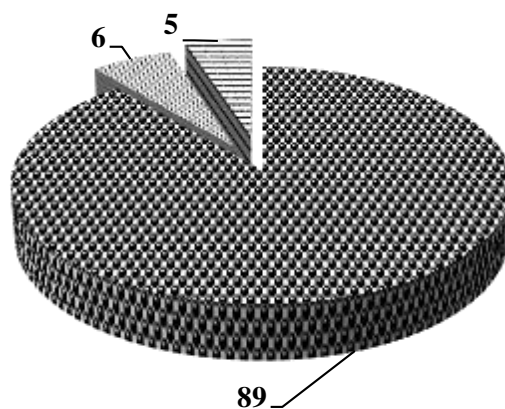


Рисунок 2.2 - Структура объемов производства продукции легкой промышленности в 2020 году

Общий объем производства за 2019 год составил 217,5 млн. руб., что в сравнении с аналогичным периодом 2018 года на 5,5% больше. Объем реализации – 227,2 млн. руб. Это составляет 25,5% от довоенного уровня. Однако наметилась тенденция роста производства и реализации. Прирост за 2019 год 9,3% к 2018 г. и 24,8% к 2017.

По итогам 2020 года объем произведенной продукции (рис.2.3) легкой промышленности составил 349,2 млн. руб., что на 60,5 % выше объемов производства за 2019 год. [по информации предприятий легкой промышленности Донецкой Народной Республики].



Рисунок 2.3 - Объемы производства продукции легкой промышленности в 2019-2020 г.г.

Объем реализованной продукции – 356,7 млн. руб., что на 60 % выше объема реализации за 2019 год (рис.2.4).



Рисунок 2.4 - Объемы реализации продукции легкой промышленности в 2019-2020 г.г.

При этом общий уровень загрузки производственных мощностей предприятий легкой промышленности за 12 месяцев 2019 года составил 39,8 % из них:

- Швейно-трикотажное производство - 58%;
- Производство кожи, изделий из кожи и обуви – 10%;
- Текстильное производство – 7%.

Уровень загрузки производственных мощностей предприятий легкой промышленности за январь – декабрь 2020 г. составил 58 % из них:

- швейно-трикотажное производство – 71,4%;
- производство кожи, изделий из кожи и обуви – 23 %;
- текстильное производство – 25 %.

Количество простаивающих предприятий в настоящее время 4 предприятия. На этих предприятиях в 2013 году работало свыше 650 чел персонала. Из них можно отметить следующие простаивающие мощности легкой промышленности Республики:

- ООО ПО ТК Донбасс (ткацкое производство);
- ООО Карина (швейное производство);
- ЧП Лина (кожевенное производство);
- ЧП Галина (швейное производство).



Рисунок 2.5 - Динамика объемов производства продукции легкой промышленности по товарной структуре в 2018-2020 гг.

Динамика объемов реализации продукции легкой промышленности по товарной структуре в 2018-2020 гг., млн.руб.

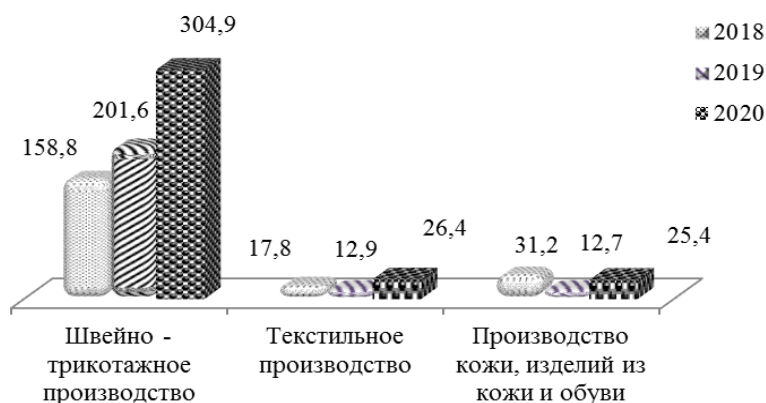


Рисунок 2.6 - Динамика объемов реализации продукции легкой промышленности по товарной структуре в 2019-2020 гг.

Производство основных видов продукции лёгкой промышленности в натуральном выражении составило [245].

Таблица 2.1 - Производство основных видов продукции лёгкой промышленности

Наименование продукции	2019 год	2020 год	2020 год к 2019 году, %
Бельё постельное, тыс. шт. комплектов	13,3	23,1	<b>173,7</b>
Комплекты и костюмы мужские и для мальчиков из ткани хлопчатобумажной или из волокон синтетических, производственные или профессиональные, тыс. шт.	40,4	54,8	<b>135,6</b>
Куртки, пиджаки и блейзеры мужские и для мальчиков из ткани хлопчатобумажной или из волокон синтетических, производственные и профессиональные, тыс. шт.	7,2	9,4	<b>130,6</b>
Трикотаж нательный, тыс. шт.	89,7	164,2	<b>183,1</b>
Рубашки мужские, тыс. шт.	1,5	3,8	<b>253,3</b>
Обувь, тыс. пар	7,3	7,6	<b>104,1</b>
Пряжа акриловая, т	43,8	61,0	<b>139,3</b>

Среднесписочная численность работников по основному кругу предприятий отрасли в декабре 2019 года составила 362 чел. (85% женщин), что на 7,3% больше, чем в декабре 2018 года и 30,6% к 2013 году.

Среднемесячная заработная плата – 6797 руб., что на 20,4% выше уровня заработной платы 2018 года.

– Количество работающих в отрасли - 362 чел. [245].

Исторически в Донецкой области швейно-трикотажная подотрасль в структуре легкой промышленности занимала 51 %.

По состоянию на 01.01.2014 швейное производство было представлено 105 предприятиями, из них крупные предприятия: ПАО ДПТП «Донбасс», специализирующее на производстве костюмов и пальто для мужчин, ООО «Карина» г. Енакиево (швейные изделия женского ассортимента), Горловская швейная фабрика «Горловчанка» (производство женских платьев), ПАО «Снежнянская Швейная фабрика «Снежинка» (пошив полного ассортимента верхней одежды, спецодежды, текстиля, детской одежды), ООО «Лемуа» (трикотажная одежды ясельной группы, подростков и взрослых, верхний и бельевой трикотаж под собственной торговой маркой «Лемуа»), ООО «Спецодежда и униформа», ООО «Донввторпереработка», ООО «Трансстрой» (спецодежды и униформы), Макеевская обувная фабрика (производство модельной, дизайнерской, ортопедической обуви) и др.

Из вышеперечисленных предприятий прекратили осуществлять производственную деятельность такие крупные предприятия, как ООО «Карина» г. Енакиево, ПАО ДПТП «Донбасс», Горловская швейная фабрика «Горловчанка», некоторые предприятия остались на территории, временно подконтрольной Украине, это: ЧАО "ФиВО "Фея" г. Мариуполь (производство женских пальто и полупальто), ПАО «Швея» г. Краматорск (производство ассортимента женских изделий), ООО «Кожкон» г. Константиновка (производство кожи и изделий из кожи) и др.

По состоянию на 01.01.2020 швейно-трикотажная подотрасль Республики представлена 22 юридическими лицами и 137 физическими лицами-

предпринимателями, имеет наибольший удельный вес в структуре объемов производства отрасли легкой промышленности 89% при уровне загрузки мощностей 58% [245].

В швейно-трикотажной подотрасли объемы реализации увеличились на 27% в сравнении с отчетным периодом 2018 года и составили 201,6 млн. руб.

Объем производства – 193,8 млн.руб., что на 22,7 % больше, чем в аналогичном периоде 2018 года. В 2020 году объем производства составил 298,4 млн.руб., что выше на 54,2% показателей 2019 года.

Объем реализации – на 22,7% больше в сравнении с отчетным периодом 2018 года и составил 201,6 млн.руб., на 51,2 % выше показателей 2019 года, что составило 304,9 млн. руб.

Численность работников – 301 чел.

Среднемесячная заработная плата за 2019 год – 7 251 руб.

В подотрасли 7 наиболее крупных производителей, которые занимают 69% в общем объеме производства продукции легкой промышленности по Республике:

ООО «Спецодежда и униформа» (производство спецодежды и униформы, школьной формы, постельного белья);

ООО «Трансстрой» (производство униформы, спецодежды, штор);

• ООО «Твинтекс» (производство спецодежды для промышленных предприятий и др. организаций, постельных принадлежностей);

• ООО «Скифтекс» (производство спецодежды, школьной формы, штор, постельного белья);

• ООО «Снежнянская швейная фабрика «Снежинка» (производство спецодежды, школьной формы, штор, постельного белья);

• ООО «Лемуа» (производство трикотажной одежды, нательного трикотажа);

• ЧП «Тинара» (спецодежда, домашний текстиль). [по информации предприятий швейно-трикотажной подотрасли легкой промышленности Донецкой Народной Республики].



Объем швейно-трикотажного производства снизился по сравнению с довоенным периодом почти в 3 раза. Практически не осуществляется пошив костюмов мужских, пальто, полупальто мужского и женского ассортимента, уменьшилось производство женской одежды (платьев, юбок, сарафанов, блуз).

Основное направление в структуре продаж на внутреннем рынке занимают закупки за бюджетные средства и собственные средства предприятий 65%.

Структура номенклатуры видов выпускаемой продукции в общем объеме швейно-трикотажного производства: (рис. 2.7):

- Форменная одежда для структур и ведомств – 46,5%
- Костюмы производственные и профессиональные – 23,4%
- Трикотаж нательный – 20,7%
- Белье постельное – 7,5%
- Другая продукция – 1,9%

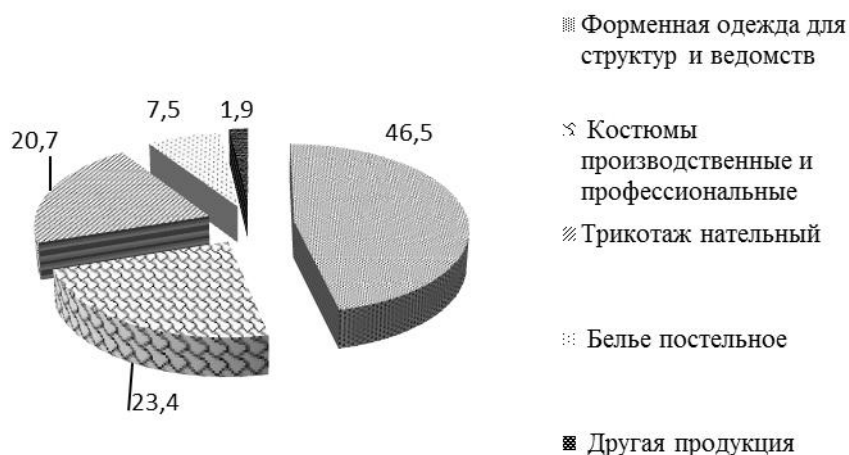


Рисунок 2.7 - Структура номенклатуры видов выпускаемой продукции в общем объеме швейно-трикотажного производства

Текстильное производство составляет 5% в общей сумме произведенной продукции. И в довоенное время не являлось приоритетным, в настоящий момент представлено тремя производителями: ООО ПО ТК «Донбасс»

г.Донецк, которое на сегодняшний день не осуществляет производственную деятельность.

ЧАО «Золотое Руно-Донецк» г. Донецк, специализируется по производству пряжи из химических волокон для трикотажного и ткацкого производства и реализации отходов, полученных в процессе переработки волокна.

Современное оборудование марок «Murata», «Суперба», «MachConer» позволяет производить продукцию высокого качества.

На имеющемся оборудовании предприятие может производить высокообъемную (НВ) пряжу из 100% полиакрилонитрильного волокна (100% Acril) крученую, стабилизированную, ткацкую для трикотажного и ткацкого производства и чулочно-носочных изделий. Предприятие экспортноориентированное.

ООО «Вормтекс» - специализируется по производству синтепона.

В текстильной подотрасли произведено за 2019 год 11 млн.руб.. что на 35,7 % ниже аналогичного периода 2018 года. Снижение объемов производства и реализации в текстильной подотрасли связано с тем, что на ЧАО «Золотое Руно-Донецк» в течение 5 месяцев с начала года отсутствовала производственная деятельность из-за проблем, связанных с приобретением сырья (жгут полиакрилонитрильный), которое ранее закупалось в Республике Беларусь (разрыв отношений в одностороннем порядке). Заключены договора с поставщиками из Турции, производство возобновлено с июля 2019 года.

За январь-декабрь 2020 года в текстильной подотрасли объем производства составил 25,4 млн.руб., что выше на 130,9% показателей 2019 года. Объем реализации – 26,4 млн.руб., что выше на 104,6 % показателей аналогичного периода 2019 года.

Рост показателей обусловлен за счет стабильной работы в первом полугодии ЧАО «Золотое Руно-Донецк», налаживании поставок сырья из Турции, увеличения объемов производства синтепона ООО «Вормтекс». [по

информации предприятий текстильной подотрасли легкой промышленности Донецкой Народной Республики].

Структура номенклатуры видов выпускаемой продукции в общем объеме текстильного производства (рис.2.8):

- Производство пряжи акриловой- 96,5%
- Производство синтепона – 3,5%

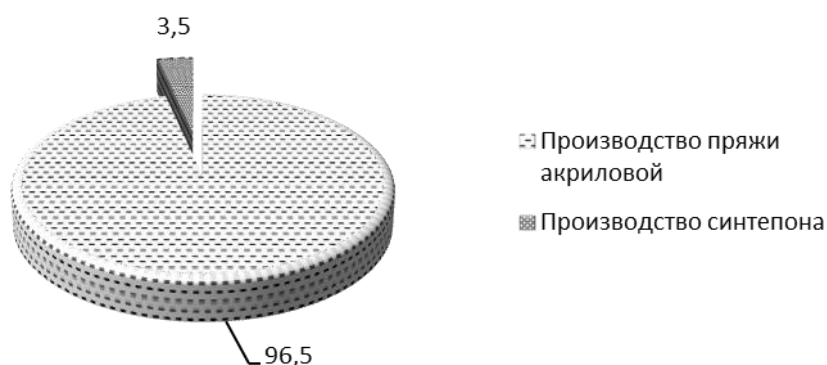


Рисунок 2.8 - Структура номенклатуры видов выпускаемой продукции в общем объеме швейно-трикотажного производства

Уровень загрузки производственных мощностей текстильной подотрасли составил 7%.

Численность работающих 36 человек, среднемесячная заработная плата – 6040 руб.

В связи с тем, что в Республике не осуществляет производственную деятельность ООО ПО ТК «Донбасс» полностью отсутствует сырьевая база хлопчатобумажных тканей, которая была в довоенное время.

Кожевенно-обувная подотрасль занимает 6 % и в настоящее время представлена 19 производителями: двумя крупными предприятиями: ЧП Лина (в настоящее время простаивает, специализировалось на переработке шкур крупного рогатого скота и выпуске кожевенного полуфабриката «вет-бл») и

ФЛП Линченко (производство аксессуаров из кожи) и 17 физическими лицами – предпринимателями, производителями обуви.

В кожевенной подотрасли наблюдается снижение объемов производства и реализации на 89% в сравнении с отчетным периодом 2018 года. Основная причина простоев предприятия – отсутствие сырья (шкуры крупного рогатого скота). Руководство предприятия осуществляет поиск предприятий в Российской Федерации для работы по давальческой схеме.

Объем производства кожевенно-обувной подотрасли в 2019 году составил – 12,7 млн. руб. Объем реализации – 12,7 млн. руб. За 2020 год объем производства и реализации составили 25,4 млн.руб., что выше на 100 % показателей 2019 года.

Рост объемов производства и реализации обусловлен увеличением объемов выпуска и реализации ведомственной обуви и аксессуаров из кожи.

Экспорт – 2,3 млн. руб. (кожевенный полуфабрикат ЧП «Лина»).

Загрузка производственных мощностей кожевенно-обувной подотрасли составила – 10%,

Структура номенклатуры видов выпускаемой продукции в общем объеме кожевенно-обувного производства (рис 2.9):

- Производство обуви- 67%
- Производство кожевенного полуфабриката вет-блу– 18%
- Аксессуары (сумки, ремни) – 15% (Рисунок 2.9)

Кожевенный завод ЧП «Лина» специализировался на переработке шкур крупного рогатого скота и выпуске кожевенного полуфабриката «вет-блу». Производство кожевенного полуфабриката велось по итальянской технологии на оборудовании ведущих европейских фирм. Выпускаемый полуфабрикат полностью шел на экспорт, т.к. на территории Республики нет предприятий по дальнейшей переработке этого полуфабриката и выпуске кожи для производства одежды и обуви. Завод по своим мощностям способен перерабатывать до 200 тонн сырья и обеспечить рабочими местами 40 человек

[по информации предприятий кожевенно-обувной подотрасли легкой промышленности Донецкой Народной Республики].

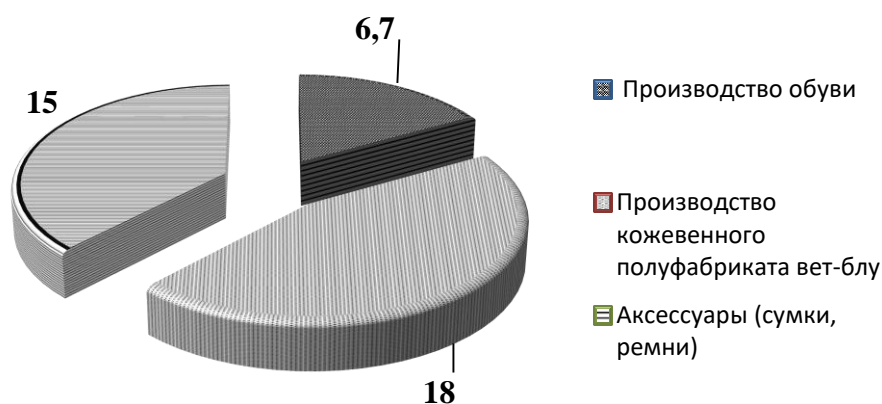


Рисунок 2.9 - Структура номенклатуры видов выпускаемой продукции в общем объеме швейно-трикотажного производства

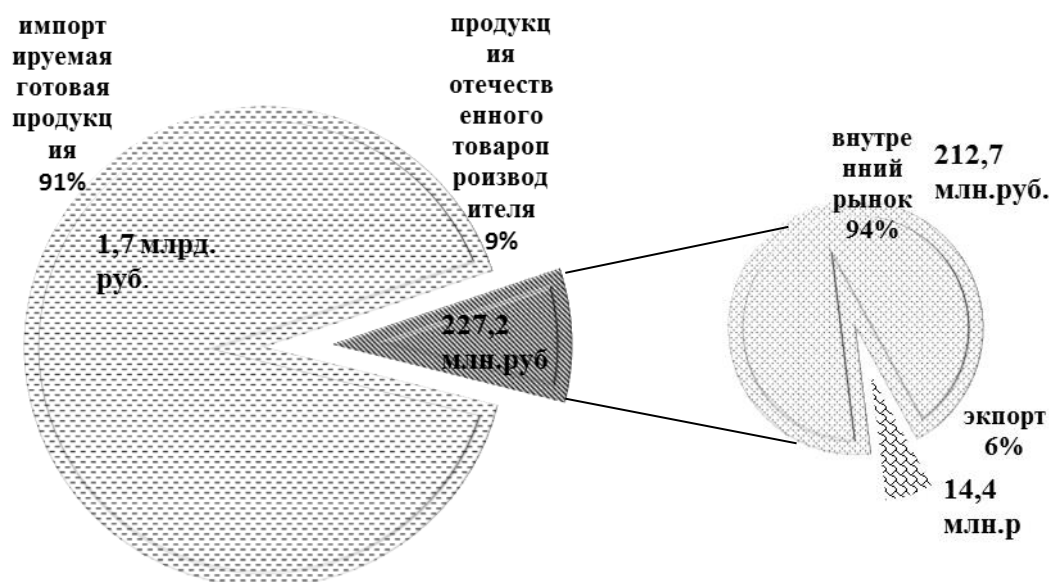
Производство обуви в Республике производится мелкими партиями с небольшим ассортиментом и на рынке Республики составляет всего **7%** от общего объема обуви в розничной продаже. Производство обуви для населения осуществляется 17-ю физическими - лицами предпринимателями: ФЛП Зайцев И.В. (ТМ «Сталкер»), ФЛП Магеря В.А., ФЛП Добшин Ю.П., ФЛП Винник Ю.Н., ФЛП Перевезенцев И.Г., ФЛП Пахомов В.Ю., ФЛП Прийменко Е.А., и др.

Общий объем рынка товаров (готовой продукции) легкой промышленности 2019 году в ДНР составил 1,9 млрд.руб. Доля отечественного производителя в структуре рынка готовой продукции легкой промышленности занимает незначительный удельный вес - 9 % (227,2 млн.руб.).

Остальной объем составляет импортируемая готовая продукция легкой промышленности - 91% (1,7 млрд.руб.).

Импортируемая готовая продукция превышает продукцию, производимую и реализованную отечественными товаропроизводителями легкой промышленности в 8 раз. (рис.2.10).

Низкая доля продаж одежды и обуви отечественных производителей вызвана засильем дешевой импортной продукции, изготовленной в Китае, Тайване, Турции, Кореи, Китая, Арабских Эмиратов



Р

ННОСТИ

(сформировано автором по информации предприятий легкой промышленности Донецкой Народной Республики и информации таможенных органов министерства доходов и сборов Донецкой Народной Республики).

Таким образом, реализация товаров легкой промышленности отечественных товаропроизводителей составляет:

- внутренний рынок – 212,7 млн. руб. (94%)
- доля экспорта – 14,5 млн.руб. (6%)

Структура импорта готовой продукции (рис 2.11):

- Готовая продукция из текстильных материалов – 975,9 млн.руб.
- Готовая продукция из кожи и меха – 120,1 млн.руб.
- Обувь, гетры, аналогичные изделия – 591,3 млн.руб.
- Другие изделия (головные уборы, зонты) – 78 млн.руб.

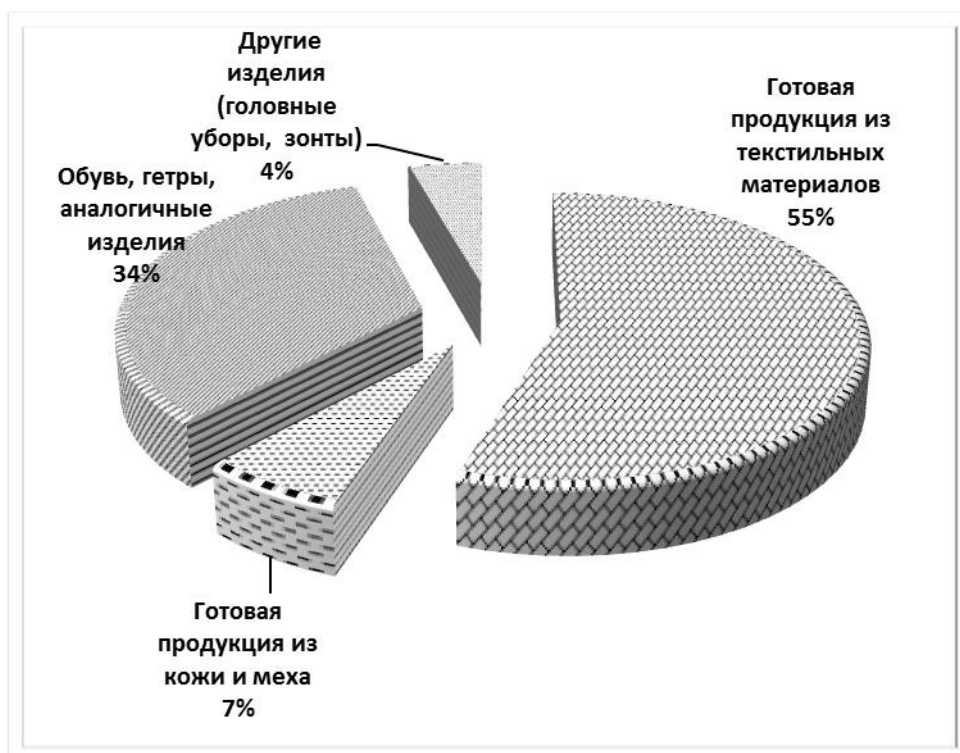


Рисунок 2.11 - Структура импортной готовой продукции легкой промышленности ДНР за 2020 год

По данным таможенных органов Донецкой Народной Республики импорт товаров легкой промышленности за 2019 г. составил 2,3 млрд., руб., в т.ч. готовой продукции на сумму 1,7 млрд. руб. что превысило объемы производства легкой промышленности в 7 раз. Прирост импорта готовой продукции в 2019 году по сравнению с 2018 составил 34%. (Табл. 2.2)

Таблица 2.2 - Импорт товаров легкой промышленности по итогам 2019 года

Сырьё/Готовая продукция	Вес нетто (тонн)	Фактурная стоимость, млн.рос.руб.
Всего	7 818,7	2 316,3
Готовая продукция	5 712,7	1 711,6
Сырьё	1 717,0	546,1
Импорт по упрощенной процедуре	389,0	58,6

За 2020 год импорт товаров легкой промышленности составил 3,5 млрд.руб., в т.ч готовой продукции на сумму 2,7 млрд. руб. что превысило объемы производства легкой промышленности в 7,7 раз. По импорту сырья аналогичный показатель составляет 50,6%, что говорит с одной стороны о росте рынка, с другой – о вытеснении импортом отечественного производителя (табл.2.3).

Таблица 2.3 - Импорт товаров легкой промышленности по итогам 2020 года

Сырьё/Готовая продукция	Вес нетто (тонн)	Фактурная стоимость, млн.рос.руб.
Всего	9 810,7	3 575, 7
Готовая продукция	7 139,7	2 705,1
Сырьё	2 271,0	822,4
Импорт по упрощенной процедуре	88,7	48,3

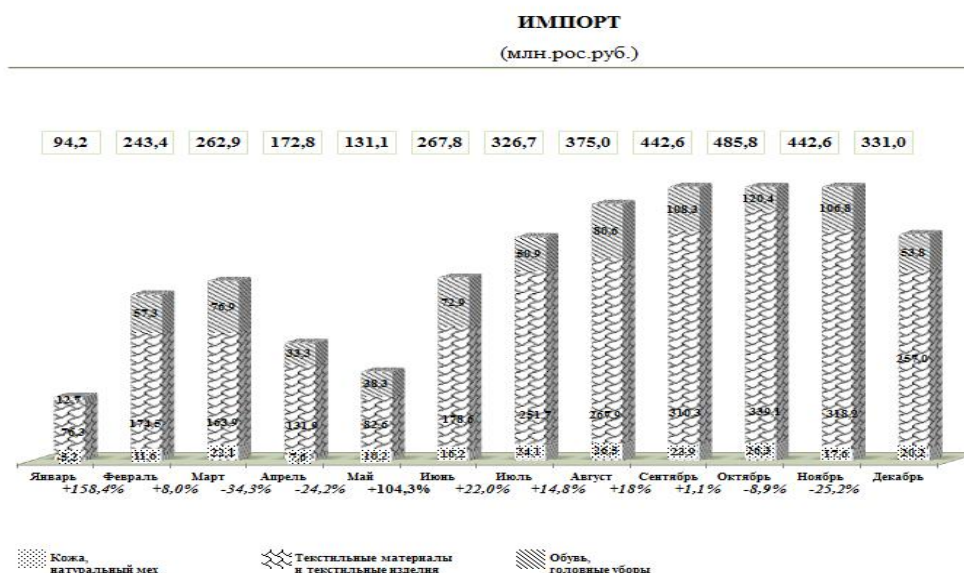


Рисунок 2.12 - Импорт продукции легкой промышленности в 2020 году

Основным преимуществом импортного товара является не столько его цена, сколько способность крупных иностранных производителей обеспечить более широкую номенклатуру продукции, с применением современных



моделей, брендов, ноу-хау, т.е использованием нематериальных активов предприятия (маркетинговых активов).

91,7% всей импортируемой продукции составляет импорт из Российской Федерации, остальное импорт из Китая, ЛНР, Белоруссии, Турции и др. стран. Импорт из России также содержит продукцию, производимую в Китае, Турции и др.(рис.2.13)

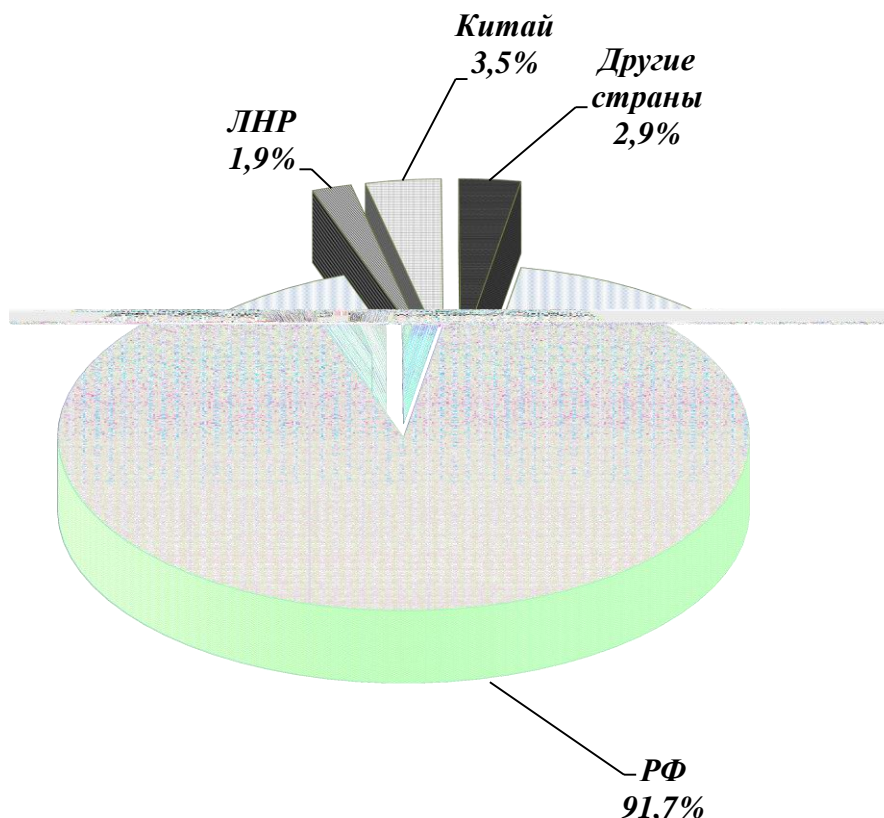


Рисунок 2.13 - Страны - импортеры продукции легкой промышленности в Донецкую Народную Республику в 2020 году

Основная доля объемов реализации внутреннего рынка составляют закупки за бюджетные средства и собственные средства предприятий – 65% (138,3 млн.руб.). В основном это продукция отечественных товаропроизводителей (униформа для структур и ведомств, спецодежда для промышленных предприятий, медицинских учреждений, АЗС и т.д).

В основном это продукция отечественных товаропроизводителей (униформа для организаций, учреждений и ведомств, спецодежда для промышленных предприятий, медицинских учреждений, АЗС и т.д).

Для министерств, ведомств, предприятий, организаций, учреждений осуществляющих закупки за бюджетные средства произведено (Приложение Г):

- Форменной одежды– 15,0 тыс. шт. на сумму 62,5 млн. руб.;
- Спецодежды для медицинских учреждений – 3,7 тыс. шт. на сумму 0,7 млн. руб.)

Для предприятий, учреждений, организаций осуществляющих закупки за собственные средства предприятий:

- Костюмов производственных и профессиональных –7,2 тыс. шт. на сумму 31,5 млн. руб.;
- Одежды для сферы торговли, общественного питания и других учреждений – 14,7 тыс. шт. на сумму 43,6 млн. руб.

Свободный потребительский рынок составил 35% (74,4 млн.руб.). Это продукция для потребностей населения (трикотаж нательный, белье постельное, школьная форма, рубашки и другие аксессуары).

Для потребительского рынка произведено:

- Трикотажа нательного – 89,7 тыс. шт. на сумму 27,8 млн. руб.;
- Белья постельного – 13,3 тыс. шт. на сумму 10,1 млн. руб.;
- Рубашек мужских (модельные) – 1,5 тыс. шт. на сумму 1,9 млн. руб.;
- Школьной формы – 8,2 тыс. шт. на сумму 24,2 млн. руб.;
- Другой продукции (обувь, аксессуары) – 7,8 тыс. шт. на сумму 10,4 млн. руб. [сформировано автором по информации предприятий легкой промышленности Донецкой Народной Республики].

Исходя из этого, перспективным направлением на внутреннем рынке остаются закупки за бюджетные средства и собственные средства предприятий (производственные и профессиональные костюмы, форменная одежда, спецодежда для медицинских работников, школьная форма и т.д..)

Потребности Республики в этой продукции составляют 274,1 млн.руб/год. Предприятия легкой промышленности могут в полном объеме покрыть потребности в производственных и профессиональных костюмах (кроме специальных защитных костюмов для металлургов), форменной одежде, спецодежде для медицинских работников.

К сожалению, сегодня, например, по форменной одежде и профессиональным костюмам для машиностроительного комплекса и предприятий угольной отрасли за счет собственного производства обеспечено лишь **60%** потребности Республики.

Импорт сырья в Республику в 2019 году составил 666,8 млн. руб. (ткани и нити хлопчатобумажные - 96,6 млн. руб., ткани синтетические - 260. 8 млн. руб., ткани из шерстяной пряжи – 5,2 млн. руб., полотно трикотажное – 32,7 млн. руб., другие ткани и волокна – 258,6 млн. руб., ПАН жгут 100% (полиакрилонитрильный) – 12,6 млн. руб., необработанные шкуры крупного рогатого скота (моксолёные) – 0,3 млн. руб.

Анализ соотношения импорта сырья в 2019 году 666,8 млн. руб. и выпуска готовой продукции 217,5 млн.руб. позволяет сделать предварительный вывод об объеме теневого рынка, превышающем легальное производство. При этом следует отметить, что в общем объёме сырья в 666,8 млн. руб. для нужд табачной промышленности было импортировано сырья на сумму 181,2 млн. руб. и прорезиненных материалов (брзенты, навесы, паруса и пр.) на сумму 84,1 млн. руб.

Таким образом, непосредственно для нужд лёгкой промышленности Республики импортировано сырья на сумму 401,5 млн.руб., что позволяет

говорить о размере теневого рынка превышающем официальный в 1,8 раза. Средняя доля сырья в структуре себестоимости продукции легкой промышленности составляет 65%. [Проанализировано автором по данным предприятий легкой промышленности Донецкой Народной Республики и данным таможенных органов Донецкой Народной Республики]

Оценка общего объема рынка в году составляет 548,0 - 593,7 млн.руб, соответственно размер теневого рынка составляет порядка 356,0-385,0 млн.руб.)

Экспортный потенциал в 2019 году задействован в незначительной степени и представлен тремя предприятиями:

- ЧАО «Золотое Руно Донецк» – пряжа акриловая – экспорт в Российскую Федерацию - 11,2 млн.руб.
- ЧП «Лина» (в настоящее время простаивает) – кожевенный полуфабрикат – экспорт в Польшу – около 2,3 млн.руб.
- ЧП «Шахтерская швейно-трикотажная фабрика» – трикотаж нательный – экспорт в ЛНР – 1,0 млн.руб.

Объем экспортируемых товаров легкой промышленности за 2019 год составил – 14,5 млн. руб., что на 60,5 % меньше отчетного периода 2018 года.

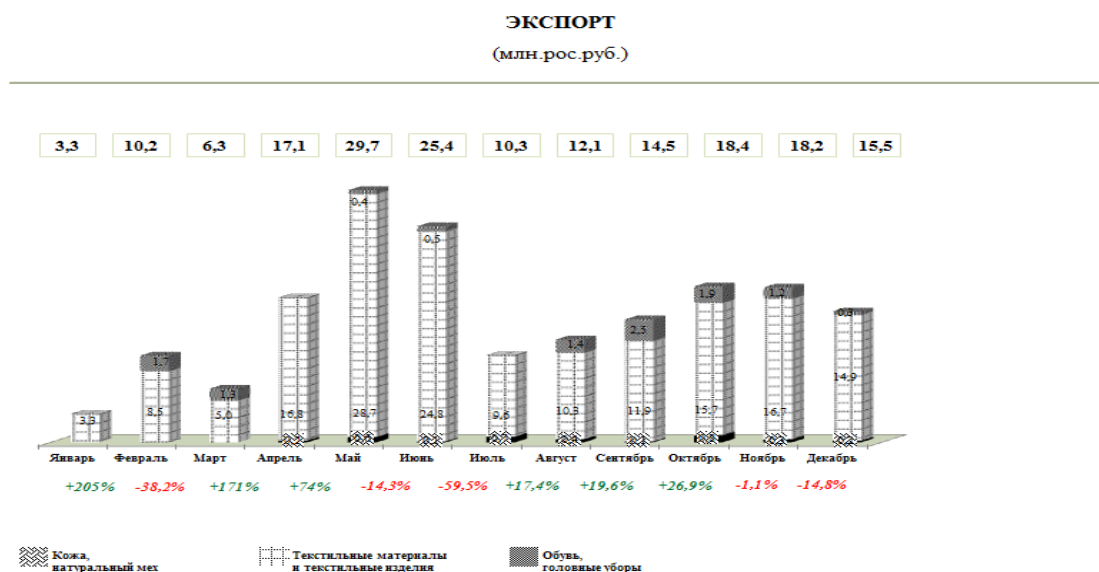


Рисунок 2.14 - Экспорт продукции легкой промышленности в 2020 году

За 2020 год экспортировано продукции легкой промышленности на сумму 18,2 млн. руб., что на 25,5% выше объема экспортированной продукции за 12 месяцев 2019 года, в т.ч.:

- РФ - 16,6 млн. руб. (91,2%)
- ЛНР – 1,1 млн. руб.(8,8%)

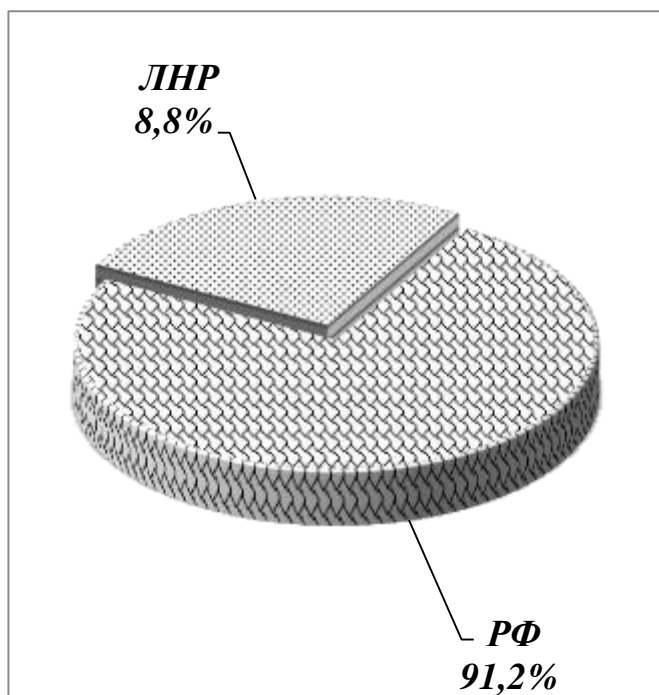


Рисунок 2.15 - Страны, в которые экспортируется продукция легкой промышленности Донецкой Народной Республики в 2020 году

Низкий объем экспорта в 2019 году наблюдается из-за проблем с поставками сырья у основных экспортеров: ЧП «Лина» (шкуры крупного рогатого скота) и ЧАО «Золотое Руно Донецк» (жгут полиакрилонитрильный).

**Динамика объёмов экспортных операций  
за 12 мес. 2019-2020гг., млн. руб.**

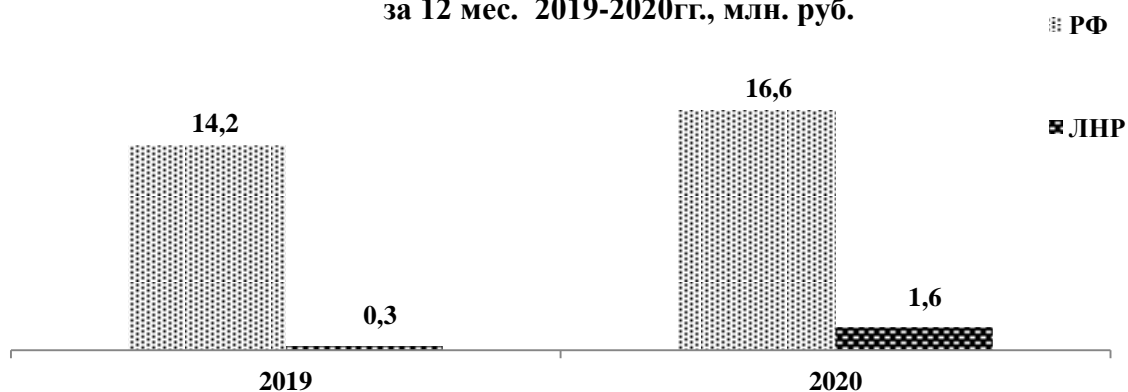


Рисунок 2.16 - Динамика экспорта товаров легкой промышленности

Доля объема экспорта товаров в общем объеме реализованной продукции легкой промышленности - 6%.

Причины такого положения те же, что и для внутреннего рынка (доминирующее положение производителей России, Китая, Турции и некоторых других стран), кроме этого еще и отсутствие наработанных связей с российскими потребителями.

Несмотря на имеющийся потенциал легкой промышленности, возможности её реализации оказались ограниченными. Неполная загрузка имеющихся производственных мощностей предприятий, действие ограничительных мер, низкая конкурентоспособность республиканской продукции на внешнем рынке, являются сдерживающими факторами развития экспорта отрасли в целом. Легкая промышленность имеет отрицательное сальдо внешнеторгового баланса (табл. 2.4, 2.5).

Таблица 2.4 - Сальдо внешнеторгового баланса [сформировано автором по данным предприятий легкой промышленности Донецкой Народной Республики и данным таможенных органов Донецкой Народной Республики].

Отрасль	2019 год (млн руб.)			2020 г. (млн руб.)		
	импорт	экспорт	сальдо	импорт	экспорт	сальдо
Легкая промышленность	2 432,2	57,5	- 2 374,7	3 575,7	181,0	- 3 394,8

Таблица 2.5 - Внешнеторговый оборот промышленной продукции с РФ [сформировано автором по данным предприятий легкой промышленности Донецкой Народной Республики и данным таможенных органов Донецкой Народной Республики]

Отрасль	2019 год (млн руб.)			Январь – сентябрь 2020 г. (млн руб.)		
	импорт	экспорт	сальдо	импорт	экспорт	сальдо
Легкая промышленность	2 118,6	17,4	-2 101,2	3 278,9	83,0	-3 195,9

Причинами данной ситуации являются:

- практика квотирования ввоза в РФ продукции, произведенной в ДНР;
- высокие таможенные пошлины;
- применение к продукции предприятий ДНР индикативных цен при ввозе на таможенную территорию РФ;
- запрет на транзит продукции через территорию РФ;
- запрет на ввоз в РФ продукции, страной происхождения которых является Украина. (Де юре, которой является Донецкая Народная Республика, Де-факто - нет).

Исследования и информационно-статистический анализ легкой промышленности Республики позволил, прежде всего выявить основные проблемы работы предприятий легкой промышленности [14], среди которых:

неразвитость легкой промышленности, что проявляется в недостаточной оснащенности, высокой материалоемкости и трудоемкости производства;

низкий уровень инновационной и инвестиционной деятельности отрасли, выражаемый в слабой конкурентоспособности отечественных товаров, в низкой доле в объемах продаж на внутреннем рынке;

высокий удельный вес импорта, ставший причиной усиления стратегической и товарной зависимости Республики от зарубежных стран;

недостаточная загрузка производственных мощностей предприятий;

неконкурентоспособный уровень цен на отечественную продукцию сферы легкой промышленности;

отсутствие внимания к активному внедрению маркетинга;

неумение руководства предприятий легкой промышленности использовать маркетинговые активы;

высокая себестоимость готовой продукции, связанная с зависимостью от иностранной сырьевой базы, что ведет к низкой рентабельности или убыточности финансово-хозяйственной деятельности предприятий;

недостаточная обеспеченность собственными оборотными средствами и отсутствие доступа к заемным денежным средствам;

зависимость от несвоевременных расчетов бюджетных организаций за изготовленную и отгруженную продукцию;

недостаточное количество высококвалифицированных специалистов, управленческих кадров, основных и вспомогательных рабочих по всем технологическим переделам;

некачественная структура собственности и, как следствие, неэффективное управление;

слабая локализация производства и отсутствие локализации потребителей продукции легкой промышленности.



Проведенный анализ работы лёгкой промышленности за 2019 год, позволил сделать вывод, существующие проблемы создают для отрасли поле рисков различного рода (внутренние и внешние риски), что приводит к сложностям в выполнении поставленных перед ней задач.

Структура рисков легкой промышленности Донецкой Народной Республики, а также мер, направленных на их минимизацию систематизирована на рисунке 2.17.

При оценке возникающих внешних рисков, важно учитывать следующие обстоятельства:

- уровень цен на большинство потребляемых легкой промышленностью материальных ресурсов, в первую очередь - сырье, которое делает продукцию легкой промышленности неконкурентоспособной по сравнению с импортируемой продукцией в Республику (Китайского, Турецкого и Российского производства). При этом степень риска повышается при росте курса валют, что влечет за собой дополнительные проблемы - увеличение дешевого импорта зарубежных и азиатских производителей на внутреннем рынке;

- уровень трудоемкости в легкой промышленности, обусловленный технологической отсталостью ее производственной базы, Донецкой Народной Республике достаточно высок, что ведет к неконкурентоспособности продукции.

Используя опыт зарубежных стран в целях минимизации данного риска необходимо разработать меры по импортозамещению.

Наиболее существенное влияние на реализуемость планов легкой промышленности в 2020 году могут оказывать и внутренние риски, непосредственно связанные с реализацией мероприятий, направленных на развитие отрасли. Причем эти риски несет не только субъект легкой промышленности, но и потребитель и в целом Республика, создаваемой на основе полученных результатов финансируемых разработок.

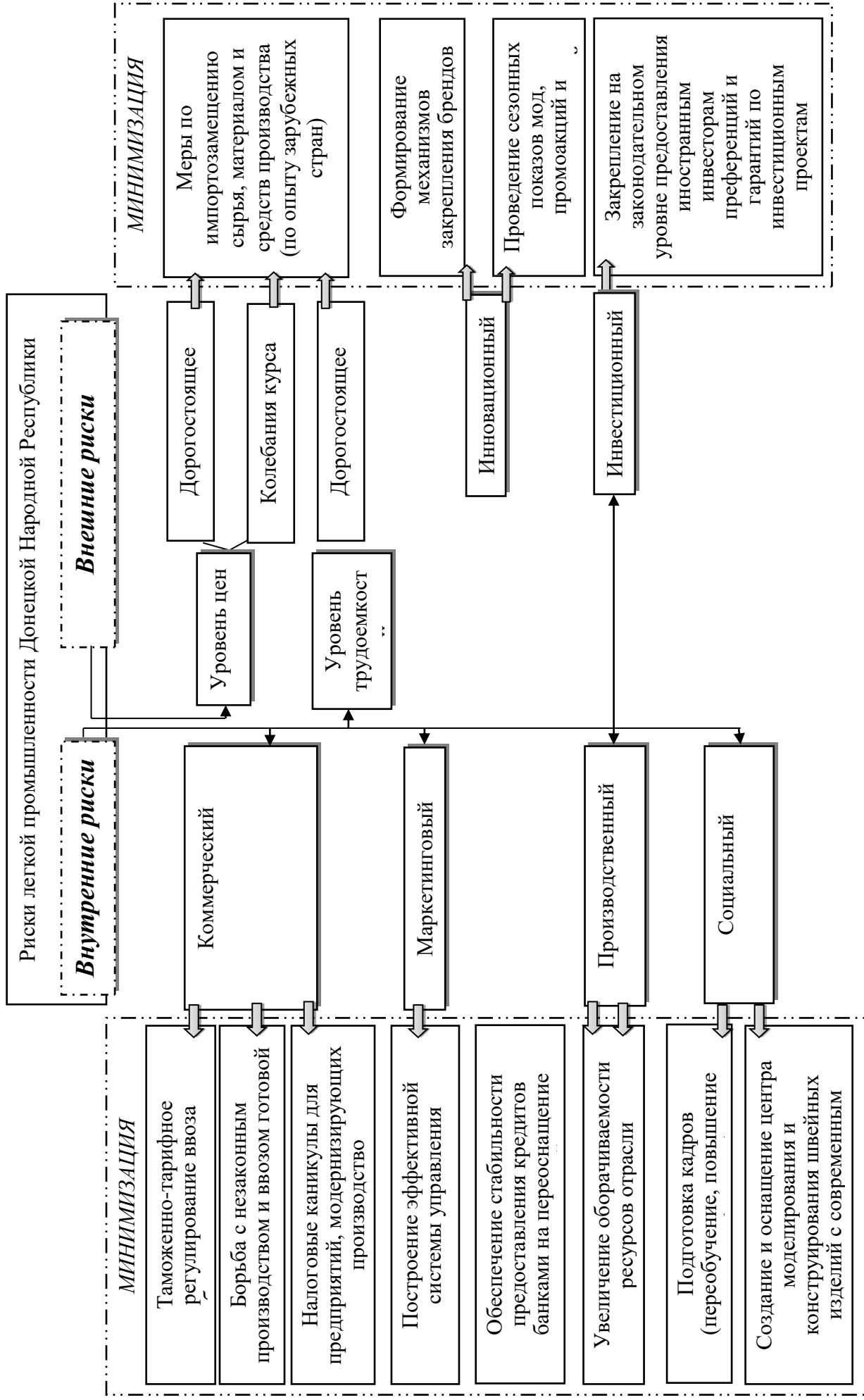


Рисунок 2.17 - Структура рисков легкой промышленности Донецкой Народной Республики и мер, направленных на их минимизацию

Коммерческий риск связан с неустойчивостью и падением спроса на конкретную продукцию отечественных товаропроизводителей и невыполнением обязательств по коммерческим сделкам по форс мажорным обстоятельствам, а также с несвоевременными расчетами бюджетными организациями за изготовленную и отгруженную продукцию.

Риск потери внутреннего рынка связан со значительным притоком импортных товаров и ростом незаконного производства продукции легкой промышленности, с неконкурентоспособностью продукции по цене и качеству.

Следует отметить, что в современных условиях существует опасность снижения цен на импортные товары и открытого демпинга со стороны зарубежных поставщиков продукции легкой промышленности.

В целях минимизации данного риска необходимо продолжить работу по мерам таможенно-тарифного регулирования на ввоз оборудования и сырьевых ресурсов, не производимых в Донецкой Народной Республике, при этом изменения должны происходить взвешенно с учетом интересов российских товаропроизводителей.

Серьезной проблемой является незаконное производство и ввоз на территорию Донецкой Народной Республики продукции легкой промышленности. В данном случае, используя опыт зарубежных стран, важным аспектом минимизации рисков является усиление борьбы в этом направлении. Кроме того, для предприятий, осуществляющих модернизацию производства целесообразно разработать механизм предоставления для них налоговых каникул.

Необъективность и неполнота собранной информации о конъюнктуре рынка, с просчетами в анализе рынка, а также с ошибками в выборе участников реализации планов развития отрасли обуславливаются маркетинговым риском, который можно минимизировать в рамках построения эффективной системы управления предприятиями.

С техническим и технологическим состоянием производства, швейного оборудования связан производственный риск. В настоящее время высок износ

основных фондов отрасли, причина которого в значительной мере связана с изменившимися возможностями предприятий обновлять основные фонды своими силами или привлеченными средствами. Сложившаяся тенденция физического и морального старения основного оборудования парка швейных машин вызывает возрастание производственного риска.

Не урегулирование данной ситуации приведет к тенденции падения объемов производства в последующих годах на 30-50 процентов, с соответствующим высвобождением трудовых ресурсов, и, как следствие, к социальной напряженности в регионах Республики.

Первоочередной мерой снижения данного риска в 2021, 2022, 2023 г.г. и последующие годы, которая будет способствовать сохранению объемов производства продукции легкой промышленности, должно стать создание в Донецкой Народной Республике Кооперационного Инвестиционного Фонда (рис. 2.18), в который бы вошли представители Координационного совета руководителей предприятий легкой промышленности, частных предприятий легкой промышленности, физических лиц предпринимателей, инвесторов других отраслей промышленности или иностранных инвесторов, Центрального Республиканского банка Донецкой Народной Республики. Целью создания данного Кооперационного Инвестиционного Фонда является покрытие потребности в финансовых ресурсах, необходимых для развития предприятий легкой промышленности [260].

Кооперационный Инвестиционный Фонд был бы гарантом для стабильного предоставления Центральным Республиканским банком кредитов по доступным процентным ставкам на закупку сырья и на техническое перевооружение предприятий. Наличие кредитования в Республике повлияло бы на возможность закупки сырья и ускорило бы оборачиваемость ресурсов.

Важно отметить и социальный риск, который может возникнуть по причине нехватки профессиональных кадров и слабой цепи совместного взаимосотрудничества производства, науки и образования в подготовке кадров для отрасли.



Рисунок 2.18 - Кооперационное взаимодействие предприятий легкой промышленности и других заинтересованных участников для покрытия потребности в финансовых ресурсах

Нерегулирование данной ситуации приводит в дальнейшем к полному отсутствию профессиональных кадров в отрасли. Мерой снижения данного риска является подготовка кадров для отрасли легкой промышленности с учетом потребностей в необходимых квалификационных навыках на производственных площадях предприятий, умеющих лицензию и определенные условия; прохождение производственной практики и практических занятий на предприятиях; повышение квалификации на передовых предприятиях легкой промышленности; создание и оснащение центра (лаборатории) моделирования и конструирования швейных изделий программным обеспечением последних версий.

Инновационный риск или риск инновационной деятельности, проявляется в неблагоприятном осуществлении процесса нововведений на предприятиях легкой промышленности, например, при разработке нового вида изделия, конструирования нового вида лекал и получении отрицательного результата при реализации данного вида изделия, так, как продукция относится к виду «не узнаваема».

Для минимизации такого рода рисков, а также узнаваемости продукции отечественных производителей должны быть сформированы механизмы закрепления брендов, торговых марок за предприятиями на законодательном уровне, проведение промоакций и реклам, сезонных показов модной одежды, активизация выставочно-ярмарочной деятельности.

Для развития отрасли в целом, как и предприятий легкой промышленности в отдельности необходимы инвестиции. В связи с не признанностью Республики многие зарубежные контрагенты (инвесторы) боятся вкладывать инвестиции в развитие отрасли и работать по толлинговым схемам, что создает инвестиционный риск. В то же время можно отметить, что отрасль легкой промышленности обладает инвестиционной привлекательностью в силу присущих им экономических особенностей, таких, как: рынокообразующий характер продукции отрасли; короткий цикл оборота капитала и возврата инвестиций и капиталовложений.

Мерой снижения такого риска может быть закрепление на законодательном уровне предоставления иностранным инвесторам преференций, и гарантий инвестиционным проектам.

Таким образом, для создания условий развития отрасли и минимизации рисков, которые влияют на целевые показатели работы отрасли необходима разработка комплексных мероприятий по приоритетным направлениям технологического, экономического и социального развития легкой промышленности, подтверждающих потребность в принятии безотлагательных мер по их реализации, в том числе со стороны государственных органов.

Разработка мероприятий должна быть осуществлена с учетом стратегических целей, нормативных правовых актов, направленных на развитие легкой промышленности в среднесрочной перспективе, а именно должна затрагивать:

1. Законодательные аспекты, нормативные правовые акты, необходимые для развития кооперации и интеграции производственных предприятий в сфере легкой промышленности.

2. Повышение эффективности управления собственностью в отрасли легкой промышленности.

3. Повышение инвестиционной привлекательности отрасли.

4. Создание условий, способствующих улучшению обеспечения легкой промышленности сырьевыми ресурсами.

5. Защита внутреннего рынка от незаконного оборота товаров.

6. Стимулирование экспорта, импортозамещение.

7. Стимулирование инвесторов, в том числе и в работе по давальческой схеме.

8. Предоставление приоритета отечественным производителям в закупках за бюджетные средства и своевременную оплату бюджетных организаций за отгруженную продукцию.

9. Развитие трудовых ресурсов, стимулирующие меры по сохранению кадров, привлечению рабочих и молодых специалистов, активизации научно-исследовательской деятельности.

Реализация указанных мероприятий возможна в рамках маркетингового стратегирования в условиях межотраслевой и отраслевой кооперации, что является предметом исследования следующего подраздела диссертационной работы.

## **2.2 Обоснование необходимости маркетингового стратегирования в условиях межотраслевой и отраслевой кооперации**

Детальный анализ текущего состояния легкой промышленности Донецкой Народной Республики, показал, что при наблюдаются небольшие положительные тенденции в ее развитии. Вместе с этим, остаются проблемы, изложенные в п.2.1. раздела 2, которые негативно влияют на ее экономический рост и финансовую устойчивость.

Установлено, что в отрасли возникают системные проблемы, что обусловлено внутриотраслевыми и внешнеотраслевыми причинами. Это связано, с одной стороны, с деятельностью самой отрасли, с другой – с деятельностью смежных отраслей, несовершенством законодательного обеспечения и осложняются наличием статуса не признанной Республики и сложной политической ситуацией.

Для решения вышеизложенных проблем, характеризующим текущее состояние легкой промышленности, обеспечение повышения эффективности функционирования предприятий легкой промышленности, а также отрасли в целом, целесообразным представляется объединений предприятий легкой промышленности путем локализации, интеграции и кооперации производства, что позволит обеспечить устойчивые конкурентные преимущества в отрасли.

В экономической литературе обосновано, что номенклатура критериев значительно расширяется при вовлечении в процесс кооперации большого количества участников. Важным преимуществом кооперации и интеграции выступает четкая и организованная координация участников для достижения поставленной цели. Это обеспечивается использованием маркетинговой стратегии, которая заключается в установлении последовательного плана маркетинговой деятельности коммерческого предприятия по достижению целей развития предприятия в перспективе.



В рамках реализации маркетинговой стратегии, определяются рынки сбыта, целевые сегменты потребителей, способы ценообразования и каналы продаж; а также фиксируется текущая ситуация на рынке, описываются возможные будущие мероприятия по продвижению и сбыту, определяются расходы (бюджет) предприятия, а также осуществляются корректирующие мероприятия в процессе реализации стратегии и выполнения тактических планов [170].

Текущая ситуация в отрасли показывает, что предприятия легкой промышленности сегодня не имеют четких планов деятельности и игнорируют маркетинговую стратегию. Это приводит к возникновению одних и тех же проблем: рост сменяется спадом, а почему – неизвестно. В такой ситуации предприятия пытаются производить и торговать «всем для всех», работают только под заказ продукции, распыляют рекламу. Одинаковые усилия прилагают для продвижения востребованных и неликвидных товаров, беспорядочно меняют поставщиков сырья, номенклатуру и ассортимент выпускаемой продукции, схемы сбыта, каналы продаж и рекламы и т.д. Ситуация складывается так, что у предприятий легкой промышленности, как и в отрасли в целом нет маркетинговой стратегии – нет производственного плана. Отсутствие плана – приводит к не регулярной хозяйственной деятельности и беспределу на предприятии.

В ходе дальнейшего исследования, рассмотрим примеры хозяйственной деятельности, на примере, некоторых предприятий легкой промышленности Республики по подотраслям.

Предприятие ЧАО «Золотое Руно-Донецк» относится к текстильной подотрасли легкой промышленности.

Основная номенклатура продукции выпускаемой данным предприятием: производство высокообъемной акриловой пряжи крученой от №24/2 до №45/2 и однониточной от № 24/1 до №40/1, стабилизированной, ткацкой для трикотажного и ткацкого производства и чулочно-носочных изделий.

На предприятии имеется необходимый производственный потенциал для выполнения данного вида работ, а именно, четыре цеха: ровничный цех, прядильный цех, тростильно-крутильный цех, участок релаксации. Предприятие оснащено современным оборудованием марок «MachConer», «Суперба», «Мурата», которое позволяет производить продукцию высокого качества. Производственная мощность предприятия – 42 тонны пряжи в месяц, в то же время, на сегодняшний день, загрузка производственных мощностей очень низкая и составляет всего 37,9% (15,9 тонн пряжи в месяц).

Необходимо отметить, что ЧАО «Золотое руно-Донецк» не имеет четкой маркетинговой стратегии, как в приобретении сырья, так и в сбыте готовой продукции. На внутренний рынок реализуется всего около 3% продукции, остальные 97 % на рынки Российской Федерации.

Высокообъемную акриловую пряжу (ПАН 100%) производят из сырья – жгута полиакрилонитрильного, который вплоть до мая 2017 года поступал со стороны завода «Полимир» ОАО «Нафтан» г. Новополоцк, Республика Беларусь. С мая 2017 года в одностороннем порядке со стороны Беларуси были разорваны договорные отношения. Причиной данной ситуации стала непризнанность Донецкой Народной Республики. Решением данной ситуации стало заключение контракта с турецким поставщиком сырья «AK-PA Tekstil Ihracat Pazarlama A.S», который поставляет сырье только через посредника Российской Федерации.

Важным моментом является удорожание сырья на 23% и, следовательно, удорожание готовой продукции ЧАО «Золотое руно-Донецк» (пряжа) в результате поставок турецкого сырья через посредников Российской Федерации. Данная ситуация сказывается на снижении конкурентоспособности продукции, как на внутреннем рынке, так и на рынке Российской Федерации.

Таблица 2.6 - Динамика финансово-экономических показателей работы предприятия ЧАО «Золотое Руно-Донецк»

Наименование показателей	2013 год	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год
Объём реализованной продукции, млн.руб	22,5	0	14,2	27,3	18,8	11,3
Экспорт, млн.руб.	18,1	0	14,2	26,4	18,1	11,3
Импорт сырья, млн.руб.	26,5	0	13,6	22,8	14,7	12,5
Среднесписочная численность, чел.	76	0	28	42	39	42
Среднемесячная заработная плата, руб.	18900	0	4500	9257	7700	8986

Негативным фактором является высокая доля стоимости сырья в себестоимости продукции – 76%, а также длительный цикл переработки сырья в готовую пряжу – 4 недели. Кроме того, спрос на продукцию предприятия характеризуется сезонностью и, следовательно, в летние месяцы она не востребована, как на внутреннем рынке, так и на рынках Российской Федерации.

Следующим объектом для анализа выступает ПАО Снежнянская швейная фабрика «Снежинка», которое относится к швейно–трикотажной подотрасли легкой промышленности (табл. 2.7).

Предприятие было основано в 1964 году и практически сразу стало градообразующим. Специализировалось на пошиве одежды для детей от ясельного возраста до 16 лет.

В 1998 году произошло второе рождение «Снежинки». Необходимо отметить, что 16 лет в столице Франции носили одежду, которую шила «Снежнянская швейная фабрика «Снежинка». Была использована давальческая схема при работе с Францией.

Так, до 2014 года основное производство изделий было связано с фирмой ООО «Утек-мод» (Луганское предприятие – посредник, имеющий договор с

Францией и распределявший заказы по Украине), с которой предприятие сотрудничало 15 лет.

Таблица 2.7 – Динамика финансово-экономических показателей работы предприятия Снежнянская швейная фабрика «Снежинка»

Наименование показателей	2013 год	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год
Объем произведенной продукции, млн.руб.	22,5	2,2	3,4	8,4	13,0	11,5
Объём реализованной продукции, млн.руб.	23,4	2,2	3,4	8,4	13,0	11,5
Экспорт, млн.руб.	19,7	0	0	0	0	0
Импорт сырья, млн.руб	0	0	0	0	0	0
Среднесписочная численность, чел.	120	27	29	39	43	42
Среднемесячная заработная плата, руб.	15600	2200		5162	5122	6408

В настоящее время продукция производимая предприятием имеет следующую номенклатуру: пошив полного ассортимента одежды из текстильных тканей.

Положительной характеристикой предприятия является оснащённость новейшим оборудованием разного вида, класса, таких фирм как: «KARL MAYER» – Швейцария, JUKI- Япония, PFAFF, DURKOPP - Франция, ТЕХТИМА- Германия, TYPICAL - Венгрия. Производство имеет замкнутый цикл от раскроя одежды и ее пошива, до ее реализации.

В настоящий момент, снежнянская швейная фабрика «Снежинка» специализируется на производстве полного ассортимента одежды для мужчин, женщин и детей: платья, юбки, блузы, брюк, кофты и т.д. По специальному заказу может изготавливаться камуфлированная форма, а также спецодежда для машиностроительных предприятий, угольной промышленности, МЧС, здравоохранения и т.д., постельные принадлежности.

В связи с тем, что в Республике нет собственной сырьевой базы для изготовления изделий используют ткани, таких производителей: «Брянский камвольный комбинат», «Чаковский текстиль», «Ивановский хлопчатобумажный комбинат им. Самойлова» Российской Федерации, «Шуйские ситцы».

На сегодняшний день, штат сотрудников предприятия составляет 44 человека. Загрузка производственных мощностей предприятия, как отмечалось ранее – 30 %. Объем сырья в стоимости готовой продукции составляет 65 %. Сырье для производства предприятие вынуждено приобретать у поставщиков сырья вне Донецкой Народной Республики, что приводит к удорожанию продукции и, следовательно, снижению ее конкурентоспособности.

В случае необходимости обеспечения полной загрузки предприятия, количество сотрудников необходимо увеличить до 120 человек.

В текущей ситуации, предприятие работает исключительно под заказы силовых и гражданских ведомств, промышленных предприятий. Вследствие этого, на предприятии не выработан четкий стратегический план осуществления хозяйственной деятельности. Таким образом, производственная деятельность данного предприятия зависит только от заказов органов исполнительной власти и победы в тендерах, проводимых в Республике, что значительно сужает его экономические возможности.

Следующий объект для изучения – общество с ограниченной ответственностью «Лемуа», специализирующееся на швейно-трикотажной деятельности.

Шахтерская швейно-трикотажная фабрика начала свою деятельность в 1970 году и достаточно быстро завоевала положительный имидж среди покупателей. К 1980 году предприятие выпускало около 15% бельевого трикотажа, производимого в Донбассе, свыше 80 изделий маркировались государственным Знаком качества.

С 1995 года компания начала сотрудничать с французской фирмой «Зонье». Производимая продукция по давальческой схеме поступала в магазины Бельгии, Франции, Германии.

В 2000 году на базе фабрики было создано предприятие «Шахтерский трикотаж». В июне 2003 году предприятие стало дипломантом первого открытого фестиваля «Текстиль и Мода-2003», который проводился в Донецке под руководством знаменитого Кутюрье В.М. Зайцева. В 2011 году, в связи с реорганизацией швейно-трикотажной фабрики, была образована компания «LEMUA» (ООО «Лемуа»).

В 2014 году предприятие было перерегистрировано для необходимости осуществления хозяйственной деятельности в правовом поле Донецкой Народной Республики. Участниками общества с ограниченной ответственностью стали 5 физических лиц (граждан ДНР).

К основной номенклатуре производимой продукции относится следующая: одежда детского, женского, мужского нижнего и верхнего трикотажа торговой маркой «Лемуа».

Таблица 2.8 - Динамика финансово-экономических показателей работы предприятия ООО «Лемуа»

Наименование показателей	2013 год	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год
Объем производства продукции, млн.руб	67,6	5,7	8,9	5,4	7,7	11,4
Объем реализованной продукции, млн.руб	69,8	5,7	9,2	5,7	7,4	11,5
Экспорт, млн.руб	59,4	0	3,8	0,4	0	0
Импорт, (сырье) , млн.руб	70,8	0	10,0	15,6	11,0	13,1
Среднесписочная численность работников, чел.	50	8	17	18	22	27
Среднемесячная заработная плата работников, руб.	18000	3325	5608	6245	7816	8270

Представленная в таблице 2.8 динамика финансово-экономических показателей свидетельствует о постепенном их улучшении к 2019 году, однако масштабы и результаты деятельности остаются значительно ниже довоенного периода.

В настоящее время производственная мощность предприятия ООО «Лемуа» составляет 50 тыс.шт. трикотажных изделий в месяц. Высокое качество производимой продукции обусловлено оснащенностью предприятия специализированным швейным оборудованием современных производителей таких стран, как Япония, Италия, Германия, Китай.

Поставки сырья осуществляются через посредников-контрагентов из Турции и поставщиков сырья Российской Федерации. Важным моментом является наличие у предприятия сложностей, связанных с осуществлением платежей без посредников с поставщиками сырья из Турции и РФ (это влечет за собой удорожание производимой продукции и делает ее неконкурентоспособной на внутреннем рынке и невозможность реализации на рынках РФ).

На внутреннем рынке основными потребителями предприятия выступают крупные торговые сети Республики ООО "Галактика", ООО "Старт Трейд, ООО "Караван", ООО "Сигма Ленд", ИП Лискунова Л.В.(РФ).

Предприятие ЧП «Лина» относится к кожевенно–обувной подотрасли легкой промышленности. К основной номенклатуре продукции, производимой ЧП «Лина», относится переработка мокросоленых шкур крупного рогатого скота.

Предприятие основано в августе 1994 году совместно с фирмой "Merolla S.A.S."(Италия, г. Неаполь). К основным видам деятельности предприятия ранее относился экспорт и торговля высококачественной итальянской обувью на внутреннем и внешнем рынках.

В 2001 году был построен завод по производству полуфабриката «wet-blue», который включает в себя цех по переработке шкур крупного рогатого

скота, станцию очистки сточных технологических вод и административно-бытовой корпус.

К преимуществам предприятия относится использование итальянской технологии производства кожевенного полуфабриката. Для этого имеется оборудование ведущих кожевенных фирм Италии (Billeri, Gozzini, 3P) и Швейцарии (Huni).

Мощность завода составляет 200 тонн переработки сырья в месяц, что позволяет выпустить дубленый кожевенный полуфабрикат «wet-blue» в количестве 32000 м кв. Продукция предприятия экспортируется в Европу, в т. ч. Польшу, Италию.

Таблица 2.9 - Динамика финансово-экономических показателей работы предприятия ЧП «Лина»

Наименование показателей	2013 год	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год
Объем производства млн.руб.	201,8	7,9	3,6	31,6	20,9	2,3
Объем реализованной продукции, в действующих ценах млн.руб.	201,8	5,9	5,9	31,6	20,9	2,3
Объем реализованной продукции, в натуральном выражении тыс.кв.м	323,4	10,7	4,4	50,8	30,3	4,3
Экспорт всего, тыс.руб.	201,8	-	3,6	31,6	20,9	2,3
Импорт( сырье)	194,3	-	3,5	30,6	20,1	2,2
Среднесписочная численность работников, всего чел	33	8	8	9	14	11
Среднемесячная заработная плата работников руб.	8032	3810	4075	5324	5254	3322

Рассматривая основные показатели деятельности предприятия, следует отметить негативную тенденцию – значительное сокращение результатов деятельности в 2019 году по сравнению с предыдущими периодами.



На сегодняшний день сырье – макросоленные шкуры, как и для большинства других предприятий отрасли, вынуждены завозить из РФ. Это приводит к увеличению себестоимости готовой продукции из-за прохождения таможенных процедур и снижает его конкурентоспособность на внешнем рынке.

К сожалению, в настоящее время производство приостановлено из-за отсутствия на территории Республики сырья (шкур крупного рогатого скота) и неимения стратегического плана развития предприятия.

В Республике производством обуви для населения занимается 17-ть физических лиц предпринимателей: ФЛП Магеря В.А., ФЛП Зайцев И.В. (ТМ «Сталкер»), ФЛП Винник Ю.Н., ФЛП Добшин Ю.П., ФЛП Пахомов В.Ю., ФЛП Перевезенцев И.Г., ФЛП Прийменко Е.А., и др. [245].

В существующей ситуации, производство обуви в Республике осуществляется мелкими партиями с небольшим ассортиментом и составляет всего 7% от общего объема обуви в розничной продаже.

На основании проведенного анализа, можно утверждать, что основные проблемы ФЛП очень похожи между собой. Приведем их характеристику на примере ведения хозяйственной деятельности Физического лица-предпринимателя Прийменко Е.А..

Производственная деятельность физического лица-предпринимателя Прийменко Е.А. осуществляется на арендованной площадке. Его специализацией является производство модельной женской и мужской обуви ТМ «Юг», а также спецобуви. Каждый сезон создается 15-20 новых моделей.

Произведенная продукция реализуется через торговые сети Донецкой и Луганской Народных Республиках, также предприятие участвует в закупках товаров за бюджетные средства и собственные средства предприятий на территории ДНР (для МЧС, внутренних войск).

Среднесписочная численность работников предприятия составляет 7 чел. Уровень заработной платы колеблется в пределах 8 тыс. руб. Уровень загрузки производственных мощностей составляет 50%. Полностью все сырье и материалы, необходимые для производства обуви, импортируются.

По информации предоставленной ГЛАВСТАТ Донецкой Народной Республики за период январь-ноябрь 2019 г. физическими лицами предпринимателями, производителями обуви всего было произведено и реализовано обуви на общую сумму 37,0 млн.рос.руб. Это составляет всего лишь 7,1 % от общего объема реализованной обуви Республике. При этом 92,9 % составляет обувь импортированная от Российских и азиатских производителей [245].

Проведенный анализ позволил выделить основные проблемные вопросы ФЛП Прийменко Е.А. и других производителей обувной продукции: недостаток на территории Донецкой Народной Республики запчастей для оборудования; дефицит сырья и необходимого числа комплектующих для производства модной и современной обуви; нехватка профессиональных кадров по причине оттока молодых специалистов (обученных на предприятии) в Российскую Федерацию; отсутствие достаточных оборотных средств для ведения хозяйственной деятельности.

С целью решения проблем предприятий легкой промышленности Республики и обеспечения высоких конкурентных позиций отрасли необходимо способствовать развитию кооперации предприятий, которая будет стимулировать мобилизацию внутренних резервов, а также максимальное использование имеющегося производственного и кадрового потенциала.

### **2.3 Кооперация, как фактор развития инновационной активности легкой промышленности Донецкой Народной Республики**

Выполненный ранее в работе анализ позволяет утверждать, что наиболее глобальной и приоритетной задачей в развитии легкой промышленности Донецкой Народной Республики является ее преобразование в динамично развивающуюся, высокотехнологичную, эффективную и конкурентоспособную отрасль, обеспечивающую увеличение доли отечественных товаров на внутреннем рынке и выход на внешний рынок.

Сложившаяся экономическая ситуация Республики и состояние промышленности Донецкой Народной Республики изложенное в подразделе 2.1 данной научной работы требуют незамедлительного решения проблемы удовлетворения потребностей внутреннего рынка за счет замещения импорта товарами собственного производства. Именно поэтому, стимулирование инновационной активности развития легкой промышленности Донецкой Народной Республики является необходимым и актуальным ввиду высокой социальной значимости, а также глубокой рыночной ориентированности данной отрасли, что будет способствовать развитию экономики Республики в целом.

К специфике производства товаров легкой промышленности следует отнести его приближенность к процессу конечного массового потребления, что объективно способствует созданию и развитию предпринимательской конкурентной среды и требует повышенного внимания к активизации маркетинговой деятельности посредством развития маркетинговых активов кооперационного взаимодействия предприятий легкой промышленности и смежных отраслей.

В целом, развитие предприятий и предпринимательства в отрасли легкой промышленности ориентировано на трехсторонний результативный эффект. С одной стороны, это будет способствовать созданию рабочих мест и повышению занятости населения, с другой, наполнению Республиканского бюджета и Пенсионного фонда, а с третьей - улучшению благосостояния и качества жизни населения.

Развитие производственной кооперации, призвано стимулировать мобилизацию внутренних резервов и максимальное использование имеющегося производственного и кадрового потенциала. Это дает возможность обеспечить эффективные конкурентные позиции легкой промышленности Республики.

Изучение различных исследований относительно термина «промышленная или производственная кооперация», показало его возможность использования как в узком (отраслевая кооперация), так и в широком значении (межотраслевая кооперация). Промышленная кооперация может быть определена как долгосрочное сотрудничество, которое основано на распределении функций между различными предприятиями легкой промышленности [100].

Очередным важным этапом изучения кооперации, как направления развития легкой промышленности Донецкой Народной Республики, является структурирование причин ограниченного развития кооперации в легкой промышленности Республики. Среди них различают: производственные, инфраструктурные, информационные, организационно-управленческие, кадровые и технологические.

Детальная систематизация причин представлена на рисунке 2.19.



Рисунок 2.19 - Причины недостаточной развитости кооперации в легкой промышленности Донецкой Народной Республики

Определим перспективные направления развития сотрудничества, в отрасли легкой промышленности учитывая ее специфику и широкий охват продукции, используемой в легкой промышленности Донецкой Народной Республики:

- осуществление предприятиями совместных инвестиционных и (или) кооперационных проектов направленных на модернизации и создание новых производств товаров, не производимых на территории Республики или производимых в недостаточном количестве (например, обуви (включая производство обувной и галантерейной фурнитуры, колодок и иных частей обуви), хлопчатобумажных тканей и трикотажных полотен);

- создание и реализация совместных проектов по освоению и применению новых технологий.

На основании проведенного анализа международного опыта государственного стимулирования производственной кооперации установлено, что наиболее действенными мерами государственной политики в сфере содействия производственной кооперации в передовых странах мира, главным образом [79], являются: установление правовых рамок для проведения производственной кооперации, в том числе механизмов разрешения споров; ликвидация барьеров, препятствующих развитию кооперации; организационная и информационная поддержка предприятий в поиске партнеров по бизнесу, проведение выставок, конференций; облегчение доступа к информации и развитие возможностей участия предприятий легкой промышленности всех форм собственности в госзакупках.

В результате проведенного анализа причин недостаточной развитости кооперации в легкой промышленности Республики определены следующие выводы.

Достижение высокой эффективности промышленной кооперации возможно в том случае, когда партнеры открыты, понимают и принимают выгоды долгосрочного сотрудничества и их действия направлены на результат, при этом необходимо, чтобы предприятия и их производственные процессы были технологически и технически совместимы.

Важным фактором выступает готовность предприятия к промышленной кооперации. На нее в наибольшей степени влияют общий уровень развития

бизнеса и внешние рыночные условия, а именно: наличие отработанной технологии собственного производства, при которой заказы могут выполняться в «конвейерном» режиме; наличие возможностей встраивания предлагаемых предприятием продуктов в производственные процессы других предприятий; обеспеченность предприятия эффективной информационной и логистической инфраструктуры.

К базовым требованиям относительно участников промышленной кооперации относят такие: использование эффективных технологий, современного оборудования, сроков поставок продукции, обеспечение достаточной квалификации персонала и эффективное управление производственным процессом.

Для обеспечения реализации внутривнутриреспубликанской производственной кооперации необходимо применение следующих инструментов: оценка состояния внутреннего рынка; поддержка предприятий текстильного и швейного производства и производства обуви, направленных на расширение их присутствия на рынке Донецкой Народной Республики, и увеличение производства продукции, необходимой другим предприятиям топливно-энергетического комплекса, и обрабатывающих производств, организациям социальной сферы, населению области; стимулирование содействия по взаимодействию предприятий внутреннего рынка между собой; создание информационной среды осведомленности о мероприятиях, способствующих расширению партнерских связей.

Для решения поставленных задач целесообразным является рассмотрение одной из распространенных форм производственной отраслевой кооперации – субконтрактинга. Установлено, что субконтрактинг может применяться промышленными предприятиями для оптимизации производственных процессов. Его суть заключается в том, что одно промышленное предприятие (контрактор) размещает на другом предприятии (субконтракторе) заказ на разработку или изготовление определенной продукции, или на выполнение

технологических процессов в соответствии с требованиями заказчика, позволяющее компании-контрактору выстроить более действенную и эффективную организационную структуру производства. В пользу субконтрактиннга выступает, возможность головному предприятию (контрактору) избавиться от непроизводительных издержек на содержание недозагруженных производственных мощностей и сконцентрировать усилия на стратегических и наиболее важных задачах - технологическом перевооружении или обновлении модельного ряда выпускаемой продукции и т.д.. Субконтракторы (как правило в их роли, выступают физические лица-предприниматели, малые и средние предприятия), за счет выполнения работы по субконтрактам, достигают высокого уровня загрузки оборудования и высокой производительности [189]. Субконтрактацию целесообразно использовать в случае, если необходима более высокая специализация, чем используемая на крупном предприятии, или необходимый объем производства недостаточно велик, или нет необходимости создания сбытовых структур для проникновения на определенный рынок.

Таким образом, применение механизма субконтрактации позволяет оптимизировать процесс производства и в значительной степени повысить конкурентоспособность, как на уровне предприятия, так и на уровне Республики (рис. 2.20).

Одной из приоритетных задач предприятий легкой промышленности Республики является налаживание межотраслевой кооперации и формирование спроса потребителей за счет снижения стоимости готовой продукции. Для обеспечения данной задачи, отечественным производителям необходимо движение в двух направлениях: 1) активнее сотрудничать со смежными отраслями промышленности, с целью снижения затрат на производство продукции; 2) заключать контракты с крупными ритейлерами определенных брендов, увеличивая их долю локализации в одежде.





Рисунок 2.20 - Отраслевая кооперация предприятий легкой промышленности Донецкой Народной Республики на примере производства швейных изделий

Схема межотраслевой кооперации предприятий легкой промышленности Донецкой Народной Республики изображена на рис. 2.21.

В качестве положительного примера межотраслевой кооперации можно привести организацию производства средств индивидуальной защиты (маска медицинская) на ООО «Транстрой». На основе межотраслевой кооперации швейное предприятие сумело произвести модернизацию линии ультразвуковой стежки (сварки) для производства масок медицинских.

Еще один успешный пример кооперации – машиностроительное предприятия «Донецгормаш». Так на договорной основе было переоснащено основное производство линии ультразвуковой сварки для производства масок. Механическую обработку втулок произвело машиностроительное предприятие Донфрост, которое специализируется на производстве холодильного оборудования. Сырье «Спанбонд» из Нижнего Новгорода Российской Федерации для производства масок медицинских поставило фармацевтическое предприятие «Олфарм-Восток». В результате такой межотраслевой кооперации были достигнуты следующие результаты: снизились затраты на

производство масок медицинских, повысилась загрузка производственных мощностей, снизилась стоимость продукции и т.д.

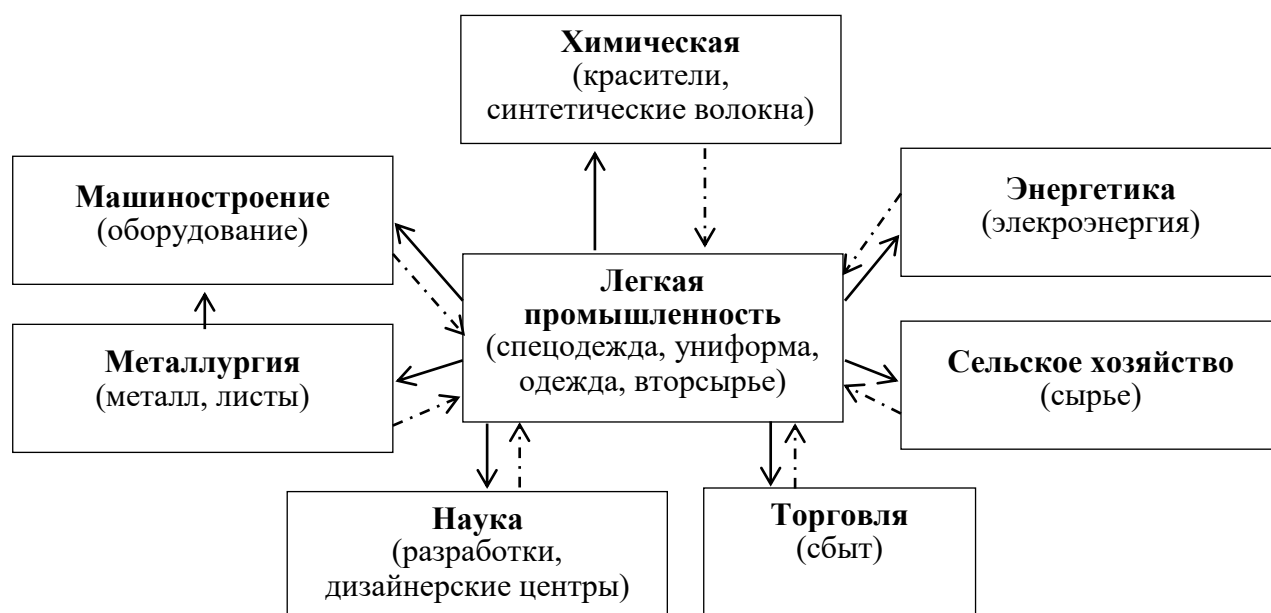


Рисунок 2.21 - Схема межотраслевой кооперации предприятий легкой промышленности Донецкой Народной Республики

Подытоживая приведенные примеры, пришли к следующим выводам, что в условиях современной политической ситуации и состояния промышленности Донецкой Народной Республики, с учетом не признанности и экономической блокады, требуют незамедлительного решения проблемы удовлетворения потребностей внутреннего рынка за счет замещения импорта товарами собственного производства, насыщения рынка качественными конкурентоспособными товарами.

Ключевым элементом конкурентоспособности в данной ситуации выступают интеграционные отношения в легкой промышленности, поэтому они должны быть правильно установлены в сочетании с кооперацией. Формирование интегрированных структур в легкой промышленности (интеграционные связи специально разрабатываются с целью последующего

создания интегрированных структур и их практической реализации) является надежной основой для выхода компаний легкой промышленности из стагнации в условиях экономической блокады [191].

С целью повышения эффективности деятельности субъектов хозяйствования, при апробировании кооперативно-интеграционного переустройства на предприятиях легкой промышленности, а именно создания кооперативных и интеграционных вертикально-горизонтальных объединений, целесообразно использовать приведенную классификацию понятий по установленным уровням хозяйствования, в рамках которой выделяется шесть уровней (рис. 2.22):

1. Первый (основной) уровень подразумевает отраслевую кооперацию предприятий легкой промышленности. Терминология данного уровня должна быть ориентирована на требования совершенствования внутривозрастных экономических отношений используя внедрение хозяйственного, экономического и коммерческого расчета для всех субъектов хозяйствования без исключения. При этом внутривозрастные подразделения необходимо перевести на договорные отношения с условием формирования коммерческого дохода.

Коммерческий доход необходимо установить как основной источник стимулирования труда и развития производства трудовых коллективов и подразделений. К действенным моделям работы в данной системе можно отнести кооперационные объединения, союзы, ассоциации, общества и товарищества.

Вместе с этим, если для хозяйств, которые обеспечивают нормальное производство, кооперация может быть добровольной, то для убыточных, нерентабельных, неплатежеспособных – обязательной.



Рисунок 2.22 - Классификация понятий по конкретным уровням хозяйствования при апробировании кооперативно-интеграционного переустройства на предприятиях легкой промышленности

2. Второй уровень – установление кооперации с торговыми центрами по обслуживанию населения.

Использование такой кооперации значительным образом освободит действующие предприятия лёгкой промышленности от необходимости поиска потребителей продукции, а также будет способствовать рационализации сферы услуг населению.

3. Третий уровень – городской, районный ориентирован на межотраслевую кооперацию. В современных условиях хозяйствования терминология данного уровня должна отводить существующим комплексам роль предприятий-интеграторов, вокруг которых формируются зоны хозяйств, производящих и поставляющих на комплексы необходимое оборудование и сырье. Сюда целесообразно относить машиностроительные предприятия, предприятия фармацевтической и химической промышленности, сельскохозяйственной промышленности и т.д. Создание или восстановление таких структур по технологическим цепям является в ведении местных органов власти – администраций городов и районов Республики. При таком варианте развития событий все предприятия городов и районов объединятся в единую технологическую цепь «производство исходных ресурсов, поставка сырья, производство продукции и сбыт готовой продукции».

4. Четвертый уровень – кооперация с кредитно-финансовыми организациями. На данном уровне желательно вхождение в производственные отраслевые кооперационные объединения финансовых структур, например, отделений банков. Важным условием является, чтобы эти кредитно-финансовые организации в некоторых случаях даже выступали интеграторами. Минусом настоящего времени является отсутствие кредитование. Выходом из сложившейся ситуации является формирование своих финансово-расчетных центров и кредитных кооперативов в форме обществ взаимного кредита – в составе кооперационных производственных групп.

5. Пятый уровень – Республиканский. Здесь наиболее целесообразными мероприятиями выступает формирование понятийного

аппарата, максимально соответствующему вертикальным объединениям преимущественно в виде Координационного Совета либо Ассоциации производителей, холдингов, концернов, союзов и т.д., так как это наиболее динамичная и подвижная структура, гибко учитывающая экономические интересы участников, допускающая вхождение различных форм предприятий (акционерных, государственных, частных, крупных, малых и физических лиц-предпринимателей) и имеющая хорошую управляемость, в том числе с участием государственных органов. На этом уровне республиканские вертикальные кооперативные объединения должны получить окончательное завершение. При этом в их состав будут входить холдинги и низовые кооперативные объединения по своему профилю, строиться сугубо на договорных отношениях.

Создание специальных интегрированных структур в Республике для определения интеграционных отношений между ними связано с необходимостью повышения экономической эффективности предприятий легкой промышленности. Одним из эффективных путей решения проблемы конкурентоспособности легкой промышленности в Республике является разработка целостной системы построения интеграционных взаимоотношений в компаниях легкой промышленности. Учитывая современное состояние легкой промышленности Республики и необходимость ее незамедлительного развития требуют формирования универсального подхода к повышению конкурентоспособности предприятий, который возможен на основе кооперативных и интеграционных отношений. При этом обеспечение более стабильной и эффективной работы компаний в динамике возможно на основании стимулирования интеграционных отношений в сочетании с сотрудничеством и основными инструментами повышения конкурентоспособности.

На республиканском уровне необходимо завершить республиканскую специализацию по производству продукции, участвующей в закупках за бюджетные средства и собственные средства предприятий, сформировать зоны

преимущественного и наиболее качественного производства продукции необходимой для ведомств, силовых структур и других проектов. Для этого важно на данном уровне правильно определить головные предприятия и фирмы, ответственные за создание холдингов, их специализацию и принять соответствующие решения государственных органов и нормативные правовые акты. Данный уровень, а именно уровень государственной стратегии и политики развития промышленности, в том числе легкой промышленности должен создать нормальные условия для надежного научного обеспечения отраслей. Важным моментом является укрепление материальной базы всех научно-исследовательских институтов. Помимо вышеизложенного, важным условием выступает тесное сотрудничество ученых с республиканскими производственными и обслуживающими объединениями, комплексами и холдингами на договорных началах, осуществлять научное обеспечение кооперативно-интеграционных объединений на взаимовыгодных условиях.

6. Шестой уровень – межгосударственный и международный (внешняя кооперация). Терминология данного уровня должна соответствовать формам их проявления:

при создании транснациональных корпораций и компаний. Особо важным это является для нашей Республики при возрождении, например, крупных производственных комплексов хлопчатобумажной ткани и производства текстильной продукции. Как известно, в настоящее время сырьевая база в Республике практически отсутствует. Исходя из этого, такие комплексы могут выступать как предприятия-интеграторы для создания транснациональных компаний (прежде всего с российскими поставщиками сырья). Российские или иные зарубежные поставщики могут, например, поставлять сырье (ткань, фурнитуру, прикладные материалы) и с их помощью совместно с отечественными производителями Республики производить дешевую качественную продукцию легкой промышленности, реализовывать, а прибыль распределять по участию;

при создании совместных и смешанных предприятий легкой

промышленности с участием иностранных инвестиций и капитала. Это достаточно выгодная форма кооперации, но вместе с тем не получившая достаточного развития в легкой промышленности;

вхождение Координационного совета руководителей предприятий легкой промышленности Республики в Российский союз предпринимателей текстильной и легкой промышленности позволит увеличить конкурентоспособность отечественной текстильной, швейной, кожевенной и обувной подотраслей и, таким образом, будет способствовать интеграции отечественной легкой промышленности в мировой рынок при сохранении и увеличении производственного и финансового потенциала предприятий отрасли.

Результаты систематизации преимуществ внедрения интеграционных и кооперационных связей в легкой промышленности показано на рис. 2.23.



Рисунок 2.23 – Преимущества внедрения интеграционных и кооперационных связей в легкой промышленности



Из вышеизложенного следует, что интеграционные и кооперационные отношения в рыночных условиях хозяйствования, в том числе в условиях экономической изоляции Республики, должны рассматриваться, как самостоятельные отношения субъектов хозяйствования разных форм собственности, объединяющихся с целью удовлетворения своих общих, экономических, социальных и культурных потребностей с помощью совместного владения демократически управляемым предприятием.

К основным признакам объединения предприятий легкой промышленности в интеграционные и кооперационные связи относят: хозяйственная и правовая самостоятельность кооперирующихся предприятий; совместное и планомерное воздействие на объекты кооперации; взаимная заинтересованность и использование потенциальных возможностей в совместной работе.

Правильно сформированные кооперативные связи обеспечивают эффективное решение следующих задач: обеспечение взаимной гарантии рисков; общая защита промышленных секторов и инвестиций; увеличение конкурентоспособности отдельных предприятий и надежности их работы за счет обоюдной поддержки кооперированных предприятий и сокращения их затрат на единицу продукции; совместные усилия для проведения рекламы реализуемой продукции, что позволяет уменьшить удельные затраты на единицу времени; повышение имиджа кооперированных предприятий (определенная гарантия надежности и стабильности работы таких предприятий, которые зачастую используют по договоренности единую торговую марку, что гарантирует высокий уровень качества товаров и услуг); объединение финансовых средств для закупок крупных партий товаров по более низким ценам.

Как показало проведенное исследование терминологического аппарата двух понятий (интеграции и кооперации) построение интеграционных и кооперационных связей является одним из приоритетных направлений развития легкой промышленности в нынешних условиях, а также одним из

очевидных путей по повышению конкурентоспособности легкой промышленности. Следовательно, предложенная система управления промышленным производством в отрасли Республики является необходимой.

Подытоживая результаты проведенного исследования, можно утверждать, что важным условием наращивания потенциала легкой промышленности выступает создание единого союза легковиков или концерна (один из элементов при построении интеграционных и кооперационных связей), объединяющего группу предприятий по ряду критериев и параметров (экономических, социальных, и т.д.).

## **Выводы по разделу 2**

Последние исследования в области современного состояния легкой промышленности показали, что большая часть развивающихся стран с низким ВВП на жителя активно развивают текстильную отрасль легкой промышленности. Страны со средним уровнем доходов обычно частично обеспечивают текстильной продукцией себя и близлежащие региональные рынки. Цивилизованные страны почти утратили текстильную отрасль (исключением является - технический текстиль) и импортируют готовые потребительские товары. В Европейских странах же имеют преимущество давальческие схемы, что, в свою очередь, увеличивает торговый баланс текстильной продукции. Государства, в которых прогрессирует сырьевая экономика (минеральные и сельскохозяйственные ресурсы), также импортируют текстильную продукцию.

Стагнация промышленного комплекса, в том числе и легкой промышленности Донецкой Народной Республики обусловлена прежде всего сложившейся геополитической ситуацией, которая исключила регион из системы экономических связей, отрезала от источников сырья и рынков сбыта. Экономическая блокада со стороны Украины фактически привела к остановке ряда предприятий легкой промышленности. Политическая не признанность

Республики усугубила ситуацию, поскольку сделала невозможным развитие легкой промышленности по внешнеэкономическим направлениям.

В настоящее время предприятия легкой промышленности производят продукцию только на внутренний рынок и это в основном это продукция швейных предприятий (униформа для структур и ведомств, спецодежда для промышленных предприятий, медицинских учреждений, АЗС, школьная форма и т.д.).

Таким образом, в Республике наблюдаются процессы деградации производственного потенциала легкой промышленности.

Разрыв традиционных производственных связей с промышленным комплексом Российской Федерации, со странами СНГ, ЕврАзЭС, Восточной Европы, свертывание сотрудничества с партнерами из развивающихся стран привело к тому, что предприятия легкой промышленности Республики были лишены как внешнего, так и внутреннего рынков сбыта, что определило их полную нежизнеспособность ввиду отсутствия классических факторов, способствующих развитию производства - источников сырья и рынков сбыта.

Выход продукции предприятиями легкой промышленности Республики на рынок Российской Федерации сдерживается как политическими, так и экономическими препятствиями, административными методами дискриминации производителей из ДНР и ограничением их деловой практики, а именно: установление квот на ввоз продукции в Российскую Федерацию, применение индикативных цен и таможенно-тарифное регулирование.

Разрыв экономических связей и потеря традиционных рынков сбыта, ограниченная ёмкость и высокая конкуренция внутреннего рынка, высокая себестоимость конечной продукции легкой промышленности, сложности с выходом на рынок Российской Федерации и стран Таможенного Союза привели к снижению загрузки производственных мощностей, узости ассортимента выпускаемой продукции, удорожанию ее стоимости.

При этом основное сырьё для легкой промышленности традиционно импортируется на территорию Республики. В настоящее время потеря

традиционных рынков сырья и отсутствие свободных финансовых ресурсов не позволяют промышленным предприятиям организовать стабильный производственный процесс.

Тяжелое финансовое состояние абсолютного большинства предприятий легкой промышленности делает практически невозможным осуществление инвестирования за счет внутренних ресурсов перспективных, ориентированных на экспорт проектов.

Отсутствие в Республике механизма кредитования в условиях крайне ограниченных финансовых ресурсов практически не позволяет предприятиям легкой промышленности полноценно развивать и наращивать производство, осуществлять его модернизацию и техническое перевооружение. Высокий дефицит бюджета не позволяет осуществлять государственную поддержку производителей легкой промышленности.

Результаты анкетного опроса руководителей предприятий легкой промышленности Донецкой Народной Республики подтверждают, что отсутствие и нехватка оборотных средств, низкая доступность финансовых ресурсов, отсутствие кредитования являются одними из главных проблем и сдерживающих барьеров для деятельности предприятий Республики.

Таким образом, целями концептуальных подходов к развитию легкой промышленности являются: развитие малого предпринимательства в отрасли легкой промышленности; возобновление функциональности имеющихся производственных предприятий легкой промышленности и создание новых предприятий разных форм собственности; насыщение рынка Донецкой Народной Республики качественными товарами легкой промышленности отечественного производства; существенное увеличение объемов производства, увеличение доли отечественных товаров на внутреннем рынке, образование рабочих мест, максимальное увеличение наполнения бюджета и Пенсионного фонда Донецкой Народной Республики; уменьшение процента «серого импорта», теневого производства и товарооборота легкой промышленности потребительского рынка; выход на внешние рынки, завоевание отечественными

производителями репутации производителей качественной продукции легкой промышленности.

Достижение поставленных целей требует решения следующих задач:

Активизация предпринимательства в сфере производства продукции легкой промышленности для удовлетворения потребностей населения ДНР, силовых структур и ведомств, других отраслей промышленности, АПК, строительства, торговли и общественного питания, медицины, науки и образования, производственной и рыночной инфраструктуры, предприятий финансовой сферы, других предприятий сферы предоставления услуг.

Детальное изучение процессов кооперации, а также интеграционная связь научно-исследовательских учреждений, организаций легкой промышленности, аналогичных отраслей и малого бизнеса.

Создание частных, коллективных, в том числе государственных организаций легкой промышленности производится на ранее действующих, так и на основе добровольного пожелания учредителей (собственников) с выбором специализации и детализации производства, а также уровня социально-экономической ответственности.

Создание ресурсного обеспечения предприятий легкой промышленности: привлечение финансовых ресурсов, в том числе, и капитальных инвестиций; обновление материально-технической базы, в том числе, техническое перевооружение и модернизация производства; эффективное управление трудовыми ресурсами: обоснование потребности в кадрах, направлений подготовки и переподготовки кадров, нормирования и оплаты труда, систем экономического стимулирования, в том числе корпоративного участия в доходе.

Процесс инновационной деятельности легкой промышленности включает в себя: разработку и внедрение инновационных технологий производства; энерго- и ресурсосбережения; целенаправленного использования ресурсов, а также вторичного сырья; производство инновационных товаров, уникальных и особенных изделий; осуществление контроля над экологической безопасностью

производства и товаров; стимулирование экономической активности субъектов хозяйствования и их сотрудников;

Формирование цивилизованного потребительского рынка и рыночной инфраструктуры, развитие межотраслевой товаропроводящей сети, уничтожение нелегального производства, борьба с противозаконным импортом, постоянный контроль качества выпускаемой продукции, в том числе импортных товаров.

С целью развития торговых связей с организациями Российской Федерации, иных государств ближнего и дальнего зарубежья применяются следующие методы: организация и участие в выставках-ярмарках, показах изделий, работе товарных бирж и специализированных оптовых центров, специальных семинарах и конференциях, издание и распространение каталогов изделий и сборников, осуществление рекламной работы и контрактной деятельности.

Создание глубоко интегрированной межотраслевой и отраслевой кооперации, как внутри промышленного комплекса ДНР, так на межреспубликанском уровне, во взаимодействии с промышленным комплексом Луганской Народной Республики, а также разработка Стратегии развития предприятий и отрасли в целом с учетом развития и применения маркетинговых активов. .

Таким образом, маркетинговая стратегия в условиях интеграции и межотраслевой и отраслевой кооперации нужна, не только ряду предприятий, объединению предприятий, но и отрасли в целом. Суть любого бизнеса – изыскание прибыли, при прочих дополнительных целях. Согласно проведенным исследованиям, наличие и соблюдение маркетинговой стратегии, обеспечивает предприятиям, корпорациям лучший рост доходов в сравнении со средним показателем по отрасли.

Эффективные ключевые преимущества маркетинговой стратегии в условиях промышленной интеграции и кооперации легкой промышленности заключаются в том, что кооперация позволит предприятиям легкой

промышленности Республики повысить эффективность и конкурентоспособность бизнеса; сократит издержки производства за счет сосредоточения на ключевых процессах; повысит загрузку производственных мощностей, оптимизирует и сократит затраты на производственный процесс, расширит ассортимент выпускаемой продукции, улучшит ее качество, что в свою очередь повысит спрос на производимую продукцию, приведет к развитию профессионализма работников, появлению рабочих мест, развитию ценностей предприятия и корпоративной культуре, обеспечению увеличения занятости населения, увеличению наполняемости государственного бюджета и пенсионного фонда, в том числе повышение благосостояния населения Донецкой Народной Республики.

Основные научные результаты, изложенные в данном разделе, опубликованы в работах [275, 278, 279, 280, 281, 282].

## РАЗДЕЛ 3

### ПРАКТИКА РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ НА ОСНОВЕ МАРКЕТИНГА

#### **3.1 Формирование маркетинговых активов с целью повышения эффективности развития межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере легкой промышленности**

В настоящее время на предприятиях легкой промышленности Республики маркетинговая деятельность не получила широкого распространения. Это связано с отсутствием квалифицированных специалистов-маркетологов и единого информационного пространства, неразвитостью маркетинговой инфраструктуры, низким уровнем знаний руководителей и специалистов в области маркетинга, а также экономическим спадом в производстве.

Особенности маркетинга в легкой промышленности тесно связаны со спецификой швейного, трикотажного, текстильного и обувного производства, которая характеризуется разнообразием ассортимента продукции и участников рынка, а также многообразием организационных форм хозяйствования.

Цели функционирования предприятия легкой промышленности должны увязываться с выполнением комплекса функций маркетинга, сущность которых заключается в следующем: во-первых, ориентация на рынок сбыта, что предполагает изучение его объектов и субъектов, в качестве которых выступают потребители, конкуренты, сведения о конъюнктуре рынка и товаре; во-вторых, влияние на рынок путем его изучения и анализа, приспособления к рыночным условиям; в-третьих, организация системы сбыта конкурентной продукции, сбора и обработки информации; в-четвертых, ориентация на достижение долгосрочного коммерческого успеха, что предполагает



подчиненность краткосрочных интересов целям долгосрочного стабильного преимущества на рынке.

На фоне усиливающейся глобальной конкуренции факторы отраслевой, межотраслевой кооперации и интеграционной конкурентоспособности, во многом определяются уровнем разработки маркетинговых стратегий.

В силу отсутствия у большинства отечественных предприятий опыта корпоративного управления, неумения формировать адекватные сложившимся рыночным реалиям и потенциалу предприятия стратегии развития многие из них лишаются возможности эффективного функционирования.

Исследования показывают, что из 28 обследованных предприятий легкой промышленности, 98% не имеют определенного опыта разработки маркетинговой стратегии.

Следует отметить, рост объемов производства у предприятий легкой промышленности, который наблюдается благодаря локализации производства использование маркетинга, в том числе формирование маркетинговой стратегии, не получило необходимого распространения. Это связано с рядом объективных причин, обусловленных наличием определенной специфики, присущей большинству предприятий малого бизнеса легкой промышленности.

Кроме того, ограниченность ресурсного потенциала малых и средних фирм легкой промышленности, создает проблемы кадрового и информационного характера.

В связи с этим большой интерес представляет модель управления маркетинговыми активами предприятий легкой промышленности, в основе которой лежит структура цепочки продуктивности (результативности), сущность которой состоит в установлении взаимосвязи между реализацией маркетинговыми результатами, маркетинговых активов и эффектом всей управленческой деятельности предприятия, выражаемой, в том числе, системой увеличения финансовых показателей.

К основным положениям модели можем отнести:

1. Торговые марки, клиентская база и партнерские отношения с подрядчиками относятся к маркетинговым активам фирмы;

2. Маркетинговая результативность - это маркетинговые активы, формирование которых является результатом комплекса управленческих решений;

3. Рост экономико-финансовых показателей предприятий легкой промышленности, являющейся одним из важных показателей эффективности управления маркетинговыми активами;

4. Активы рекомендуется оценивать по трем параметрам, а именно: текущая стоимость, ожидаемая будущая стоимость и величина риска, для согласования краткосрочных и долгосрочных результатов маркетинга.

Включение концепции развития маркетинговых активов в Новую модель развития легкой промышленности Донецкой Народной Республики «Стратегия-2023» позволяет оценить краткосрочные и долгосрочные эффекты промышленного развития.

Репутация предприятия, отрасли, формализованная корпоративная культура, квалифицированный персонал (управленческий, технический, рабочие специальности), лояльность клиентов, маркетинговая информационная система, стратегические взаимоотношения предприятий с контрагентами, заинтересованными в сотрудничестве, все перечисленные факторы являются важнейшими маркетинговыми активами предприятий легкой промышленности.

Перечислим следующие положения, которые служат основой для классификации нематериальных активов к маркетинговым активам предприятий легкой промышленности.

Во-первых, маркетинговые активы часто включают ключевые активы организации, которые используются для решения наиболее важных стратегических задач (включая маркетинг) и делают ее конкурентоспособной и успешной на рынке. Многочисленные исследования указывают на способность перечисленных активов решать эти задачи.

Таким образом, в соответствии с ресурсной концепцией фирмы, человеческим капиталом, современными методами управления (предполагающими использование определенных, в той или иной степени уникальных методов управления персоналом), отношения найма и поведение сотрудников могут обеспечить: устойчивое конкурентное преимущество организации, поскольку корпоративная культура является основным элементом рыночного успеха любой организации.

Во-вторых, маркетинговые активы, которые, прежде всего, ориентированы на потребителей индикаторы ценности организации (и ее предложений), которые могут увеличить эту ценность в долгосрочной перспективе. В той или иной степени это относится ко всем маркетинговым активам предприятий легкой промышленности.

Корпоративная культура включает в себя набор ориентированных на потребителя принципов и ценностей (например, обеспечение потребителей качественными потребительскими товарами), влияющих через принципы и нормы управления персоналом, прямо или косвенно, на качество долгосрочных отношений с потребителями.

Таблица 3.1 - Классификация маркетинговых активов необходимых для стратегии развития предприятий легкой промышленности

Маркетинговые активы	Виды маркетинговых активов	Составляющие маркетинговых активов предприятий легкой промышленности на современном этапе
Маркетинговые активы, связанные с клиентами	Имидж и репутация компании	На все продукты компании переносится название предприятия. Репутация и имидж компании могут быть как положительными активами, так и отрицательными пассивами. Например крупнейшими производителям товаров легкой промышленности класса люкс являются Christian Dior, (активы - 70 млрд долл., сотрудников - 118 тыс. человек); Kering (активы в 28 млрд долл., сотрудников - 37 тыс. человек), На территории Республики есть уже предприятия, названия которых зарекомендовали себя положительными активами, это такие, как Лемуа, Скифтекс, Мода-сервис

Продолжение таблицы 3.1

Маркетинговые активы	Виды маркетинговых активов	Составляющие маркетинговых активов предприятий легкой промышленности на современном этапе
	Бренды	<p>Данный вид активов, повышают ценность для клиентов, создают защищаемую конкурентную позицию, способствуют лояльности клиентов, могут трансформировать рынки, демонстрировать финансовые результаты и могут пересекать национальные границы. Ценность бренда зависит от его текущего положения на рынке, продолжительности существования бренда, его глобального присутствия, возможности расширения и уровня защиты. Например всем известные бренды одежды корпорации Kering принадлежат марки Gucci, Yves Saint Laurent, Puma, которые влияют на стоимость товара в сторону увеличения и конкурентоспособности.</p> <p>В Донецкой Народной Республике, также начинают формироваться бренды, известные за пределами, в данном случае в Российской Федерации. Это такие, как «Лемуа», «Мишель», «Скифтекс», «Одетта», «Снежинка» и др. Но стоимость данных брендов недостаточна в силу зависимости текущего состояния легкой промышленности на рынке Республики из-за большого количества импортной продукции, аналоги которой производятся отечественными производителями товара.</p>
	Страна происхождения	<p>Страна происхождения может быть как активом, так и пассивом для бизнеса. Ценность имиджа страны происхождения не стоит недооценивать, на его создание уходит много времени. К примеру, если взять Францию, то эта страна - актив для предприятий легкой промышленности. А вот, если рассмотреть Донецкую Народную Республику, то из-за ее враждебности, Республика в настоящее время не может быть положительным активом предприятия.</p>
	Доминирование на рынке	<p>Доминирование компании на рынке, является несомненным активом, определяющим ценность брендов, так как лидер рынка имеет определенные преимущества, поскольку потребители часто считают продукцию лидеров лучшей. В нынешней ситуации доминирование импортных товаров на рынке ДНР является лидером по продажам.</p>
	Лучшие продукты и услуги	<p>Импортная продукция характеризуется рядом преимуществ, поскольку является более дешевой, современной, стильной, чем продукция многих предприятий легкой промышленности ДНР.</p>

Продолжение таблицы 3.1

Маркетинговые активы	Виды маркетинговых активов	Составляющие маркетинговых активов предприятий легкой промышленности на современном этапе
Маркетинговые активы, связанные с цепочками поставок или каналами сбыта	Распределительная сеть и отношения в ней	Физическая распределительная сеть, сама по себе она может быть основным активом. ДНР имеет слабую физическую сеть распространения продукции отечественных производителей товаров. Во многих предприятиях она практически отсутствует.
	Контроль над распределением	Инвестиции, которые могут быть важным, а иногда и решающим активом для доминирования над каналами сбыта. В Республике они отсутствуют.
	Очаги силы.	Избирательные и тесные взаимосвязи между компанией и точками распределения ее продукции, центрами ее влияния, в Республике развиты слабо.
	Эксклюзивность распределения	Возможность и умение охвата целевого рынка оригинальным и инновационным способом, для отечественных производителей товаров на стадии развития.
	Сроки выполнения заказов и надежность поставок.	Частыми являются ситуации, которые требуют быстрого реагирования по выполнению заказа, не снижая при этом качества работы. Данная способность является ценным маркетинговым активом. Предприятия легкой промышленности ДНР, имеют трудности в качестве нехватки оборотных средств, в связи, с чем не успевают выполнить заказы в срок.
	Сеть поставщиков и отношения в ней.	Налаженные и развитые связи с поставщиками способствуют поставке сырья и полуфабрикатов, определяемые в соответствии с требуемыми стандартами и установленными ценами. В Республике, заключаются договора предприятиями, касательно непрерывной поставки сырья из Российской Федерации.
Внутренние маркетинговые активы	Преимущества в области затрат.	На предприятиях легкой промышленности ДНР, достигается этот актив, за счет эффективного использования возможностей, современных технологий, экономии масштаба и эффекта опыта, выражающийся в низких ценах. Если рынок чувствителен к цене, низкая цена становится для фирмы самым важным активом.
	Информационные системы и маркетинговые исследования	Информационные системы и систематические маркетинговые исследования предоставляют компаниям информацию о своих клиентах и конкурентах, следовательно, становятся их активами. Эта информация бережно хранится в компаниях. Но не все национальные компании используются в полной мере.

Продолжение таблицы 3.1

Маркетинговые активы	Виды маркетинговых активов	Составляющие маркетинговых активов предприятий легкой промышленности на современном этапе
	Рыночная клиентская база	Поскольку компания часто заключает повторные сделки, клиентская база для многих компаний является основным маркетинговым активом. Прочные отношения с клиентами позволяют компании расти и повышать барьеры для входа на рынок конкурентов.
	Технологические навыки	Тип и уровень технологий компании также является активом, поскольку технологическое превосходство помогает снизить затраты и улучшить качество продукции.
	Опыт и знания в производстве	Секреты производства можно эффективно использовать в качестве маркетинговых активов.
	Интеллектуальные права	Авторское право является правовой защитой интеллектуальной собственности. Патенты дают их владельцам право исключительно производить, использовать и продавать изобретения в течение определенного периода времени.
	Франшизы и лицензии	Передача франшиз и лицензий на производство или продажу защищенной собственности других лиц может быть ценным активом.
	Партнерство	Культуру, как ресурс, тяжело имитировать, поскольку является уникальным активом для конкретной компании, поскольку формируется культура и способность к обучению.
Внешние маркетинговые активы, на основе альянсов с другими компаниями	Стратегические альянсы	Способ расширить базу активов и возможности организации без дополнительных затрат и времени, затрачиваемого на самостоятельную разработку дополнительных ресурсов.
	Выход на внешний рынок	Привлечение новых клиентов, снижение риска потерь, повышение конкурентоспособности предприятия и увеличение его капитала.
	Управленческие навыки, отсутствующие в компании	Обмен управленческими навыками для повышения корпоративной культуры управления, снижения производственных затрат.
	Общие технологии	Создание более высокой потребительской ценности за счет обмена технологиями.
	Эксклюзивность	Создание монополистических условий

Можно выделить следующие основные виды маркетинговых активов, которые необходимы для успешного функционирования предприятий легкой промышленности и отрасли, в общем.

- стратегия маркетинга;
  - база с данными клиентов;
  - методы мониторинга рынка;
  - результаты маркетинговых исследований;
  - ноу-хау в маркетинговых технологиях;
  - высокая репутация фирмы и квалифицированный персонал,
- долгосрочные отношения с клиентами;
- бренды и др.

Чтобы запустить все маркетинговые активы предприятий в действие, и соответствие с потребностями рынка необходимы ресурсы, которые являются составляющим компонентом для развития маркетинговых активов с целью получения прибыли.

Таблица 3.2 - Ресурсы, необходимые предприятиям лёгкой промышленности

Ресурсы	Стратегические ресурсы развития предприятия		
	Обязательные	Организационные	Человеческие
Материальные	Контакты с клиентами	Программное обеспечение. Формализованные процедуры. Интеллектуальная собственность Бренды	Вкладчик капитала
Нематериальные	Потребительские Качество договоров поставки. Право на участие в торгах Право на соперничество Право на дизайн Оптовые и розничные контакты	Организационная репутация. Сущность бренда (сила, престиж). Производительность процесса. Ноу-хау. Подразумеваемое знание	Способность осуществлять стратегию. Кадровая репутация (квалификация и опыт высшего руководства) Наличие профессиональных работников рабочих профессий

Таким образом, влияние нематериальных активов на достижение конкурентоспособности на рынке продаж, а также решение стратегических маркетинговых задач предприятий легкой промышленности, позволяет

классифицировать их как ключевые маркетинговые активы, как предприятий, так и отрасли легкой промышленности в целом, не смотря на то, что нематериальные активы не являются исключительным результатом маркетинговой деятельности бизнеса.

Одним из видов маркетинговых активов, необходимых для успешного функционирования предприятий является маркетинговая стратегия, направленная достижение главной цели предприятий легкой промышленности обеспечение стабильной прибыли от рыночной деятельности.

Учитывая анализ текущего состояния легкой промышленности и проблем, определяющих данное состояние отрасли, разработана Новая стратегическая модель «Стратегия-2023» (далее – Стратегия), направленная на развитие легкой промышленности Донецкой Народной Республики.

Данная модель основана на проведенном анализе работы предприятий легкой промышленности и отрасли в целом, мнений производителей продукции легкой промышленности и ее потребителей.

Результаты анкетного опроса предпринимателей Донецкой Народной Республики подтверждают, что отсутствие и нехватка оборотных средств, низкая доступность финансовых ресурсов, отсутствие кредитования являются одними из главных проблем и сдерживающих барьеров для деятельности предприятий Республики

Отсутствие в Республике механизма кредитования в условиях крайне ограниченных финансовых ресурсов практически не позволяет промышленным предприятиям полноценно развивать и наращивать производство, осуществлять его модернизацию и техническое перевооружение.

Высокий дефицит бюджета не позволяет осуществлять государственную поддержку производителей.

Тяжелое финансовое состояние абсолютного большинства предприятий обрабатывающей промышленности делает практически невозможным осуществление инвестирования за счет внутренних ресурсов перспективных, ориентированных на экспорт проектов.



Несмотря на имеющийся потенциал отрасли лёгкой промышленности, возможности его реализации оказались ограниченными. Неполная загрузка имеющихся производственных мощностей предприятий, действие ограничительных мер, низкая конкурентоспособность республиканской продукции как на внутреннем, так и на внешнем рынке, являются сдерживающими факторами развития отрасли.

Стратегия предполагает увеличение уровня загрузки производственных мощностей предприятий, увеличение объемов производства и реализации продукции, как на внутреннем, так и на внешнем рынках. Этого планируется достичь за счёт:

- предоставления преференций предприятиям легкой промышленности в закупках за бюджетные средства;
- расширения ассортимента продукции для внутреннего потребительского рынка;
- возобновления хозяйственной деятельности предприятий по производству хлопчатобумажных тканей ООО «ПО ТК – Донбасс» и увеличения объемов производства на текстильных предприятиях ЧАО «Золотое Руно - Донецк» и ООО «Вормтекс», запуска линии мини производства трикотажного полотна;
- возобновления хозяйственной деятельности по производству кожевенного полуфабриката «вет-блю» ЧП «Лина»;
- запуска цеха по производству уставной (ведомственной и рабочей) обуви;
- увеличения ассортимента обуви и аксессуаров для потребительского рынка.

### **3.2 Новая модель развития легкой промышленности в Донецкой Народной Республике «Стратегия-2023» и апробация предложенного комплекса мероприятий**

Практические принципы разработки стратегии отрасли легкой промышленности подчинены точной методике (Приложение И).

Стратегия должна быть доступной как на уровне Правительства, так на отраслевом уровне – легкой промышленности – и одобрена как руководителями подведомственных предприятий, так и рядовыми сотрудниками.

Особое внимание при разработке Стратегии отрасли легкой промышленности следует уделить такому документу, как видение: в связи с динамичным развитием отрасли, постоянно меняющимися факторами внешней среды (экономическая блокада Республики, трудности с внешнеторговой политикой и так далее), быстрой трансформацией ценностей потребителей документ должен быть актуальным и иметь релевантную креативную концепцию с учетом форс-мажорных факторов. Креативная концепция, как часть видения, позволяет использовать различные инструменты для передачи философии и идеологии предприятия.

Бизнес-модель, как концептуальное описание отрасли, должна включать ключевые аспекты построения ценностного предложения для клиента. В легкой промышленности это будут аспекты, связанные с разработкой, производством, продажей и распространением коммерческого продукта с обязательным учетом ценностей потребителей. Актуальное ценностное предложение для клиента должно соответствовать следующим критериям: высокое качество материалов, ценность бренда, доступность покупки, возможность персонализации, приемлемо-допустимый уровень цен, отсутствие временной стоимости товара (вневременность).

Согласно вышеизложенному, Ключевая идея (миссия) разработанной Стратегии развития легкой промышленности Донецкой Народной Республики на период до 2023 года заключается в формировании комплекса условий по

обеспечению функциональности предприятий и развитию предпринимательства для полноценного насыщения внутреннего рынка товарами отечественных производителей и упразднения его зависимости от импорта текстильных, швейных и обувных изделий.

Видение 2025: устойчивое развитие в Донецкой Народной Республике инновационно-ориентированной, эффективной и конкурентоспособной легкой промышленности, функционирующей на основе интеграции и кооперационном взаимодействии хозяйствующих субъектов и государства, обеспечивающей увеличение доли отечественных товаров как на внутреннем, так и на внешнем рынке.

Целью данной Стратегии является создание в Донецкой Народной Республике устойчиво развивающейся, инновационно-ориентированной, эффективной и конкурентоспособной лёгкой промышленности, основанной на интеграции и кооперационном взаимодействии хозяйствующих субъектов с органами исполнительной власти и обеспечивающей увеличение доли отечественных товаров на внутреннем и внешнем рынках.

Также Стратегия предусматривает:

- увеличение доли отечественных товаров Донецкой Народной Республики на внутреннем рынке путем локализации производства, постепенного замещения импортной продукции, аналоги которой производятся в Республике, а также реализации экспортного потенциала в конкурентоспособных сегментах рынка;
- предоставление преференций отечественным товаропроизводителям в закупках за бюджетные средства и собственные средства предприятий;
- усовершенствование законодательной и нормативно-правовой базы с целью создания благоприятных условий развития легкой промышленности и увеличения объема продукции отечественных товаропроизводителей на внутреннем рынке;

- формирование основ для кооперации и развития межотраслевой организации взаимодействия субъектов науки, промышленности и малого предпринимательства;
- создание глубоко интегрированной межотраслевой и внутриотраслевой кооперации, как внутри промышленного комплекса Донецкой Народной Республики, так на межреспубликанском уровне, во взаимодействии с промышленным комплексом Луганской Народной Республики;
- создание благоприятных финансовых условий: налоговые каникулы, таможенное регулирование для инновационного развития, проведения технической и технологической модернизации существующих производственных мощностей, энерго - и ресурсосбережения;
- формирование механизмов по повышению инвестиционной привлекательности хозяйствующих субъектов;
- развитие собственной сырьевой базы (производство хлопчатобумажных тканей, трикотажного полотна);
- возможность расширения номенклатуры выпускаемой продукции, в том числе пряжи;
- развитие предприятий легкой промышленности в моногородах;
- обеспечение защиты внутреннего рынка от недобросовестной конкуренции. Минимизация «серого импорта», нелегального производства и оборота товаров легкой промышленности на потребительском рынке;
- создание системы подготовки, переподготовки рабочих кадров на производственных площадках предприятий легкой промышленности с целью ускорения процесса обучения;
- сохранение и рост занятости в отрасли путем создания новых рабочих мест и организация частичного перемещения рабочей силы из моногородов, в которых нет предприятий легкой промышленности, путем трудоустройства высвободившихся кадровых единиц их сферы угольной промышленности;
- развитие брендов продукции отечественных производителей;

- сертификация продукции отечественных товаропроизводителей с целью подтверждения ее качества;
- наполнение внутреннего рынка Республики качественными, недорогими товарами отечественных производителей.

Указанные задачи Стратегии предполагают принятие решений на основе усиления корпоративных принципов взаимного функционирования Правительства Донецкой Народной Республики, исполнительных органов власти Донецкой Народной Республики, Координационного совета руководителей легкой промышленности, юридических лиц и физических лиц-предпринимателей.

Исходя из изложенных задач промышленной политики Республики, проведена комплексная подготовительная работа по определению приоритетных направлений деятельности, которые должны быть реализованы посредством принятия отраслевых республиканских программ.

Основой определения целевых показателей настоящей Концепции являются критерии уровня развития при государственной поддержке швейно-трикотажного, текстильного и кожевенно-обувного производства легкой промышленности.

Поддержка Правительством Донецкой Народной Республики отечественных товаропроизводителей по этому направлению предусматривает внесение во Временное положение о Едином таможенном тарифе Донецкой Народной Республики утвержденного Советом Министров Донецкой Народной Республики от 16.10.2015 г. № 19-29, следующих изменений:

- повышение таможенных пошлин на аналогичные виды импортируемой продукции;
- снижение или обнуление ввозных таможенных пошлин на сырье, оборудование, запчасти и расходные материалы;
- проработка вопроса внешнеэкономической деятельности по давальческим схемам, как одного из перспективных направлений развития легкой промышленности в целом.

Внесение изменений ставок таможенных пошлин позволит увеличить уровень загрузки производственных мощностей предприятий легкой промышленности до 100%, расширить ассортимент выпускаемой продукции на 300 видов, а также увеличить наполнение внутреннего рынка в 4 раза и снизить цены на готовую продукцию в среднем на 4-6%.

Налоговое регулирование (совместно с Министерством доходов и сборов Донецкой Народной Республики) предполагает:

- законодательное закрепление преференций и налоговых льгот инвесторам в случае направления инвестиций на создание или расширение действующих производств, включая льготирование подоходного налога и единого социального взноса с компенсацией со стороны государства недостающих взносов для начисления страхового стажа;
- принятие программы легализации теневых рабочих мест путем предоставления работодателю возможности в течение шести месяцев декларирования неоформленных наемных работников и последующего освобождения от соответствующих штрафных санкций, а также установление льготного периода налогообложения для таких работников.

Стимулирование перевооружения производства (совместно с Министерством финансов Донецкой Народной Республики, Центральным Республиканским Банком Донецкой Народной Республики и Министерством доходов и сборов Донецкой Народной Республики) включает ряд мероприятий:

- создание системы государственного стимулирования обновления производственных фондов;
- льготное кредитование капитальных инвестиций;
- применение метода ускоренной амортизации для обновленных основных фондов;
- введение льготного периода налогообложения для предприятий, осуществляющих техперевооружение.

Данная мера позволит снизить цены готовой продукции от 6% до 8%.

Увеличение объемов реализации продукции на внутреннем рынке при закупках за бюджетные средства и собственные средства предприятий Донецкой Народной Республики (совместно с Министерством финансов Донецкой Народной Республики, Министерством экономического развития Донецкой Народной Республики, Министерствами и ведомствами, проводящими тендерные процедуры) возможно благодаря:

- определению приоритетного права на победу в тендерах отечественных производителей при прочих равных предложениях со стороны импортеров и трейдеров;
- внесению в соответствующие казначейские договора и тендерные документы условий частичной предоплаты в случае закупок у производителей Донецкой Народной Республики, а также обязательствам своевременной оплаты по факту закупки, с личной ответственностью руководителей со стороны закупщика за невыполнение этого условия;
- разработке и принятию Постановления Правительства Донецкой Народной Республики «Об организации осуществления закупок продукции лёгкой промышленности производства Донецкой Народной Республики»;
- созданию Реестра производителей продукции лёгкой промышленности Донецкой Народной Республики и Реестра продукции лёгкой промышленности произведенной на территории Донецкой Народной Республики.

Данная мера позволит увеличить объем производства на 172,4 млн. руб., что в 2,2 раза больше, чем было произведено в 2019 году, и составит 310,7 млн. руб.

Уровень загрузки производственных мощностей предприятий легкой промышленности достигнет 100%. Количество занятых работников в отрасли увеличится на 461 человека или в 3,1 раза, что составит 683 человека

Денежно-кредитная политика (совместно с Министерством финансов Донецкой Народной Республики, Центральным Республиканским Банком Донецкой Народной Республики) включает ряд мер:

- разработку и принятие нормативной базы в части государственной поддержки по финансированию промышленности (льготное кредитование юридических лиц, упрощенные процедуры кредитования ФЛП и т.п.);
- проработку вопроса трансграничного урегулирования перемещения финансов и товаров при экспорте;

Сырьевое обеспечение.

В Республике отсутствует сырьевая база, поэтому все сырье импортируется (все виды тканей, фурнитура, прикладные материалы, жгут полиакрилонитрильный, шкуры макросоленые).

Импорт сырья в Республику в 2019 году составил 666,8 млн. руб. (ткани и нити хлопчатобумажные - 96,6 млн. руб., ткани синтетические – 260,8 млн. руб., ткани из шерстяной пряжи – 5,2 млн. руб., полотно трикотажное – 32,7 млн. руб., другие ткани и волокна – 258,6 млн. руб., ПАН жгут 100% (полиакрилонитрильный) – 12,6 млн. руб., необработанные шкуры крупного рогатого скота (мокросоленые) – 0,3 млн. руб.

Высокий удельный вес импорта сырья стал причиной усиления стратегической и товарной зависимости Республики от зарубежных стран.

Учитывая вышеизложенное, можно утверждать, что одной из задач развития легкой промышленности Республики в среднесрочной перспективе до 2023 года является обеспечение отрасли сырьем собственного производства, а именно: хлопчатобумажными тканями, трикотажным полотном, синтепухами синтепоном.

Для реализации данного направления планируется увеличение загрузки производственных мощностей ООО «Вормтекс» (производство синтепона и синтепуха) и дальнейшей кооперации с предприятиями швейно-трикотажной подотрасли, предприятиями мебельного производства. Это увеличит объём производства в 8,3 раза и составит 2,5 млн. руб. Потребность в инвестициях – 0,8 млн. руб.

Для обеспечения швейно-трикотажной подотрасли хлопчатобумажными тканями планируется запуск ООО ПО ТК «Донбасс» (г. Донецк), которое на



сегодняшний день не осуществляет производственную деятельность. При безубыточном уровне загрузки месячный объем выпуска составляет 1,2 млн. погонных метров ткани на сумму 72,4 млн. руб. Ассортимент выпускаемых тканей может быть представлен следующими группами: ситцевой, бязевой, полотенечной, плательной, тиковой, одежной (диагональ), марлевой, бельевой, технической и насчитывает около 50 наименований. Ткани могут выпускаться в отбельном, гладкокрашеном и набивном видах только холодной покраски весом до 300г/м<sup>2</sup> шириной от 50 до 150 см. Для производства тканей в технологии используется пряжа пневмомеханического способа прядения следующей линейной плотности: 50 текс (№ 20/1), 29 текс (№34/1), 37 текс (№ 27/1) 20 текс (№ 50/1) , 60 текс (№ 17/1), 25 текс (№ 40/1). Оборудование для полного производственного цикла изготовления тканей – 80-х годов выпуска. Потенциальное количество рабочих мест – 200 чел. Для запуска ООО ПО ТК «Донбасс» необходимый объем инвестиций составит 101,2 млн. руб.

Также с целью обеспечения производителей легкой промышленности Республики сырьем планируется запуск мини-производства трикотажного полотна на производственной площадке швейного предприятия ООО «Трансстрой». Реализация данного мероприятия позволит увеличить объем производства на 10,0 млн. руб. и задействовать в производстве порядка 10 человек. Уровень капиталовложений составит 10,0 млн. руб.

Создание внутренней сырьевой базы хлопчатобумажными тканями, трикотажным полотном позволит снизить стоимость готовой продукции отечественного производства от 4,6 до 6,1%.

Организационно-техническое обеспечение развития отрасли (совместно с Министерством связи Донецкой Народной Республики), которое осуществляется в следующих формах:

- создание государственной информационной системы;
- создание интегрированных структур (объединения предприятий легкой промышленности) с целью получения и выполнения государственных заказов для оборонно-промышленного и других отраслей промышленных;

- установление кооперационных связей между предприятиями легкой промышленности и предприятиями смежных отраслей;
- формирование перечней оборудования и запчастей к нему для изготовления машиностроительными предприятиями машин и оборудования для предприятий легкой промышленности;
- использование Интернет-ресурса для размещения информации о производственном потенциале предприятий легкой промышленности, направленного на развитие и установление кооперационных связей и выхода на внешние рынки;
- формирование потребностей в спецодежде и униформе, необходимых для нужд Республики.
- совершенствование рекламной, выставочной деятельности предприятий, проведение фестивалей, издание каталогов и справочников продукции легкой промышленности.

Решение проблем кадрового обеспечения (совместно с Министерством образования и науки Донецкой Народной Республики). Эффективное развитие легкой промышленности в Республике во многом зависит от решения задачи ее кадрового обеспечения. Всего по отрасли, с учетом запуска простаивающих предприятий, ожидается работающих 1651 человек. Что позволит обеспечить рост занятости в отрасли в 4,7 раза. Для этого предусматривается:

- приведение структуры подготовки кадров для предприятий легкой промышленности, в том числе и малого бизнеса, в соответствие с текущими и перспективными потребностями предприятий;
- формирование заказа на подготовку кадров востребованных профессий;
- вовлечение научного и интеллектуального потенциала Донецкой Народной Республики (Донецкого промышленно-экономического колледжа, Донецкого колледжа технологии и дизайна Донецкого национального университета экономики и торговли им. Туган-Барановского, Донецкого регионального центра профессионально-технического образования сферы услуг

и дизайна, ЧП «Донецкий институт конструирования и моделирования» и профессионально-технических лицеев сферы услуг) в процесс обучения, подготовки и повышения квалификации кадров; изменение системы подготовки кадров в профессионально-технических учебных заведениях путем формирования государственного заказа специалистов, обучающихся на бюджетной основе;

- изменение системы подготовки кадров в профессионально-технических учебных заведениях путем формирования государственного заказа специалистов, обучающихся на бюджетной основе;

- обеспечение взаимодействия предприятий легкой промышленности с учебными заведениями (для прохождения производственной практики и обучения студентов навыкам работы), обществами и организациями инвалидов (для социально-трудовой и профессиональной реабилитации), исправительными учреждениями (для профессиональной адаптации в новой социально-экономической среде) на основе создания инновационно-производственного кластера;

- создание системы эффективного обучения специалистов с максимальным приближением к реальному производству, упрощение процедур лицензирования для производителей;

- создание и реализация школьных просветительных и практических программ обучения рабочим специальностям;

- повышение престижности рабочих профессий, участие в международных конкурсах, конкурсов профессионального мастерства, запуск просветительских программ на телевидении;

- разработка мер по созданию дополнительных рабочих мест для лиц с пониженной конкурентоспособностью на рынке труда, а также адаптации молодых кадров на производстве.

Развитие внешнеэкономической деятельности.

В вопросах расширения внешнеэкономической деятельности основными направлениями должны стать:

- расширение экспорта продукции легкой промышленности;
- развитие сотрудничества, восстановление и развитие кооперации с Россией и зарубежными странами;
- участие предприятий в международных выставках, презентациях, формирование благоприятного имиджа легкой промышленности Республики на внешних рынках, использование веб-информационных сайтов для рекламы экспортного потенциала Республики.

Развитие инновационной деятельности (совместно с научно-исследовательскими институтами).

Неизбежной составляющей успешной работы отрасли становится ведение активной инновационной деятельности. Потребность в инвестициях у предприятий лёгкой промышленности составляет 138,2 млн. руб. Для решения этой проблемы необходимо активизировать инновационную и научно-техническую деятельность в легкой промышленности, что предусматривает принятие следующих мер:

- создание системы координации научной и производственной деятельности в масштабах Донецкой Народной Республики;
- формирование и реализация инновационных бизнес-проектов, продвижение инновационных разработок в производстве продукции легкой промышленности;
- выработка научно-обоснованных рекомендаций по совершенствованию экономического механизма повышения эффективности работы производств легкой промышленности (Институт экономических исследований Донецкой Народной Республики);
- создание научно-производственных участков на базе предприятий легкой промышленности для обеспечения непрерывности функционирования цикла «наука – производство»;
- внедрение системы экономического стимулирования инновационной активности хозяйствующих субъектов и их работников.

Подтверждение соответствия качества продукции (совместно с ГП «Донецкстандартметрология»).

Одной из мер по противодействию незаконному обороту продукции легкой промышленности, защите республиканских производителей, защите прав потребителей является процедура обязательного подтверждения соответствия (качества) продукции требованиям нормативных документов, устанавливающих обязательные требования качества и безопасности для данной продукции, перед поступлением в оборот на потребительский рынок Республики, и введение Перечня продукции, подлежащей обязательному подтверждению соответствия (качества) (импортируемой и производимой на территории Донецкой Народной Республики), одним из разделов которого, является «Товары легкой промышленности» (изделия для детей). Продукция легкой промышленности несет в себе риски для детей по следующим показателям:

- механическим (разрывная нагрузка, прочность крепления, гибкость, ударная прочность);
- химическим (предельно допустимое выделение вредных химических веществ в воздушную и (или) водную среду);
- биологическим (гигроскопичность, воздухопроницаемость, водонепроницаемость, напряженность электростатического поля, индекс токсичности или местно-раздражающее действие, устойчивость окраски).

Информационная политика (совместно с Торгово-Промышленной палатой Донецкой Народной Республики, Министерством информации Донецкой Народной Республики):

- помощь в организации проведения различных торговых площадок, выставок как на территории Донецкой Народной Республики, так и в других государствах;
- повышение информированности о торгово-промышленном потенциале Донецкой Народной Республики путем создания различных рекламных продуктов (сайты, средства массовой информации и т.д.);

- организация семинаров, круглых столов и других мероприятий по просвещению субъектов малого и среднего бизнеса особенностям применения законодательства как в Донецкой Народной Республики, так и в России, а также в других странах, в т.ч. в сфере внешнеэкономической деятельности.

Другие направления:

- решение проблемы сертификации выпускаемой продукции для возможности экспорта за территорию Республики, создание или привлечение сторонних игроков на внешнем рынке для упрощения процедур экспорта;

- законодательно-нормативное урегулирование проблемы единого подхода контролирующих органов, в первую очередь, санстанций, органов сертификации и т.д. к импортерам и производителям, введение единых требований к проверке товаров и продукции одних и других;

- применение для производителей льготных ставок арендной платы в случае открытия собственных торговых точек, с возможной компенсацией государством разницы в ставках.

Ключевыми показателями эффективности по обеспечению реализации Стратегии будут являться индикаторы, а именно:

- загрузка действующих предприятий и запуск простаивающих;
- увеличение объемов производства и объемов реализации продукции на внутреннем рынке за счет предоставления преференций в закупках за бюджетные средства и собственные средства предприятий, и проведение мероприятий, направленных на импортозамещение;

- расширение ассортимента выпускаемой продукции и увеличение объемов реализации продукции на экспорт;

- обеспечение роста занятости и увеличение заработной платы.

Таким образом, методика разработки Стратегии отрасли легкой промышленности (Приложение И) включает: формирование видения, миссию, учитывает внешнюю и внутреннюю среду, отраслевую специфику, систему целей, задач, стратегический анализ и тенденции в отраслевом развитии, стратегический план и маркетинговые активы.

Ряд инициатив, предусмотренных Стратегией, будет реализован поэтапно.

На первом этапе (2021-2022 годы) реализации Стратегии планируется выполнение быстрореализуемых задач, базирующихся на уже имеющемся потенциале легкой промышленности, разработка и утверждение Комплексных мер, направленных на развитие легкой промышленности, принятие нормативно-правовых актов, разработка защитной таможенно-тарифной политики, разработка пилотных проектов предприятиями, предусматривающими техническое перевооружение, модернизацию, реконструкцию и создание новых производств, привлечение иностранного капитала, формирование предпринимательской среды, что будет способствовать расширению ассортимента качественной продукции, созданию условий, обеспечивающих на следующем этапе системный перевод отрасли в режим стабильности и финансовой устойчивости.

Основные мероприятия первого этапа реализации Стратегии:

1. Инициирование внесения изменений во Временное положение о Едином таможенном тарифе Донецкой Народной Республики по обнулению части таможенных платежей за ввозимое технологическое оборудование, сырье, не производимое в Донецкой Народной Республике.

2. Инициирование внесения изменений во Временное положение о Едином таможенном тарифе Донецкой Народной Республики по повышению таможенных платежей на готовую продукцию, ввозимую на территорию Донецкой Народной Республики, аналоги которой производятся в Республике.

3. Создание государственной информационной системы. Стимулирование к увеличению доли закупок продукции предприятий легкой промышленности в закупках за бюджетные средства, закрепление приоритетности за отечественными производителями.

4. Создание Реестра продукции легкой промышленности и Реестра производителей продукции легкой промышленности Донецкой Народной Республики.

5. Разработка Порядка о предоставлении Выписки из Реестра продукции легкой промышленности, произведенной на территории Донецкой Народной Республики и ее форму.

6. Разработка Порядка выдачи разрешений на закупку продукции легкой промышленности, происходящей из иностранного государства.

7. Стимулирование развития швейно-трикотажной, текстильной и кожевенно-обувной подотраслей.

8. Стимулирование роста потребительского спроса. Развитие внутреннего спроса на форменную одежду, спецодежду для медицинских учреждений, костюмы форменные и профессиональные, домашний текстиль, бельевого трикотажа.

9. Переориентация швейного производства на конкурентоспособную продукцию, пользующуюся спросом.

10. Стимулирование к расширению ассортимента выпускаемой продукции и увеличению занятости в отрасли.

11. Поддержка предприятий легкой промышленности, на базе которых учреждениями среднего профессионального образования создаются учебные места (кафедры) по подготовке кадров востребованных профессий.

На втором этапе (2022-2023 гг.) Стратегии предполагается достижение стабильности и финансовой устойчивости в развитии отрасли, повышение конкурентоспособности товаров отечественных производителей, закрепление за отечественными производителями сегментов на внутреннем рынке и усиление их позиций на российском и других зарубежных рынках.

В этот период будет осуществлена реализация пилотных проектов и привлечение инвестиций, в том числе иностранных, ориентированных на техническое перевооружение и модернизацию производства.

Предполагается создание инновационно-производственной модели, как конкурентоспособной производственной системы, развитие устойчивых кооперационных связей, межотраслевой кооперации, создание цивилизованного рынка потребительских товаров.



Таблица 3.3 - Ключевые целевые показатели Стратегии швейно-трикотажной подотрасли

Показатель	Ед. измерения	2019	Закупки за бюджетные средства	Закупки за собственные средства	Расширение ассортимента для потребителя с кого рынка в т.ч. экспорт	Запуск простаивающих предприятий	ИТОГО	ЭФФЕКТ
Объем производства	Млн. руб.	193,8	+68,8	+103,2	+121,1	+50	536,9	+343,1
Потребность в рабочих местах,	человек	301	+111	+350	+368	+110	1240	+939
Обучение рабочих			Обучение на производстве. Переквалификация в Донецком центре профессионально-технического образования Республиканского центра занятости Донецкой Народной Республики высвободившихся работников сферы угольной промышленности					
Потребность в инвестициях	млн. руб.				34 (модернизация производства)	72	106	

Таблица 3.4 - Ключевые целевые показатели Стратегии текстильной подотрасли

Показатель	Ед. измерения	2019	Увеличение загрузки мощностей ЧАО «Золотое руно-Донецк» до 100%	Запуск производства х/б тканей ООО «ПО-ГК-Донбасс»	Увеличение объемов производства на ООО «Вормтекс»	Запуск мини-производства трикотажного полотна на ООО «Трансстрой»	ИТОГО	ЭФФЕКТ
Объем производства	Млн. руб.	11	+21	+111,3	+0,5	+10	153,8	+142,8
Потребность в рабочих местах,	человек	36	+75	+132	+3	+10	256	+220
Обучение рабочих			Обучение на производстве. Переквалификация в Донецком центре профессионально-технического образования Республиканского центра занятости Донецкой Народной Республики высвободившихся работников сферы угольной промышленности					
Потребность в инвестициях	млн. руб.		20,2	101,2	80	20	221,4	

Таблица 3.5 - Ключевые целевые показатели Стратегии коженно-обувной подотрасли

Показатель	Ед. измерения	2019	Запуск производства ЧП «Лина» - производственного коженного полуфабриката «вет блу»	Закупки за собственные средства	Закупки за бюджетные средства	Расширение ассортимента обуви и аксессуаров для потребительского рынка	ИТОГО	ЭФФЕКТ
Объем производства	Млн. руб.	12,7	+191,8	+40	+35,4	+20,5	300,4	+287,7
Потребность в рабочих местах,	человек	25	+40	+35	+35	+45	150	+125
Обучение рабочих			Обучение на производстве. Переквалификация в Донецком центре профессионально-технического образования Республиканского центра занятости Донецкой Народной Республики высвободившихся работников сферы угольной промышленности					
Потребность в инвестициях	млн. руб.		36	40			76	

Основные мероприятия второго этапа реализации Стратегии:

Стимулирование предприятий по запуску производств для обеспечения предприятий легкой промышленности сырьем, а именно: хлопчатобумажными тканями, трикотажным полотном, синтепухом и синтепоном. Целевые показатели Стратегии развития легкой промышленности в Донецкой Народной Республике в 2021 – 2023 гг. определены в Приложении Д.

На третьем этапе реализации Стратегии планируется осуществление анализа результатов и реализации основных инициатив в период 2020-2023 гг.

Для достижения целевых показателей Стратегии разработаны Комплексные мероприятия (Приложение В), которые включают: предоставление государственной поддержки в виде преференций предприятиям легкой промышленности по налоговым льготам, в закупках за бюджетные средства; перепрофилирование производственных мощностей предприятий на производство востребованной продукции легкой промышленности; локализацию производства, возобновление хозяйственной деятельности простаивающих предприятий, расширение ассортимента выпускаемой продукции, запуска новых видов производств и др.

Учитывая нынешние тенденции к закрытию границ в период распространения коронавирусной инфекции COVID-19, локализация производства может оказаться привлекательным направлением развития бизнеса для компаний, имеющих стратегию развития. Если говорить о понятии «локализация», то это некая стратегия развития производства с учетом иностранного производства, которая позволяет обойтись без серьезных капитальных вложений в новое производство со стороны отечественного предприятия и при этом активно использовать иностранное сырье и технологии. Она дает возможность создания новых рабочих мест, более полного использования мощностей предприятия. Но, с учетом практики по выполнению Комплексных мероприятий, направленных на развитие легкой промышленности, и условий наличия статуса неопределенности и экономической блокады Республики, можно определить два вида локализации.



Рисунок 3.1 – Виды локализации производства

Внешняя локализация - локализация производства с учетом привлечения иностранного инвестора (международная кооперация).

Внутренняя локализация – локализация производства с учетом отраслевой и межотраслевой кооперации (внутриреспубликанская кооперация).

Предлагаемые виды локализации можно оценить не только с точки зрения экономической эффективности и качественных показателей, но и по степени безопасности ведения хозяйственной деятельности, как для заказчика, так и исполнителя.

За счет локализации производства, как внутренней, так и внешней можно снизить себестоимость продукции путем экономии уплаты налогов (возможно применение различного вида льгот), расходов на транспортные издержки, транзакционных издержках (уменьшение расходов на заключение договоров на поставку и обслуживание оборудования), а также затрат по разработке технологии, лекал и др.

Примером внешней локализации производства может быть размещение заказов иностранными контрагентами, в данном случае, русской компанией ЧП «Манюня», на предприятии легкой промышленности ДНР – Снежнянской швейной фабрике «Снежинка» – с целью производства детских комбинезонов, утепленных комплектов для мальчиков (куртка и брюки) и комплектов для девочек (куртка с капюшоном, комбинезон). Таким образом, путем локализации осуществляется перенос или расширение деятельности предприятия Российской Федерации, его производственного потенциала на территорию Донецкой Народной Республики. Ключевым определяющим фактором всего является адаптация данного предприятия к особенностям нашего региона, в котором планируется организация бизнеса по производству детских комбинезонов. В этом контексте можно говорить, что локализация производства – это перечень технологических и организационных мер, благодаря которым предприятие встраивается в конкретные экономические, политические и социальные условия работы. Причем степень адаптации может быть разной в зависимости от конкретных условий и возможностей. Например, комплектующие детали для пошива детских комбинезонов, лекала, сырье, прикладные материалы, фурнитура поставляются из страны, размещающей производство.

Следует различать участников внешней локализации: компания, размещающая производство, будет называться «экстенсивер», предприятия, на которых размещено производство, – «реципиент».

С точки зрения экстенсивера, для ЧП «Манюня» локализация производства – это расширение позиций на внешнем рынке за счет упрощения процессов сбыта продукции. Расходы частной компании «Манюня» в среднем

сокращаются на 25%. В свою очередь, реципиент ПАО «Снежнянская швейная фабрика «Снежинка» рассматривает локализацию как увеличение загрузки производственных мощностей предприятия, повышение уровня объемов производства, трудовой занятости, роста заработной платы, роста налоговых отчислений и инвестиционной привлекательности предприятия.

Локализация при изготовлении той или иной продукции может быть как полной, так и частичной. В случае примера, локализация производственного процесса по изготовлению детских комбинезонов ЧП «Манюня» (Российская Федерация) представлена на 50%, т.е. частично.

Ярким примером внутренней локализации производства, межотраслевой и отраслевой кооперации, увеличения загрузки производственных мощностей, создания новых рабочих мест, увеличения численности и отчислений в бюджет являются мероприятия, которые были проведены Министерством промышленности и торговли Донецкой Народной Республики, при личном и непосредственном участии автора, в рамках работы по предотвращению распространения коронавирусной инфекции. Данный комплекс мероприятий направлен на перепрофилирование 15 швейных предприятий с основного производства на частичное производство средств индивидуальной защиты (маска медицинская), локализацию производства, изыскание новых технических возможностей производств и расширения ассортимента выпускаемой продукции, использование маркетингового актива, а именно торговой марки «Олфарм-Восток» при производстве гигиенических средств индивидуальной защиты. Локализация производства осуществлялась путем объединения в межотраслевую кооперацию производственных структур легкой промышленности с фармацевтическим предприятием ООО «Олфарм-Восток» для оперативного и своевременного обеспечения масками медицинскими, министерств, ведомств, учреждений, организаций, предприятий промышленности, торговли, общественного питания, бытового обслуживания в соответствии с потребностями.

Основным оператором, экстенсивером выступало фармацевтическое предприятие ООО «Олфарм-Восток», реципиентом – 15 предприятий легкой промышленности. Экстенсивер обеспечивал предприятия легкой промышленности сырьем (спанбонд, марля) и занимался вопросами реализации средств индивидуальной защиты под своей торговой маркой «Олфарм»

В оперативном порядке экстенсивер основной оператор ООО «Олфарм-Восток») гарантированно снабжал производителей необходимыми объёмами сырья из Российской Федерации с целью обеспечения бесперебойного производства средств индивидуальной защиты на территории Республики (в связи с вступлением в силу Постановления Правительства Российской Федерации от 02.03.2020 №223 «О введении временного запрета на вывоз отдельных видов продукции из Российской Федерации»).

По итогам был проведен мониторинг, согласно которому были получены следующие данные: на начало введения режима повышенной готовности отечественными производителями в сутки составляло всего 5,5 % от заявленной потребности органов исполнительной власти, организаций Донецкой Народной Республики. Производственная мощность в среднем в смену составляла 25,6 тыс. шт. масок медицинских, в две смены – 51,2 тыс.шт., в три смены – 76,8 тыс.шт., то с учетом проведения работы по локализации производства, изысканию новых технических возможностей для производства средств индивидуальной защиты, а именно: запуска линии ультразвуковой сварки (стежки) по производству полуфабриката масок медицинских из спанбонда на ООО «Трансстрой», запуска автоматической линии по производству масок медицинских одноразовых из спанбонда ФЛП Ильин, был увеличен выпуск средств индивидуальной защиты (маска медицинская) в 8 раз выпуска в одну смену – до 200 тыс.шт., в 2 смены – до 400 тыс. шт., в 3 смены – до 600 тыс. шт., что, в свою очередь, позволило снизить себестоимость продукции на 87,5 % и обеспечить заявленные потребности органов исполнительной власти учреждений, организаций, предприятий промышленности, торговли, общественного питания, бытового обслуживания в полном объеме.



Для увеличения доли отечественной продукции медицинского назначения на рынке Республики, швейными предприятиями проведена модернизация швейного оборудования для дополнительного расширения ассортимента средств индивидуальной защиты, освоено более 20 новых видов продукции медицинского назначения (халаты, бахилы, капюшоны, комбинезоны, комплекты медицинские и др.). Согласно проведенному анализу производственной деятельности фармацевтического предприятия ООО «Олфарм-Восток» и сегмента перепрофилированных швейных предприятий, на производство средств индивидуальной защиты, наблюдается рост финансово-экономических показателей, а именно: увеличение загрузки производственных мощностей данных предприятий с 47,2% до 59,7 % (прирост составил 12,5%); объемов производства на 91,5%, налоговых отчислений в бюджет на 58,9%. Количество работников увеличено на 11,1%, среднемесячная заработная плата – на 21,1%. На некоторых предприятиях среднемесячная заработная плата увеличена более чем на 30 %. Следует отметить, что отечественные производители легкой и фармацевтической промышленности могут обеспечить в полном объеме потребности лечебных учреждений в качественной продукции медицинского назначения и дезинфицирующих средств в соответствии с нормами и требованиями действующего санитарного законодательства Донецкой Народной Республики, ГОСТам и ТУ.

Таким образом, реализация мероприятий, направленных на локализацию производства, перепрофилирование предприятий легкой и фармацевтической промышленности на выпуск продукции жизненно необходимой в Республике, является одним из положительных примеров поддержки отечественных товаропроизводителей, который раскрыл потенциал предприятий и дал основание для определения перспектив экономического и социального роста в данных отраслях промышленности (Приложение Ж). Ряд вышеуказанных мероприятий способствует своевременному обеспечению продукцией, необходимой для предотвращения распространения второй волны коронавирусной инфекции, выполнению программы импортозамещения

средств индивидуальной защиты, а также экономическому и социальному развитию предприятий, увеличению объемов производства, увеличению загрузки производственных мощностей, росту рабочих мест и отчислений налогов и сборов в бюджет Республики.

Весомым аргументом в пользу локализации является изучение новой клиентской аудитории, изучение спроса и удовлетворение потребностей заказчиков. Локализация, как один из основных инструментов импортозамещения, может стать одним из нематериальных активов развития производства легкой промышленности, точкой отсчета для работы по локализации маркетинга предприятий легкой промышленности, позволит создать новые рабочие места и новые производства на собственной территории. Вокруг производителей конечного продукта сосредоточатся производители материалов, логистические, сервисные и финансовые организации и, таким образом, сформируются интергационные, кооперационные взаимоотношения.

### **3.3 Модель стратегического управления и прогнозирование развития предприятий легкой промышленности Донецкой Народной Республики**

Моделирование стратегического управления и прогнозирование развития предприятий легкой промышленности будет основано на результатах анализа взаимосвязи основных социально-экономических показателей функционирования Донецкой Народной Республики.

Основные социально-экономические показатели функционирования Донецкой Народной Республики систематизированы в таблице 3.6.

В таблице 3.7 систематизированы результаты корреляционно-регрессионного анализа, позволяющего выявить наиболее тесные взаимосвязи между основными социально-экономическими показателями функционирования Донецкой Народной Республики. Результаты получены в программном обеспечении Microsoft Office Excel, формула КОРРЕЛ (корреляция).

Таблица 3.6 – Основные социально-экономические показатели функционирования Донецкой Народной Республики\*

Показатели/года	2015		2016		2017		2018		2019		2020	
	1-е полугод.	2-е полугод.	1-е полугод.	2-е полугод.	1-е полугод.	2-е полугод.	1-е полугод.	2-е полугод.	1-е полугод.	2-е полугод.	1-е полугод.	2-е полугод.
1 Численность населения, млн. чел.	2,3	2,3	2,32	2,32	2,3	2,3	2,29	2,29	2,28	2,28	2,24	2,24
2 Доля легкой промышленности в экономике, %	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,3	0,3
3 Количество предприятий отрасли по видам хозяйственной деятельности, ед	18	24	32	32	43	47	163	182	180	180	181	181
4 ФЛП	10	15	21	21	31	35	143	155	155	155	155	155
5 юридические лица	8	9	11	11	12	12	20	25	25	25	26	26
6 Структура легкой промышленности в общем объеме реализованной продукции, %												
7 швейно-трикотажное производство	60	60	63	63	64	64	75	75	87	87	89	89
8 коженно-обувное производство	24	24	21,5	21,5	20,6	20,6	15	15	6	6	6	6
9 текстильное производство	16	16	15,5	15,5	15,4	15,4	10	10	7	7	5	5
10 Объемы производства, млн. руб	40	42,5	105,5	105,5	164	174,3	192	205,5	215	217,5	320,2	349,2
11 Объемы реализации, млн. руб	38	40	111,5	111,5	162	177,1	196	206,1	220	227,2	310,7	356,7
12 Общий уровень загрузки производственных мощностей, %	6	8	15	15	19	20,4	24	29,3	36	39,8	48	58
13 из них швейно-трикотажное производство	15	15	30	30	38	38	42	42	58	58	71,4	71,4
14 из них коженно-обувное производство	3	3	6	6	6,5	6,5	7	7	10	10	23	23
15 из них текстильное производство	3	3	7	7	7	7	5	5	7	7	25	25
16 Численность работников, чел.	180	211	325	325	330	330	333	336	350	362	370	370
Уровень заработной платы, руб/мес	3400	3400	4200	4200	5052	5052	5410,4	5410,4	6797	6797	7691	7691

Продолжение таблицы 3.6

	Показатели/года	2015 1-е полугод.	2015 2-е полугод.	2016 1-е полугод.	2016 2-е полугод.	2017 1-е полугод.	2017 2-е полугод.	2018 1-е полугод.	2018 2-е полугод.	2019 1-е полугод.	2019 2-е полугод.	2020 1-е полугод.	2020 2-е полугод.
17	Общий объем рынка товаров (готовой продукции), млн. руб	н/д	н/д	н/д	н/д	1136,0	1297,0	1486	1503,5	1678	1978,1	2789	3091,8
18	Объем импортируемой продукции, млн. руб	н/д	н/д	н/д	н/д	1124	1446,4	1667,2	1887,4	2206	2432,2	3275,7	3575,7
19	Объем импортируемого сырья, млн. руб	12	16,2	96	133,2	223	266,4	345,6	553,4	623	666,8	722,4	822,4
20	Объем экспортируемой готовой продукции, млн. руб, всего:	10,1	12,4	26	42,4	49,3	59,2	39,8	36,6	24,5	14,5	18,2	18,2
21	в РФ, млн. руб.	10	12,2	21	41,0	52,3	58,1	38,9	36,2	24,2	14,2	16,6	16,6
22	в ЛНР, млн. руб.	0,1	0,2	5	1,4	1	1,1	0,9	0,4	0,3	0,3	1,6	1,6
23	Объем готовой продукции отечественного производства на внутреннем рынке, %	н/д	н/д	н/д	н/д	9,1	9,1	10,1	11,2	10,3	9,3	9,8	10,9
24	Объем товарооборота, млн. руб	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	593,7	593,7	1112	1124
25	Количество мероприятий по организации сбыта продукции, ед.	х	х	2	2	4	4	9	9	15	15	5**	5**
26	Количество учебных заведений для подготовки специалистов отрасли,	х	х	7	7	7	7	7	7	8	8	8	8
27	1-2 уровень аккредитации	х	х	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
28	3-4 уровень аккредитации	х	х	х	х	х	х	х	х	1	1	1	1

\*Составлено на основании источников Главстата и Министерства промышленности и торговли Донецкой Народной Республики  
 \*\* снижение из-за введения режима повышенной готовности в связи с коронавирусом инфекцией

Таблица 3.7 – Результаты корреляционных зависимостей основных социально-экономических показателей функционирования Донецкой Народной Республики

№ п/п	Показатели	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	
1	Численность населения, млн. чел.		-0,87	-0,75	-0,76	-0,75				0,88	-0,89	-0,88	-0,90	-0,84	-0,85	-0,56	-0,87	0,98	-0,97	-0,85	0,38	0,37	0,19	-0,38	-0,99	-0,26	-0,80	
2	Доля легкой промышленности в экономике, %			0,46	0,45	0,53	0,62	-0,59	-0,66	0,76	0,74	0,76	0,71	0,95	0,98	0,43	0,69	0,93	0,88	0,64	-0,31	-0,34	0,16	0,29	0,99	-0,22	0,61	
3	Количество предприятий отрасли по видам хозяйственной деятельности, ед				0,99	0,99	0,94	-0,92	-0,95	0,86	0,87	0,86	0,85	0,66	0,49	0,75	0,87	0,60	0,69	0,93	-0,07	-0,19	-0,24	0,68	0,99	0,72	0,69	
4	ФЛП						0,93	-0,91	-0,94	0,85	0,86	0,85	0,84	0,65	0,48	0,74	0,86	0,59	0,68	0,92	-0,07	-0,19	-0,23	0,67	0,97	0,7	0,68	
5	юридические лица						0,96	-0,95	-0,97	0,91	0,91	0,89	0,89	0,72	0,56	0,79	0,91	0,69	0,79	0,97	-0,08	-0,18	-0,20	0,66	0,99	0,67	0,76	
	Структура легкой промышленности в общем объеме реализованной продукции, %																											
6	швейно-трикотажное производство							0,99	-0,99	0,91	-0,90	0,96	0,99	0,81	0,66	0,76	0,96	0,81	0,88	0,96	-0,23	-0,31	-0,14	0,42	0,99	0,64	0,92	
7	кожевенно-обувное производство																											
8	текстильное производство																											

Продолжение таблицы 3.7

№ п/п	Показатели	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	
9	Объемы производства, млн. руб										0,99	0,97								0,95	0,10	0,10	0,04	0,35	0,98	0,10	0,71	
10	Объемы реализации, млн. руб											0,98	0,97	0,89	0,79	0,85				0,96	0,01	-0,08	0,37	0,96	0,29	0,76		
11	Общий уровень загрузки производственных мощностей, %												0,97	0,81	0,81	0,88				0,98	-0,16	-0,06	0,44	0,90	0,37	0,87		
12	из них швейно-трикотажное производство													0,89	0,78	0,65				0,96	-0,06	0,02	0,29	0,99	0,41	0,92		
13	из них кожевенно-обувное производство														0,97	0,55				0,83	-0,23	0,13	0,28	0,98	-0,01	0,77		
14	из них текстильное производство															0,77	0,85			0,69	-0,21	0,23	0,22	0,98	-0,23	0,64		
15	Численность работников, чел.																			0,82	0,35	-0,05	0,23	0,86	0,46	0,67		
16	Уровень заработной платы, руб/мес																			0,97	-0,11	-0,06	0,29	0,99	0,47	0,92		
17	Общий объем рынка товаров (готовой продукции), млн. руб																			0,87	-0,79	0,58	0,37	0,97	-0,11	0,77		
18	Объем импортируемой продукции, млн. руб																			0,98	-0,80	-0,13	0,23	0,86	0,46	0,92		
																					-0,86	-0,84	0,46	0,43	0,98	0,03	0,83	



Результаты корреляционно-регрессионного анализа показали 625 взаимосвязей обратного- и прямо пропорционального характера различной интенсивности:

26 взаимосвязей отображали единичную корреляцию, что дублирует взаимосвязь одного показателя относительно его величины (данном результатом пренебрегаем);

32% взаимосвязей характеризуют очень сильную взаимосвязь между показателями, 27% - сильную взаимосвязь, что свидетельствует о корректно подобранной номенклатуре системы показателей социально-экономического состояния общества Республики (59% взаимосвязей показали очень сильную и сильную взаимосвязь различного характера);

41% взаимосвязей отображают не очень сильную и слабую взаимосвязи, что позволяет провести анализ результатов исследования;

17,6% взаимосвязей идентифицированы как регрессионные (с обратным пропорциональным характером), остальные 78,4% взаимосвязей – корреляционные (прямо пропорциональный характер).

Наиболее тесные взаимосвязи отмечены между ростом численности населения Республики и общим объемом рынка готовой, а также объемом импортируемой продукции. Доля легкой промышленности в Республике находится в прямо пропорциональной зависимости от общего уровня загрузки производственных мощностей с акцентом на текстильное производство. Количество предприятий отрасли оказывает тесное прямо пропорциональное влияние на объем товарооборота. На структуру легкой промышленности в общем объеме реализованной продукции прямо пропорционально влияет объем импортируемого сырья, что связано с дефицитом внутренней сырьевой базы Донецкой Народной Республики. От объемов производства и реализации зависит общий объем рынка готовой продукции. Кроме вышеизложенного выявлена взаимосвязь между ростом уровня заработной платы и объемов производства, реализации и товарооборота. Результаты анализа позволяют



разработать мероприятия по активизации развития современного состояния легкой промышленности в Донецкой Народной Республике.

В процессе создания внутреннего рынка в аспекте развития производственной кооперации в Республике рекомендуется:

использовать модели анализа внутриреспубликанского рынка (на основе характеристики «ввоза – вывоза», оценки объемов производства и потребления продукции, товаров, оборудования, сырья, материалов), а также в обязательном порядке обеспечить поддержку местных производителей различных групп товаров;

обеспечить условия для создания новых и поддержки существующих предприятий легкой промышленности различных форм собственности, в результате деятельности которых население Республики будет иметь возможность приобрести необходимую продукцию, отвечающую всем современным требованиям к эргономическим характеристикам товаров;

разработать и реализовать организационно-экономические механизмы инновационного развития предприятий текстильной, швейной, обувной отраслей с целью повышения качества и конкурентоспособности их продукции на внутриреспубликанском рынке по сравнению с иностранными конкурентами, а также увеличения объемов производства сопутствующей продукции для различных сфер народного хозяйства;

создавать корпоративно-интеграционные объединения на основании институционального подхода к развитию организационных структур, который предполагает в качестве технологического базиса наличие следующих компонентов:

а) опытные производства, где разрабатываются новые технологии производства и инновационные технологические линии, оборудование, машины и механизмы (научные центры, опытные лаборатории);

б) центры инновационных и экспериментальных разработок, целью которых является разработка прототипов и образцов новых изделий, усовершенствованных машин и механизмов, которые в дальнейшем будут апробироваться на объектах опытного производства;

в) промышленно-технологические объединения, в состав которых входят предприятия по производству необходимой техники и оборудования, комплектующих и запасных частей, и предприятия по наладке, ремонту, обслуживанию, послепродажному сервису;

г) предприятия различных форм собственности и масштабов деятельности, функционирующие в сфере легкой промышленности, и занимающиеся непосредственно производством конечной продукции;

д) маркетинговые группы, в состав которых входят предприятия и организации, осуществляющие рекламную и сбытовую деятельность, а также торговые предприятия и отдельные торговые представители.

Для эффективной реализации указанных выше мероприятий необходим практический инструмент, модель которая позволит осуществлять контроль на каждом этапе построения системы стратегического управления предприятиями легкой промышленности. Данная модель должна учитывать определенную автономность предприятий, но при этом в ней должно быть место государственному управлению отраслью.

Основой для формирования указанной выше системы предлагается использовать созданную английским ученым Стаффордом Биром универсальную модель управления — модели жизнеспособной системы (Viable System Model, VSM) [264]. Модель жизнеспособной системы Стаффорда Бира, разработана им в 70-е годы 20 го века и основой для нее послужила центральная нервная система высших животных. [262].

Основным преимуществом для использования Модели в легкой промышленности, является ее универсальность. Она может быть использована как для отдельного предприятия, так и для объединения (кооперации) предприятия, отраслей и так далее до государственного уровня. Особенность указанной Модели заключается в том, что она не концентрируется на организационной структуре, а содержит описание путей передачи информации и центров ее обработки, то есть отражает именно «информационную

структуру» системы, что и является необходимым условием для использования ее в процессе развития легкой промышленности ДНР.

Для понимания принципов деятельности данной системы, нам необходимо разобраться в принципах взаимодействия 5 подсистем и определиться с наполнением каждой из подсистем в условиях необходимости применения Модели к задаче развития легкой промышленности Донецкой Народной Республике (рис. 3.2)

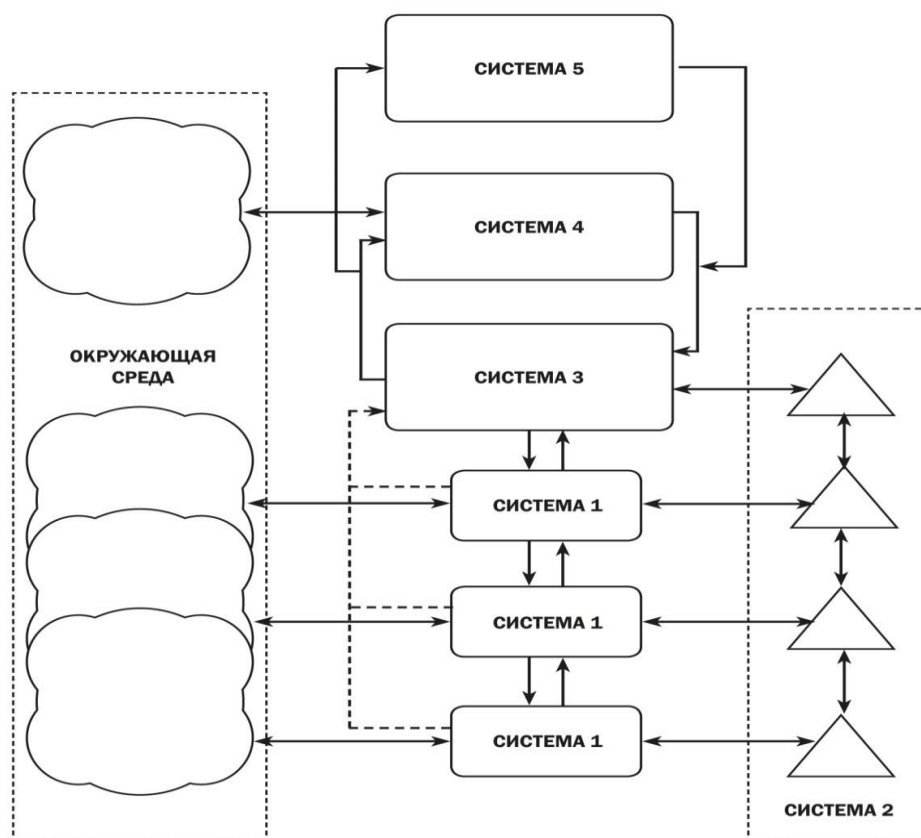


Рисунок 3.2 - Модель жизнеспособной системы (Viable System Model, VSM) Стаффорда Бира

Следует отметить, что данная Модель получила широкое применение в сфере консалтинговых услуг, например, в своей практике ее используют такие организации как: Syncho Ltd (Великобритания), Team Syntegrity Inc. (Канада), Malik Management Zentrum (Швейцария) [263]. Кроме того, целесообразность использования указанной Модели на уровне государственных управленческих структур подтверждается опытом многих стран мира, среди которых следует отметить Великобританию (разработано «Real Time Government» -

Правительство Реального Времени), а также Российскую Федерацию (использовалась при формировании и апробации проекта Ситуационного Центра МЧС Московской группой МФТИ – ИПМ им. Келдыш). [263].

Предлагается рассматривать предприятия отрасли, объединенные кооперацией, а также органы исполнительной власти ДНР как систему, состоящую из пяти подсистем (основных управленческих функций): осуществление операций, координация, контроль, интеллектуальное развитие и выработка политики. Операции являются основной формой деятельности организации, т.е. они отражают те действия организации, для которых она была создана [262]. Модель выделяет основные операции организации, определяет связи между этими операциями и остальными четырьмя функциями управления, которые их обслуживают. Ключевым является вопрос о законах взаимосвязи, реализуемых в виде контуров управления и передачи информации [263].

Для удобства представим описание подсистем и их функции в виде таблицы 3.8.

Таблица 3.8 - Функции подсистем модели жизнеспособной системы

Наименование подсистемы	Функция подсистемы по Стаффорду Биру	Наполнение подсистемы в условиях развития легкой промышленности ДНР
Подсистема 1 <b>«Осуществление операций»</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Эта подсистема отражает основные виды деятельности предприятия.</li> <li>• Подсистем этого типа может быть несколько.</li> <li>• Каждая первая подсистема состоит из различных подсистем пяти типов и дублирует большую систему.</li> <li>• Подсистемы 1 очень жизнеспособны, и, соответственно, достаточно автономны, но степень этой автономии не нарушает целостности всей организации.</li> <li>• Автономность регулируется ресурсным договором. В особых случаях автономия может быть нарушена.</li> <li>• Задачи и функции подсистемы 1 достаточно просты и стандартизированы. При этом каждая подсистема 1 связана с внешней средой.</li> </ul>	<p>Подсистема 1 в условиях нашей практической задачи являются предприятия легкой промышленности ДНР.</p> <p>Таким образом, модель может включать столько подсистем 1 — предприятий, сколько их фактически осуществляет деятельность.</p> <p>Как понятно из схемы модели жизнеспособной системы каждое из них имеет определенную автономию, что вполне согласуется с целями создания бизнеса и решения связанных с этим задач в первую очередь получение прибыли, решение социальных задач, развития доли бизнеса и т.д.</p> <p><b>Участники:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Предприятия легкой промышленности ДНР</b></li> </ul>

Продолжение таблицы 3.8

Наименование подсистемы	Функция подсистемы по Стаффорду Биру	Наполнение подсистемы в условиях развития легкой промышленности ДНР
<p><b>Подсистема 2 «Координация»</b></p>	<p>Данная подсистема координирует связи между подсистемами 1, не допускает нежелательные отклонения, устраняет конфликты и осуществляет функцию перераспределения ресурсов, при возникновении соответствующей необходимости.</p> <p>Для этого данная подсистема наделена конкретными полномочиями и имеет доступ к определенной информации, которого нет у подсистем 1.</p> <p>Подсистема 2 может быть воплощена в диспетчерских службах, функциях ERP-систем.</p> <p>Если возникают отклонения, которые подсистема 2 не может устранить самостоятельно, то она передает данные подсистеме 3, чтобы та оценила ситуацию и устранила причину нарушений. Чтобы не допустить информационную перегрузку подсистемы 3, информация подвергается аттенюации, и подсистема 3 получает уже откорректированные данные для осуществления соответствующих функций контроля.</p>	<p>Подсистема 2 в нашем случае является сочетанием структурных подразделений органа исполнительной власти и методов обмена информацией (ERP системе), которая предусматривает создание системы отчетности (электронных таблиц), которая может оперативно анализироваться с помощью технологии дашбордов.</p> <p><b>Участники:</b></p> <p>•<b>Отдел легкой промышленности департамента промышленности Минпромторг ДНР — система отчетности (электронные таблицы)</b></p>
<p><b>Подсистема 3 «Контроль»</b></p>	<p>Данная подсистема осуществляет управление текущей деятельностью кооперации предприятий легкой промышленности, т.е. совокупностью подсистем 1.</p> <p>Она формирует основы ресурсного договора, распределяет задания и ресурсы для их выполнения между подсистемами в соответствии с государственной политикой и Стратегией 2023, определяет степень их самостоятельности и контролирует выходные параметры.</p> <p>В случае возникновения нештатных и кризисных ситуаций, подсистема 3 может осуществлять непосредственное управление операционной деятельностью. Это является возможным благодаря тому, что подсистема 3 располагает данными о внешней ситуации и долгосрочных планах целого предприятия, а не отдельного подразделения (подсистемы 1). Поэтому действия подсистемы 3 основываются на интересах всей организации. Осведомленность о планах организации и внешней среде достигается за счет взаимодействия с подсистемой 4, в компетенцию которой входят эти вопросы.</p>	<p>Данная подсистема включает структурное подразделение органа исполнительной власти, которое осуществляет фактический анализ ситуации с подсистемами 1 предприятиями, определяет проблему и степень необходимого воздействия для ее решения.</p> <p><b>Участники:</b></p> <p>•<b>Отдел легкой промышленности департамента промышленности Минпромторг ДНР — анализ входящей информации</b></p>

Окончание таблицы 3.8

Наименование подсистемы	Функция подсистемы по Стаффорду Биру	Наполнение подсистемы в условиях развития легкой промышленности ДНР
Подсистема 4 <b>«Разведка. Маркетинг»</b>	<p>Получает информацию о внутренней среде предприятия от подсистемы 3. Также данная подсистема самостоятельно собирает информацию о внешней среде. Затем собранная информация передается в подсистему 5, предварительно подвергнув аттенюации.</p> <p>Аттенюация — любые формы обобщения и структуризации информации - например, сегментация рынка, моделирование бизнес-процессов, финансовая отчетность и пр.</p>	<p>Данная подсистема включает в себя структурное подразделение органа исполнительной власти, который обладает возможностью для широкого изучения внешней среды и предоставления аттенюированной информации подсистеме 5.</p> <p><b>Участники:</b> <b>Департамент промышленности Минпромторг ДНР</b></p>
Подсистема 5 <b>«Выработка политики»</b>	<p>Данная подсистема выполняет функции по формированию долгосрочных стратегий, стратегической политики предприятия, целесообразности преобразований в организационной культуре, принимает решения по основополагающим моментам функционирования, разрабатывает ресурсный план. Подсистема «Выработка политики» на основе данных подсистемы 4 разрабатывает или вносит правки в стратегический план, и снова передает подсистеме 4.</p> <p>Подсистема 4 детализирует и конкретизирует существующую стратегию, разрабатывает откорректированные среднесрочные планы, и передает их подсистеме 3.</p> <p>Подсистема 3 на основании полученного от подсистемы 4 плана распределяет между операционными подразделениями функциональные задачи, ресурсы, контролирует выполнение промежуточных целей и выполнение итоговых показателей плана. Подсистемы 1 осуществляют операционную деятельность, подсистема 2 обеспечивает их взаимодействие и разрешает конфликты.</p>	<p>Правительство ДНР и орган исполнительной власти на основе имеющейся информации создают долгосрочные программы и стратегии развития согласно развитию отрасли с государственными интересами.</p> <p><b>Участники:</b> • <b>Правительство ДНР</b> • <b>Минпромторг ДНР</b></p>

На основе информации предоставленной в таблице Функции подсистем модели жизнеспособной системы автором предлагается внести определенные изменения в модель Стаффорда Биру, для адаптации ее к задаче управления развитием легкой промышленности Донецкой Народной Республики.

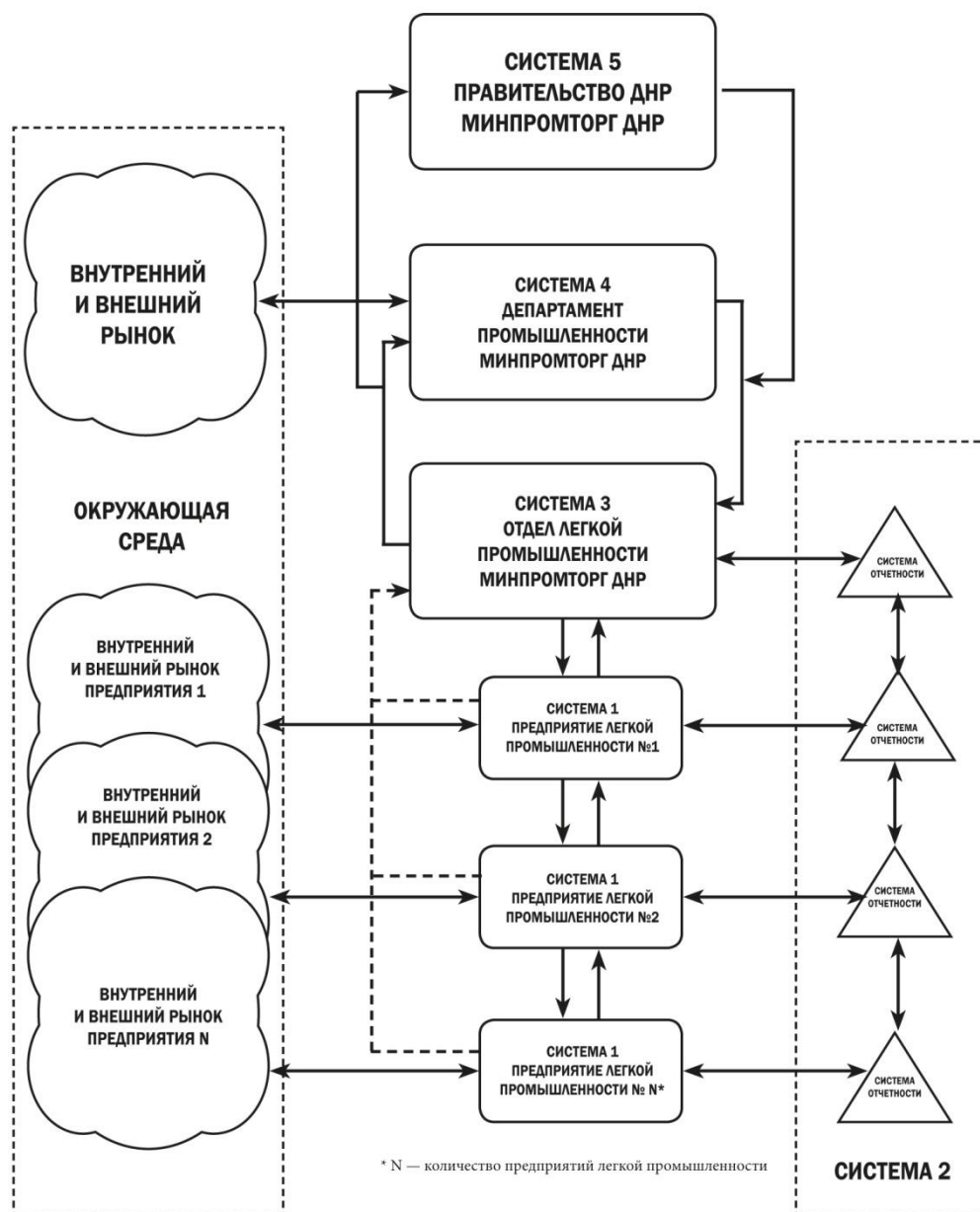


Рисунок 3.3 – Модель жизнеспособной системы (Viable System Model, VSM) Стаффорда Бира адаптированная автором для использования при реализации Стратегии 2023 в Донецкой Народной Республике

Отдельно стоит отметить такой элемент Модели как ресурсный план, разработка которого входит в компетенцию подсистемы 5 «Выработка политики». Ресурсный план именно тот инструмент, который проводит грань между автономией предприятий и государственным управлением. Ресурсный договор закрепляет за каким-либо элементом системы необходимые для его работы ресурсы, а также определяет широту его полномочий и степень

ответственности [187]. В нашем случае, практическим инструментом, выполняющим функции ресурсного договора может быть система нормативных правовых актов, разработанных органом исполнительной власти, которые непосредственно включает Стратегия и управляет развитием легкой промышленности.

При разработке ресурсного плана, под которым как сказано выше мы понимаем систему нормативных правовых актов, включая «Стратегию 2023» Подсистеме 5 необходимо использовать все многообразие методов управления кооперацией, которые схематически изображены на Рисунке 3.4.

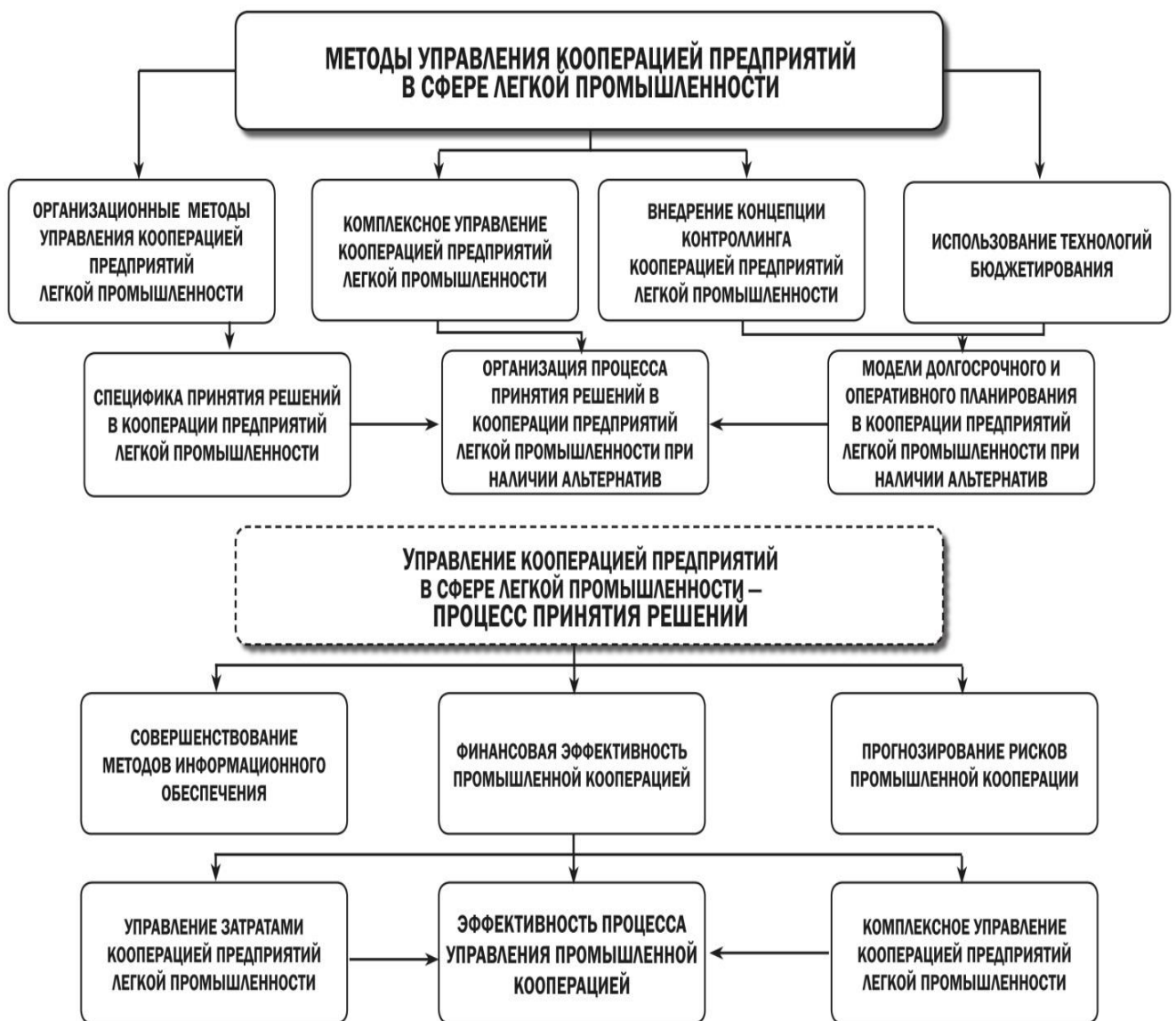


Рисунок 3.4 – Методы управления процессом кооперации в отрасли легкой промышленности



Кроме этого, развитию внутриреспубликанской производственной кооперации будет способствовать:

разработка и продвижение собственных торговых марок и брендов;

создание партнерской площадки между производителями, дизайнерами, торговыми сетями и потребителями;

создание союзов, ассоциаций, корпораций, в которых предприятия легкой промышленности взаимодействуют с предприятиями смежных отраслей, предприятиями торговли, научно-исследовательскими учреждениями в направлениях создания новых изделий, разработки новых технологий производства и прочих способов продвижения товаров на внутреннем рынке;

локализация производства в союзе с локализацией потребителей продукции легкой промышленности;

развитие внутреннего рынка путем проведения выставок-продаж, ярмарок, презентаций, показов и т.д., издание и распространение каталогов и справочников продукции легкой промышленности;

формирование имиджа экологически безопасного, инновационного производства продукции легкой промышленности, закрепление за предприятиями легкой промышленности статуса производителей уникальной и специфической продукции с перспективой абсолютного доминирования на внутреннем рынке и выхода на внешние рынки.

Таблица 3.8 - SWOT анализ предприятий легкой промышленности

Сценарии развития ситуации с объектом		Возможности — Opportunities		Угрозы — Threats	
Внутренние	Внешние	Повышение спроса на продукцию	Льготы инновационно активным предприятиям	Повышение таможенных тарифов	Повышение требований потребителей к качеству продукции

## Продолжение таблицы 3.8

Сценарии развития ситуации с объектом		Возможности — Opportunities		Угрозы — Threats	
Сильные стороны — Strengths	Высокий научно-технический и инновационный потенциал	<ul style="list-style-type: none"> <li>Освоение новых методов НИОКР;</li> <li>Сокращение длительности циклов;</li> <li>Минимизация затрат</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Высокая вероятность успеха и максимальной прибыли</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Низкая вероятность успеха и балансирование на грани безубыточности</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Высокая вероятность успеха и максимальной прибыли</li> </ul>
	Ограничение мощностей тиражирования, серийного производства	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ценообразование по стратегии «снятие сливок»</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Развитие собственной базы;</li> <li>Создание совместного предприятия</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ослабление позиций на внутреннем рынке;</li> <li>Поглощение предприятий зарубежными фирмами</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Развитие собственной базы;</li> <li>Стремление уйти в незанятую нишу</li> <li>Слияние с зарубежной фирмой</li> </ul>
Слабые стороны — Weakness	Неразвитая собственная сбытовая сеть	<ul style="list-style-type: none"> <li>Покупка компании с налаженной системой сбыта;</li> <li>Организация совместного предприятия</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Организация совместного предприятия;</li> <li>Покупка компании с налаженной системой сбыта</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Создание СП с зарубежными предприятиями</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Установление партнерства с налаженной системой сбыта;</li> <li>Слияние с зарубежной фирмой</li> </ul>

Легкая промышленность в целом является высоко конкурентной отраслью. Отечественным производителям приходится искать собственные пути решения для преодоления факторов, которые являются «тормозом» их развития. К данным факторам прежде всего стоит отнести следующие:

Таблица 3.9 - Факторы оказывающие негативное действие на легкую промышленность

Недостаточность оборотных средств	Низкая культура платежей потребителей
Конкурирующий импорт	Отсутствие платежеспособного спроса
Нехватка сырьевых ресурсов (их дороговизна вследствие блокады)	Нехватка оборудования
Низкие экспортные возможности	Недостаток квалифицированных кадров

SWOT анализ легкой промышленности и анализ факторов препятствующих динамичному развитию отрасли говорят в первую очередь о необходимости формирования и принятия государством комплексных мероприятий развития отрасли, что достигается принятием на государственном уровне «Стратегии развития легкой промышленности 2023 года».

Разработка и изучение концептуальных подходов к развитию межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере легкой промышленности позволит повысить инвестиционную привлекательность отрасли, а именно:

в текстильном производстве будет способствовать расширению ассортимента и повышению качества продукции, внедрению ресурсосберегающих технологий;

в швейно-трикотажном производстве повышению эффективности будет способствовать использование систем автоматизированного проектирования швейных изделий и технологических процессов; гибких автоматизированных подготовительно-раскройных производств; ресурсосберегающих технологий переработки межлекальных и краевых отходов от раскроя текстильных материалов;

в обувном производстве – расширению ассортимента продукции и снижению ее себестоимости за счет внедрения автоматизированных систем конструкторско-технологической подготовки производства обуви, проведения расчета материалоемкости и экономических показателей различных методов производства обуви.

Прогнозирование объемов производства продукции предприятиями легкой промышленности. Представленный в предыдущем пункте данного Раздела анализ данных и его информационная оценка позволяют сделать вывод о целесообразности решения сформулированных ранее системных проблем развития легкой промышленности с помощью формирования системы прогнозных научно-обоснованных ориентиров достижения целей среднесрочной стратегии.

Главной целью предложенной Стратегии развития легкой промышленности ДНР является создание и реализация организационно-экономических условий эффективного функционирования данной отрасли, а также ее устойчивого развития в среднесрочном и долгосрочном периоде, что позволит значительным образом снизить импортозависимость внутреннего рынка, а также повысить экспорт продукции отечественного производства. Достижение указанной цели предполагается за счет внедрения механизма корпоративно-кооперационного взаимодействия государства и предпринимательских структур. Реализацию Стратегии предлагаем выполнять поэтапно.

Для организации системного поведения указанных мероприятий и реализации Стратегии предложено формирование инновационно-кооперационного производственных объединений, как конкурентоспособной производственной структуры, развитие устойчивых кооперационных связей, межотраслевой кооперации, создание цивилизованного рынка потребительских товаров легкой промышленности.

В рамках предложенных этапов Стратегии развития, прогнозные данные объемов производства продукции легкой промышленности в среднесрочной перспективе предлагается определять на основе проактивного сценария развития отрасли. Проактивный сценарий предполагает использование следующих методов: метод технико-экономических расчетов; опытно-статистический (расчетно-аналитический) метод; метод экономико-математического моделирования (конкретно - уравнение простой прямолинейной регрессии).

Принимая в расчет положительную динамику увеличения объемов производства в 2019 году, используем опытно-статистический метод и метод экономико-математического моделирования для определения прироста показателя в 2023 году. Отметим, что данные методы позволяют не учитывать влияние на изменение объемов производства таких факторов как численность работающих и производительность труда. В результате получаются завышенные прогнозные значения. Данные приложения Е, составленные по результатам среднесрочного

прогнозирования, позволяют сделать вывод, что при реализации инерционного сценария развития (т.е. сохранения существующих тенденций функционирования и развития отрасли), насыщение рынка товарами легкой промышленности производства ДНР произойдет через 25,2 лет.

При использовании метода технико-экономических расчетов существует возможность составления различных конечных вариантов процесса прогнозирования, которые можно дифференцировать в зависимости от цели разработки прогнозов, вероятности наступления различных видов рисков, возможных подходов к усовершенствованию процесса производства. Указанные критерии разработки прогнозных сценариев, а также их различные комбинации, позволяют осуществить необходимые расчеты в четырех вариантах, и затем выбрать наиболее оптимальный вариант, который будет отражать реальное положение вещей.

Чтобы выполнить прогноз тенденций изменения объемов производства предприятиями легкой промышленности Республики на основании технико-экономического метода, используем значения такого показателя как производительность труда за каждый календарный месяц базисного и отчетного периодов. В качестве базисного периода предложено использовать данные 2019 года, в качестве отчетного – 2020 года. Прогнозные значения объема производства определяются с помощью метода экстраполяции. Метод экстраполяции предполагает проекцию существующей тенденции развития показателя (в нашем случае это показатель производительности труда) в течение периода 2019-2020 гг. на период 2021-2023 гг. [14].

Так как в качестве основного сценария развития отрасли легкой промышленности обоснован проактивный сценарий, то выполним разработку прогноза на 2023 год в рамках четырех вариантов, которые описаны выше.

Для составления первого варианта прогноза была выполнена статистическая выборка данных о показателях производительности труда в отрасли легкой промышленности Донецкой Народной Республики, на основании которой рассчитаны значения показателя на 2023 год. В качестве

определяющего критерия указанной выборки обозначен рост объема производства при выполнении условия положительной динамики численности занятых в данной отрасли при максимальных по прогнозным значениям 2021-2022 показателях производительности труда.

Для составления второго варианта прогноза на 2023 год использована статистическая модель прироста производительности труда работающих в отрасли легкой промышленности. Отметим, что второй вариант прогноза также учитывает критерий увеличения численности работников.

Для составления третьего варианта прогноза на 2023 год использован вариант среднего показателя производительности труда по выборке максимальных значений в период последующей после достижения одного из этих значений. Третий вариант прогноза также учитывает критерий увеличения численности работников.

Для составления четвертого варианта прогноза была выполнена комбинация трех описанных выше способов прогнозирования на основании технико-экономического метода. Для данного прогноза используются максимальные значения итогового показателя по первым трем прогнозам.

Таким образом, получим прогноз реализация задач Стратегии развития отрасли легкой промышленности Республики на основании проактивного сценария. При выполнении прогнозируемого темпа роста объёмов производства 2021 года период составит 3,5 года;

В соответствии с Первым Вариантом при выполнении прогнозируемого темпа роста объёмов производства в 2022 году период составит 4,2 года;

В соответствии со Вторым Вариантом при выполнении прогнозируемого темпа роста объёмов производства в 2022 году период составит 3,4 года;

В соответствии с Третьим Вариантом при выполнении прогнозируемого темпа роста объёмов производства в 2022 году период составит 2,4 года;

В соответствии с Четвертым Вариантом при выполнении прогнозируемого темпа роста объёмов производства в 2022 году период составит 2,3 года.

Итак, можно сделать вывод, что выбор определенного варианта прогноза изменения динамики объемов производства продукции предприятиями отрасли легкой промышленности будет зависеть от конкретного выбранного ориентира (или комбинации нескольких ориентиров) процесса прогнозирования развития отрасли. По мнению автора, наиболее предпочтительным являются результаты Третьего Варианта прогноза, который может быть достигнут при условии, что основополагающими направлениями развития отрасли легкой промышленности в Республике выпутают преобладание экспорта над импортом, всесторонняя поддержка внутренних производителей, кооперация и концентрация производства вокруг существующих производственных мощностей и создания новых.

Результаты прогнозирования развития отрасли легкой промышленности Республики на среднесрочную перспективу представлены в Приложении Е.

Следует подчеркнуть, что развитие отрасли легкой промышленности в соответствии с любым из прогнозов в рамках проактивного сценария предполагает кооперацию и интеграцию, которая невозможна в настоящее время без учета современных инновационных тенденций. Инновационное развитие легкой промышленности должно обеспечивать разработку и внедрение современных технологий на всех стадиях производственного процесса, использование модернизированного сырья и материалов, осуществление принципов ресурсо- и энергосбережения. Реализация «Стратегии-2023» не представляется возможной без разработки и реализации на уровне государства действенных экономико-организационных механизмов поддержки и стимулирования инновационной деятельности предприятий и организаций.

Важным моментом для реализации Стратегии является создание сырьевой биржи, что в значительной степени снизит зависимость от импортируемого сырья, позволит стабилизировать ценовую ситуацию и уменьшить количество посредников на рынке сырья. Углубление процессов кооперации и интеграции, корпоративного взаимодействия научно-исследовательских учреждений, предприятий легкой промышленности как на основе ранее функционирующих, так и на базе добровольного объединения

предприятий в ассоциацию, концерн, а определением специализации, локализации и концентрации производства, уровня социальной и экономической ответственности.

Стратегические ориентиры развития легкой промышленности Донецкой Народной Республики систематизированы в Приложении Б. Решение задач Стратегии в 2023 году предполагает достичь следующих целевых показателей развития легкой промышленности Республики: рост объемов произведенной продукции в 4,8 раза (на 829,6 млн. руб.), что составит 1042,9 млн. руб.; рост объемов реализованной продукции на внутреннем рынке в 4 раза (на 594,2 млн. руб.), что составит 806,9 млн. руб.; наполнение рынка Донецкой Народной Республики разнообразным ассортиментом качественной продукции (в 2023 году доля отечественных товаров текстильной и легкой промышленности в объеме продаж Донецкой Народной Республики составит в пределах 60- 70 %.); выход предприятий легкой промышленности на внешние рынки, (увеличение объемов реализованной продукции на экспорт превысит показатели 2019 года в 16,3 раза и составит 236 млн. руб.); увеличение занятости в отрасли в сравнении с 2019 годом в 4,3 раза (на 1215 человек), что составит в целом по отрасли 1577 человека.

### **Выводы по разделу 3**

Подводя итоги по рассмотрению вопросов третьей главы можно сделать выводы и рекомендации по прогнозированию объемов производства в процессе разработки стратегии развития легкой промышленности:

Активизация малого предпринимательства и восстановление функциональности среди предприятий в сфере производства продукции легкой промышленности для удовлетворения потребностей населения ДНР, силовых структур и ведомств, других отраслей промышленности, агропромышленного комплекса, строительства, торговли и общественного питания, медицины, науки и образования, производственной и рыночной инфраструктуры,



предприятий финансовой сферы, других предприятий сферы услуг требует разработки и реализации научно-обоснованных стратегических решений.

Формирование ресурсного обеспечения предприятий легкой промышленности (привлечение финансовых инвестиций, в том числе капитальных инвестиций; обновление материально-технической базы, в том числе техническое перевооружение и модернизация производства; расширение ассортимента сырьевых ресурсов и снижение их стоимости, эффективное управление трудовыми ресурсами путем повышения производительности труда через усовершенствование стимулирования труда, ускоренное обучение рабочих специальностей на производственных площадях предприятий, корпоративное участие в разделении прибыли) возможно на основе достижения прироста объемов производства до уровня обеспечивающего рентабельность хозяйственной деятельности и капитализацию прибыли.

Обеспечение и увеличение объемов выпуска качественной конкурентоспособной продукции легкой промышленности; повышение эффективности производственно-хозяйственной деятельности предприятий легкой промышленности, формирование функциональных систем хозяйственного и корпоративного; гарантирование экономической безопасности должно базироваться на методически обоснованных результатах прогнозирования.

Предложенный для прогнозирования метод технико-экономических расчетов допускает наличие нескольких вариантов прогноза в зависимости от цели прогнозирования, характера возможных финансовых, коммерческих и прочих рисков, объемных и структурных направлений производственного процесса. Приведенные ориентиры разработки прогнозов, основанные на определении темпов прироста объемов производства, производительности труда, и их комбинация позволяют выполнить расчёты в четырех вариантах и предполагают выбор того, который в большей мере отвечает требованиям реальности результатов прогнозирования.

Основные научные результаты, изложенные в данном разделе, опубликованы в работах [272, 276, 277, 279, 280, 283].

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Диссертационная работа посвящена решению актуальной научно-прикладной задачи использования маркетинговых активов развития межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере легкой промышленности. Полученные результаты позволяют сформулировать выводы, разработать предложения, имеющие теоретическое и прикладное значение и свидетельствующие о достижении целей и выполнении поставленных задач.

1. Исследование теоретических аспектов кооперации, накопленный теоретический и практический опыт при изучении проблематики межотраслевой и отраслевой кооперации (сотрудничества) и интеграционных процессов позволил сделать вывод об кооперации как научной концепции, которая связана с проблематикой социально-экономического развития государства в условиях новых вызовов. Рассмотрение кооперации как процесса согласно значительному количеству изданных трудов от стадии зарождения до массового использования ведущими государствами мира для выхода из кризиса, позволило выявить новые принципы, формы и методы ее осуществления. Изучение кооперации в различных аспектах остается актуальной и практически востребованной в условиях непризнания государств, неопределенности и риска, ограничения с политической точки зрения экономического развития страны.

Накопленный опыт стимулирования кооперативного движения, ее многоуровневой структуры и межотраслевых связей, позволил применить ее методологические основы и научные аспекты к деятельности предприятия легкой промышленности, а также развитию интеграционной деятельности в легкой промышленности в целом. На основе проведенного исследования понятийного аппарата кооперационных и интеграционных отношений в сфере промышленности сделан вывод, что понятия «кооперация», «интеграция» как экономические категориями, развиваются на основе существующих экономических законов, закономерностей, сопровождающих развитие как отдельного хозяйствующего субъекта, так и отрасли в целом, а также являются

одновременно целью, задачами и результатами направленной деятельности в сфере легкой промышленности.

2. Изучен исторический опыт и обоснована необходимость интеграции и кооперации в развитии предприятий легкой промышленности, как основного фактора инновационной активности отрасли. Исследование развития кооперации в научно-практической сфере, ее эволюции за рубежом и в России позволило сформулировать авторский подход к выделению этапов развития кооперации – вплоть до современного этапа. Предложен научно-методический подход к пониманию кооперационных и интеграционных отношений в сфере легкой промышленности, которые в рамках данного исследования рассматриваются на основе комплексного использования маркетинговых активов при развитии межотраслевой и отраслевой кооперации.

3. На основе теоретических учений, автором дано определение понятия «маркетинговые активы». Маркетинговые активы являются необходимым базовым инструментом управления, влияющим на развитие межотраслевой и отраслевой кооперации предприятий промышленности и повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции. Выделены маркетинговые активы, необходимые для устойчивого функционирования предприятий и обозначена их роль в развитии межотраслевой и отраслевой кооперации. Существующий уровень маркетинговых активов развития кооперации легкой промышленности на территориях с непризнанным статусом весьма невысок, в связи с чем наблюдается недостаточная конкурентоспособность продукции легкой промышленности на международном экспортном рынке и имеется ценовой диспаритет, отсутствуют отлаженные связи в системе движения товарных потоков и пр. Поиск новых возможностей для развития и применения в компании маркетинговых активов для улучшения взаимодействия служб маркетинга и сбыта обозначено как одно из важных направлений, необходимых для эффективной работы предприятий легкой промышленности.

4. Проведенные мониторинг и анализ хозяйственной деятельности предприятий легкой промышленности Донецкой Народной Республики на современном этапе позволили определить основные проблемы развития отрасли на территориях с непризнанным статусом, разработать научно обоснованные теоретико-методические рекомендации по повышению эффективности развития предприятий легкой промышленности в условиях полной изоляции экономики. На основании исследования особенностей и проблем легкой промышленности как социально значимой отрасли народного хозяйства разработаны приоритетные направления ее развития с целью повышения эффективности функционирования предприятий в рыночных условиях, обоснована необходимость кооперации и интеграции в деятельности предприятий легкой промышленности Донецкой Народной Республики как основного фактора инновационной активности.

5. Разработка концепции развития легкой промышленности ДНР позволила показать роль отраслевой и межотраслевой кооперации и процессов взаимодействия субъектов хозяйствования с целью поддержки отечественных товаропроизводителей, снижения зависимости от импорта как сырья, так и технологий, оборудования, замену политики приспособления на политику экспортного лидерства. Предложенный механизм реализации концепции развития легкой промышленности возможен с применением маркетинговых активов, необходимых для устойчивого функционирования предприятий, он базируется на методологии управления маркетинговыми активами с учетом особенностей экономического развития легкой промышленности, которая состоит в процессе максимального приближения к запросам конечного массового потребления, зависимости от рыночной ситуации как внутри, так и вне рынка, а также с учетом особенности развития отрасли легкой промышленности в условиях экономической изолированности территории.

6. Предложенный механизм принятия государственных управленческих решений, обеспечивающих эффективное и устойчивое развитие отрасли легкой промышленности ДНР, позволил определить риски в

ее развитии. Установлено, что мерой снижения рисков может быть закрепление на законодательном уровне предоставления преференций иностранным инвесторам и гарантий инвестиционным проектам. Для создания условий развития отрасли и минимизации рисков, которые влияют на целевые показатели работы отрасли, разработаны Комплексные мероприятия по приоритетным направлениям нормативного, технологического, экономического и социального развития легкой промышленности, подтверждающих потребность в принятии безотлагательных мер по их реализации, в том числе со стороны государственных органов.

7. Проведена апробация комплекса мероприятий, предусмотренных Концепцией развития легкой промышленности в целом и стратегией развития предприятий легкой промышленности Донецкой Народной Республики, которая состоит в направленности на содействие межотраслевой и отраслевой кооперации, стимулировании развития производства новых видов продукции, внедрения ноу-хау, применения энерго-, ресурсосберегающих технологий, повышение экологической безопасности производства, доступности продукции, экономическое стимулирование инновационной активности на внутреннем рынке.

Ключевая идея разработанной модели для отрасли лёгкой промышленности «Стратегии - 2023» состоит в формировании набора условий по обеспечению старта и доведения до активной фазы развития предприятий легкой промышленности, создание условий для активизации предпринимательства в отрасли, направленности внутреннего рынка на поддержку республиканских производителей и устранения его зависимости от импорта.

8. Разработана модель стратегического развития легкой промышленности с акцентом на контроль на каждом этапе построения системы стратегического управления предприятиями отрасли, что позволило повысить инвестиционную привлекательность подотраслей, в частности в производствах:

текстильном – расширение ассортимента и повышение качества продукции, внедрение ресурсосберегающих технологий;

швейно-трикотажном – использование систем автоматизированного проектирования швейных изделий и технологических процессов; гибких автоматизированных подготовительно-раскройных производств; ресурсосберегающих технологий переработки межлекальных и краевых отходов от раскроя текстильных материалов;

обувном – расширение ассортимента продукции и снижение ее себестоимости за счет внедрения автоматизированных систем конструкторско-технологической подготовки производства обуви, проведение расчета материалоемкости и экономических показателей различных методов производства товаров.

В целом, в отрасли легкой промышленности отмечено формирование цивилизованного внутреннего рынка сбыта и рыночной инфраструктуры, формирование отраслевой кооперации, межотраслевой товаропроводящей сети, снижение уровня теневого производства, снижение зависимости от несанкционированного импорта, последовательное импортозамещение в меру снижения зависимости от импорта внутреннего рынка, усиление контроля за качеством произведённой продукции и ввозимых товаров, новый взгляд на маркетинговую деятельность, в том числе на внешнем рынке.

Реализация позиций разработанной стратегии позволит удерживать объем производства продукции легкой промышленности в Донецкой Народной Республике на уровне 60-70%, тем не менее прогнозные показатели на срок до 4,2 года приведут еще к большей активизации. Научно-практический подход к прогнозированию объемов роста производства продукции для определения синергетического эффекта от реализации стратегии развития легкой промышленности на территориях с непризнанным статусом выстроен на основе системного мониторинга всей хозяйственной деятельности предприятий.

**СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Алехина О. Ю. Проблемы и перспективы развития легкой промышленности Российской Федерации / О. Ю. Алехина // ТДР. - 2010. - №11. - С.79-83.
2. Академия рынка: Маркетинг: Пер. с фр. /А. Дайан, Ф. Букерель, Р. Ланкар и др.; Науч. ред. А. Г. Худокормов. М.: Экономика, 1993, 572 с. URL: <http://chamo.lib.tsu.ru/lib/item?id=chamo:2545&theme=system>
3. Аксянова А.В., Сафуанова Р.Р. Управление структурными изменениями в процессах межотраслевой кооперации региона // Статистика и экономика. 2011. №6-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-strukturnymi-izmeneniyami-v-protsessah-mezhotraslevoy-kooperatsii-regiona>
4. Алиева В.В., Генералова А.В. Обзор легкой промышленности России: отечественный опыт поддержки отраслевых предприятий // Экономические исследования. 2018. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obzor-legkoy-promyshlennosti-rossii-otchestvennyu-opyt-podderzhki-otraslevykh-predpriyatiy>
5. Анализ современного состояния развития кооперативных процессов [Электронные текстовые данные]. – Режим доступа: <https://works.doklad.ru/view/d3rxgZV-twU.html> (Дата доступа: 10.01.2020)
6. Аналитический обзор по текстильной и швейной промышленности, подготовленный агентством «Бизнес-новости» – 2013 [Электронные текстовые данные]. – Режим доступа: <http://doingbusiness.by/tekstilnaya-i-shveinaya-otrasli-poluchayut-ubitki-s-iyunya>. – (Дата доступа: 15.02.2020)
7. Андреев А. Г. Лояльный потребитель — основа долгосрочного конкурентного преимущества компании / А. Г. Андреев // Маркетинг и маркетинговые исследования. — 2003. — № 2. — С. 31-37.
8. Андерсон К.М. Оуэнисты в Британии. — М.,1989. 256 с.
9. Ансофф, И. Стратегическое управление: сокр. пер. с англ. / под науч. ред. Л. И. Евенко. - М.: Экономика, 1989. - 519 с.

10. Анчишкин, А. И. Выбор стратегии: Из неопубликованного наследия /А. И. Анчишкин. — М.: Центр исследований и статистики науки, 2003. - 58 с.
11. Айларова С.А. Теория кооперации: зарождение и становление в XIX — начале XX в. // Известия СОИГСИ 17- История и этнология - 2015 №56 - С.69-77
12. Айзинова, И. М. Российская легкая промышленность на пороге ВТО // Проблемы прогнозирования. 2012. №6. [Электронные текстовые данные]... – Режим доступа:<https://cyberleninka.ru/article/n/rossiyskaya-legkaya-promyshlennost-na-poroge-vto> (дата доступа: 18.02.2020).
13. Амблер Т. Практический маркетинг / Пер. с англ. - СПб.: Питер, 1999. - 300 с.
14. Г.В. Астапова, Л.Н. Скирневская Среднесрочное прогнозирование объема производства в формировании стратегии развития отрасли легкой промышленности донецкой народной республики // Вестник института экономических исследований, 2018, № 4(12) с 5-17.
15. Арутюнова, Д.В. Стратегический менеджмент: [учебное пособие] /Д.В. Арутюнова. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. – 122 с.
16. Балабанова, Л.В. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга: Монография / Л.В. Балабанова, А.В. Кривенко – Донецк: ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2004. – 147 с.
17. Белгородский В.С., Генералова А.В. Технологическая платформа легкой промышленности как эффективное инновационное направление развития отрасли // ТДР. 2012. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologicheskaya-platforma-legkoj-promyshlennosti-kak-effektivnoe-innovatsionnoe-napravlenie-razvitiya-otrasli>
18. Белобородова А.Л., Шарафутдинова Н.С. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности /А.Л. Белобородова, Н.С. Шарафутдинова – Казань: 2018. - 233с.



19. Беляков Г. П. Интеграционные процессы в экономике: проблемы, поиски, решения. Монография / Г. П. Беляков - М.: Изд-во МАИ; Доброе слово, 2003. - 243с.
20. Бернар Арно // BornRich [Электронные текстовые данные]. - Режим доступа: <http://www.bornrich.com/bernard-arnault.html> (Дата доступа: 1.11.2019).
21. Большой экономический словарь / под ред. А.Н.Азрилияна. - М.: Институт новой экономики, 2004, 434с.
22. Бекбаева Е.Е. Сельская кооперация Степного края (По материалам Акмолинской и Семипалатинской области). Дисс. . канд. ист. наук. М., 1992.- 237 с.
23. Большой экономический словарь / под ред. А.Н.Азрилияна. - М.: Институт новой экономики, 2004, 434с.
24. Болотова Е.Ю. Создание общекрепостного законодательства в дореволюционной России (конец XIX -1917 г.). -М., 1991.-237 с.
25. Большаков, А.Г. Непризнанные государства постсоветского пространства в системе российских национальных интересов / А.Г. Большаков // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. – 2008. –Том 4. – № 1. – С. 180–197. . URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nepriznannye-gosudarstva-postsovetskogo-prostranstva-v-sisteme-rossiyskih-natsionalnyh-interesov> ()
26. Брыкин, А.В. Состояние отраслевой науки в легкой промышленности / А.В. Брыкин, А.В. Артёмов // Российский химический журнал. 2007. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sostoyanie-otraslevoynauki-v-legkoypromyshlennosti>.
27. А.Н. Булатов Место России в системе международной кооперации / Экономика и политика, 2010 10(71). URL: [https://ecsn.ru/files/pdf/201010/201010\\_7.pdf](https://ecsn.ru/files/pdf/201010/201010_7.pdf)
28. Бурденко Е. В. Роль легкой промышленности в экономическом развитии России / Е. В. Бурденко // Российское предпринимательство. - 2010. - № 6 (11). -С. 108-111.
29. Бурова Т.Л. Крестьянская льняная кооперация в России в первой четверти XX века. М., 1996. - 215 с.

30. Бююль, А., Цёфель, П. SPSS: Искусство обработки информации: Анализ статистических данных и восстановление скрытых закономерностей /А. Бююль, П. Цёфель; под ред. В. Е. Момота. - М.: DiaSoft, 2002. - 602 с.
31. Вахитов К. И. Кооперация: теория, история, практика: избран. изречения, факты, материалы, коммент. / К. И. Вахитов; Изд.-торг. корпорация «Дашков и К°». – Москва: Дашков и К°, 2005. – 556 с.
32. Вахитов, К.И. История потребительской кооперации России: Учебник / К.И. Вахитов. — М.: ИТК «Дашков и К°», 2007. — 400 с.
33. Виханский, О. С. Стратегическое управление: учебник /О.С. Виханский. — М.: Гардарики, 2010. — 296 с.
34. Владимирова И. Г. Организационные формы интеграции компаний. . [Электронные текстовые данные]. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru>. (дата доступа: 20.01.2020).
35. Волков, Д.В. Оценка конкурентоспособности предприятия: теоретико-методологические подходы / Д.В. Волков // Вести учебных заведений Черноморья. – 2010. – № 1(19). – С. 96-100.
36. Воробьева И.В., Лукичёва Т.А. Использование зарубежного опыта для реализации стратегии национального брендинга в легкой промышленности России // Экономика и управление. 2014. №9 (107). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-zarubezhnogo-opyta-dlya-realizatsii-strategii-natsionalnogo-brendinga-v-legkoj-promyshlennosti-rossii>
37. Гайдаенко Т.А. Маркетинговое управление. Полный курс МВА. Принципы управленческих решений и российская практика. - М.: Эксмо, 2005. - 480 с.
38. Гончаренко, Д.В. Легкая промышленность в аспекте устойчивого развития / Д.В. Гончаренко, К.В. Картамышева // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2017. №12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/legkaya-promyshlennost-v-aspekte-ustoychivogo-razvitiya> (дата обращения: 18.02.2020).
39. Горшкова А.Н. Перспективы модернизации легкой промышленности Ростовской области // Статистика и экономика. 2010. № 6. .

[Электронные текстовые данные]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-modernizatsii-legkoj-promyshlennosti-rostovskoy-oblasti> (дата обращения: 24.05.2020).

40. Гордеев А.В. Регионы сделают больше // Национальные проекты, июнь 2006, №2. - С. 42-45.

41. Генкин Д.М. Кооперация и советская власть // Кооперативная жизнь. -1918. №2. - С. 2-4.

42. Гордеев А.В. Торговать на рынках должны сами производители / А.В.Гордеев// «Вестник кооперации» -2006.-№8. -С. 7 - 13.

43. Гордеев А. М. Форма взаимовыгодного сотрудничества/ А.М.Гордеев // Деловой вестник.- 2006.- № 12.-С.-24-27.

44. Гражданский Кодекс Донецкой Народной Республики от 13 декабря 2019 года №81 ПНС (с изменениями) [Электронные текстовые данные]. – Режим доступа:<https://dnrsovet.su/zakonodatelnayadeyatelnost/prinyaty/zakony/grazhdanskij-kodeks-donetskoj-narodnoj-respubliki/> (дата доступа: 20.01.2020).

45. Gunnarsson P. Organizational models for agricultural cooperatives: A Comparative Analysis of the Irish Dairy Industry. Swedish University of Agricultural Sciences. Department of Economics. Uppsala. 1999. [Электронные текстовые данные]. – Режим доступа: <http://www.nyenrode.nl/download/nice/gunnar.pdf> (дата доступа: 02.12.2019).

46. Губайдуллина, И.Н. Проблемы развития легкой промышленности в России // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2015. №2 (7). [Электронные текстовые данные]. – Режим доступа:<https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-razvitiya-legkoj-promyshlennosti-v-rossii> (дата обращения: 18.02.2020).

47. Гусаков В.Г. Классификационные признаки и понятия кооперативно-интеграционных отношений в АПК / В.Г. Гусаков, М.И. Запольский. – Минск: Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2011. – 32 с.

48. Гухаров В.А. Кооперация //Деловой вестник -2006.-№10(72).-С. 10-20.
49. Даржокова, Д.Д. Легкая промышленность Казахстана: проблема импортозамещения / Д.Д. Даржокова, Д.Б. Курмангалиева // Наука и образование сегодня. 2018. №6 (29). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/legkaya-promyshlennost-kazahstana-problema-importozamescheniya> (дата обращения: 18.02.2020).
50. Добин М.Н. Вперед на верный путь //Деловой вестник -2006.-№12(72).-С.30-40.
51. Добрынин В.А. Актуальные проблемы агропромышленного комплекса / В.А. Добрынин: Учеб. пособие для вузов. - М.: МСХА, 2001.-180 с.
52. Дойль П., Штерн Ф. Маркетинг, менеджмент и стратегии. / Пер. с англ. - СПб.: Питер, 2007. - 544 с.
53. Демелев В. Р. Мы едины //Деловой вестник-2006.-№9(50).-С.35-42.
54. Dell. The mission. [Электронные текстовые данные].— Режим доступа: <http://www.dellstorage.com/resources/document-center.aspx> (дата доступа: 18.11.2019).
55. Днепровский, С.П. Кооператоры: 1898 — 1968 / С. П. Днепровский. — М.: Экономика, 1968. — 383 с.
56. Дешковская Н.С. Современные проблемы исследования сельскохозяйственной кооперации // Вестн. гос. ун-та. 2007. Том. №296. . [Электронные текстовые данные]. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-problemy-issledovaniya-selskohozyaystvennoy-kooperatsii> (дата доступа: 18.11.2019).
57. Дешковская Н.С. Экономическая теория сельскохозяйственной кооперации: Учеб. пособие. – Томск: Изд-во Том. ун-та, 2006. – 304 с.
58. Егоров И. Центросоюз и рабочая кооперация // Союз потребителей. 1923.-№12.-С. 27-29.
59. Egorov S.E., Volkova O.A. Analysis of the effectiveness of marketing activities and audit / SE Egorova, OA Volkov // Audit and financial analysis. 2010. № 1. pp 112-121.

60. Енаненко В.А. История возрождения //Деловой вестник -2006.- №14(62).-С.50-57.
61. Ермалинская, Н. В. Кооперация в агропромышленном комплексе : учеб. пособие / Н. В. Ермалинская, Е. А. Кожевников ; М-во образования Респ. Беларусь, Гомел. гос. техн. ун-т им. П. О. Сухого. – Гомель : ГГТУ им. П. О. Сухого, 2016. – 191 с.
62. Ефименко, А. З. Основы маркетингового управления предприятием /А.З. Ефименко. - М.: АСВ, 2004. - 307 с.
63. Ефименко Е.Н. Кооперация и интеграция в мясопродуктовом подкомплексе АПК. [Электронные текстовые данные]. – Режим доступа:: <http://www.ncstu.ru> (дата доступа: 10.01.2020).
64. Жаркова, Н.Н. Кластерная модель развития легкой промышленности // Российское предпринимательство. 2011. №11-2. [Электронные текстовые данные] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/klaster-naya-model-razvitiya-legkoj-promyshlennosti> (дата доступа: 18.02.2020).
65. Жид Ш., Рист Ш. История экономических учений - (Экономическое наследие). — ISBN: 5-282-01419-X. М.: Экономика, 1995. — 533 с.
66. Jones L. The Life, Times and Labours of Robert Owen. — Vol. 1–2. — Ld., 1889–1890 / К.М.Андерсон Роберт Оуэн и зарождение доктрин кооперативизма // Русская политология 2018.№6 стр. 61-71
67. Захаров И.В. Потребительская кооперация России в условиях трансформации экономических отношений / И.В. Захаров: Учеб. пособие. - М.: Маркетинг, 2001. - 50 с.
68. Захаров, И.В. Кооперативные принципы и практика кооперативных организаций в России / И.В. Захаров, В.П. Масленников, А.В. Соболев. — М.: ИВЦ «Маркетинг», 2001. — 310 с.
69. Зассен И. Л. Развитие кооперативной мысли в век капитализма / И.Сассен; Пер. с нем. А.М.Карнауховой. — К. : Центр. кооп. изд-во "Мысль", 1919. — 108 с., 1 л. план: ил. Библиогр.: с. 99—108.

70. Ивановская И.С. Фискальное стимулирование внутриотраслевой и межотраслевой кооперации // Труды БГТУ. Серия 5: Экономика и управление. 2017. №1 (196). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fiskalnoe-stimulirovanie-vnutriotraslevoy-i-mezhotraslevoy-kooperatsii>

71. Идзиев Г.И. Легкая промышленность региона: проблемы и пути решения // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2011. №38. [Электронные текстовые данные]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/legkaya-promyshlennost-regiona-problemy-i-puti-resheniya> (дата доступа 27.10.2020).

72. История развития кооперации в России - [Электронные текстовые данные] – Режим доступа: [https://otherreferats.allbest.ru/history/00056043\\_0.html](https://otherreferats.allbest.ru/history/00056043_0.html) (дата доступа 19.01.2020).

73. Информационное агентство России ТАСС - [Электронные текстовые данные] – Режим доступа: <https://www.finanz.ru/novosti/aktsii/kolichestvo-selkhozkooperativov-v-rossii-v-2019-godu-vygoslo-na-tret-braverman-1029219990> (дата доступа 27.10.2020).

74. Ильин Ю.А. Отечественная кооперация. Библиографический указатель литературы за 1925-1992 гг.- Иваново, Иван. Гос. Ун-т, 1994.471 с.

75. Иткинд А.Н., Смоляков А.С., Айсина Ф.Ш. Современные проблемы и особенности развития легкой и текстильной промышленности в России // Вестник евразийской науки. 2010. №2. [Электронные текстовые данные]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-problemy-i-osobennosti-razvitiya-legkoj-i-tekstilnoj-promyshlennosti-v-rossii>. (дата доступа 27.10.2020).

76. ILO: Creating a favourable climate and conditions for cooperative development in Central and Eastern Europe, Cooperative Branch. Geneva, 1996. [Электронные текстовые данные]. – Режим доступа: <http://www.ilo.org/public/english/employment/ent/papers/favclim.htm#>. (дата доступа 17.11.2019).

77. Кабанов В.В. Александр Васильевич Чаянов // Вопросы истории. - 1988. -№ 6. С. 146-167.

78. Казначеева, М.Е. Проблемы развития внешнеторговой деятельности предприятий текстильной и швейной промышленности // Проблемы экономики и юридической практики. 2010. №1. — [Электронные текстовые данные]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-razvitiya-vneshnetorgovoy-deyatelnosti-predpriyatiy-tekstilnoy-i-shveynoy-promyshlennosti> (дата доступа 24.05.2020).

79. Калягин, Г.В. Конкуренентоспособность кооперации в переходной экономике: институциональный подход: Учеб. пособие / Г.В. Калягин. М.: ИНФРА–М, 2004. 160 с.

80. Канакина В. А. Развитие кооперации в России // Молодой ученый. 2014. №21. С. 322-326. URL.: <https://moluch.ru/archive/80/14539/>.

81. Калягин Г.В. Конкуренентоспособность кооперации в переходной экономике: институциональный подход: Учеб. пособие. М.: ИНФРА-М., 2004. Гл. 5, 6.

82. Капферер, Ж.-Н. Бренд навсегда. Создание, развитие, поддержка ценности бренда. - М.: Вершина. 2007. - 448 с.

83. Карасев П.А. Зарубежный опыт инновационного развития легкой промышленности - секреты успеха в глобальной конкуренции //Транспортное Дело России. 2011, № 11(96)

84. Карасев П.А. Особенности формирования инновационной среды предприятий легкой промышленности с учетом современных интеграционных процессов // Инновации и инвестиции. 2012, № 2.

85. Карпенко Н.В. Маркетингова діяльність підприємств споживчої кооперації: Монографія. – Полтава: РВВ ПУЕТ, 2010. 259 с. [Электронные текстовые данные]. – Режим доступа: <http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/4937/1/> (дата доступа: 24.05.2020).

86. Квинт В.Л. Поиск и исследование философских корней теории стратегии. Взаимосвязь философского и стратегического мышления / В. Л. Квинт //Управленческое консультирование. - 2016. - № 1. - С. 15-21.

87. Квинт В. Л., Окрепилов В. В. Качество жизни и ценности в национальных стратегиях развития / В. Л. Квинт, В. В. Окрепилов // Вестник Российской академии наук. - 2014. - Т. 84. - №. 5. - С. 412-425.

88. Киматака Мацузато. Первая мировая война и изменение продовольственной системы Российской империи // Acta Slavica Japónica. Vol. IX. Sapporo, 1991. - P. 68-106.

89. Кильчевский В. Р. Роберт Оуэн и основы потребительской кооперации / В. А. Кильчевский. - Омск: Изд. Союза кооп. об-нений Западной Сибири "Центросибирь", 1918. - 43 с. URL:<https://www.prlib.ru/item/442106>

90. Кильчевский В. Очередные задачи // Кооперативная жизнь. 1914. - № 20. - С. 261-265.

91. Кишкин А.С. Николай Верещагин – отец молочной кооперации России // Кооперация: Страницы истории. М., 1991. Вып. 1. С.27-42.

92. Козлова Е.Н. Развитие кооперации в России и ее роль в обновлении страны (1906-1917 гг.) // Кооперация. Страницы истории. Вып. 3.-М., 1993.-С. 27-47.

93. Концепция развития легкой промышленности // Минпромторг.- 2015. [Электронные текстовые данные] Режим доступа: <[http://minpromtorg.gov.ru/common/upload/files/docs/Kontseptsiya\\_razvitiya\\_legkoy\\_promyshlennosti\[2\].pdf](http://minpromtorg.gov.ru/common/upload/files/docs/Kontseptsiya_razvitiya_legkoy_promyshlennosti[2].pdf)>(дата доступа: 24.05.2020).

94. Концепция развития системы потребительской кооперации на 2017 - 2021 годы. Российская Федерация Центральный Союз потребительских обществ Центросоюз Российской Федерации [Электронные текстовые данные] Режим доступа: <https://ircoop.ru/images/docs> (дата доступа: 24.05.2020).

95. Концепция развития сельскохозяйственных потребительских кооперативов. М., 2006. С. 47-18. [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://www.rost.ru/agriculture/agriculture\\_doc\\_3\\_10.doc](http://www.rost.ru/agriculture/agriculture_doc_3_10.doc) МСХ РФ // [www.mcx.ru](http://www.mcx.ru). (дата доступа: 24.05.2020).

96. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. 2001. №3. С. 122-139.



97. Концерн как форма интеграции компаний / В.А. Шорохова, Н.В. Шевцова // Экономический анализ. – 2014. – Т.2, №10. – С. 330-334.

98. Кооперативное движение: из прошлого в будущее. Библиографический указатель. Вып. 2 / Чебоксар. кооп. ин-т.; Сост. И. Ю. Мазуркина; науч. рук. К. И. Вахитов; редактор-библиограф Е.Ф. Петрова. — Чебоксары: Салика, 2005. – 482 с.

99. Кооперация. Страницы истории: Избранные труды российских экономистов, общественных деятелей, кооператоров-практиков. В 3-х т. Т.1. Кн.1. 30-40-е гг. XIX — начало XX в. Предыстория / Редкол.: Н.К. Фигуровская (отв. ред.-сост.) и др. — 1999. — 768 с.

100. Кооперация. Теория, история, практика: Избранные сочинения, факты, материалы, комментарии / Автор-составитель К.И. Вахитов. — М.: ИТК «Дашков и К<sup>о</sup>», 2004. – 557 с.

101. Кооперация в агропромышленном комплексе / Н. В. Ермалинская, Е. А. Кожевников ; М-во образования Респ. Беларусь, Гомел. гос. техн. ун-т им. П. О. Сухого. – Гомель : ГГТУ им. П. О. Сухого, 2016. – 191 с.

102. Кооперативные идеи А. В. Чайнова и Н. Д. Кондратьева [Электронные текстовые данные] Режим доступа: <https://core.ac.uk/download/pdf/80561599.pdf> (дата доступа: 24.05.2020).

103. Кооперация в России - не востребовавшийся опыт под ред. Канд. Истор. наук О.Елютин // Наука и жизнь [Электронный текстовые данные] Режим доступа: <https://www.nkj.ru/archive/articles/2887/> (дата доступа: 14.07.2020).

104. Концепция развития сельскохозяйственных потребительских кооперативов. М., 2006. С. 47-18. URL: [http://www.rost.ru/agriculture/agriculture\\_doc\\_3\\_10.doc](http://www.rost.ru/agriculture/agriculture_doc_3_10.doc) МСХ РФ // [www.mcx.ru](http://www.mcx.ru).

105. Кондратьев Н.Д. Михаил Иванович Туган-Барановский. – Пг., 1923.; переиздание: Истоки: вопросы истории народного хозяйства и экономической мысли. Вып. 2. - М., 1990. - С. 268-294.

106. Корелин А.П. Земства и мелкий кредит // Кооперация. Страницы истории. Вып. IV. М., 1994. - С. 23-38.

107. Корелин А.П. Кооперация в общественно-политической жизни России в начале XX века // Отечественная история. 1992. - № 4. - С. 117-126.

108. Корелин А.П., Щацилло К.Ф. П.А. Столыпин. Попытка модернизации сельского хозяйства России. // Деревня в начале века: революция и реформа. М.: РГГУ, 1995. - С. 6-42.

109. Коссой А.И. О природе и роли кооперации в переходный период от капитализма к социализму // Вопросы экономики. 1963. - № 2. - С. 618-348. "Круглый стол" Советский Союз в 20-е годы // Вопросы истории. 1986. -№ 9. С.

110. Концепция развития легкой промышленности Российской Федерации [Электронные текстовые данные]. – Режим доступа: <minpromtorg.gov.ru> (дата доступа: 25.11.2020).

111. Корпоративный тайм-менеджмент. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.km.improvement.ru/>. (Дата обращения 04.05.2019)

112. Котлер, Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок /Ф. Котлер. — М.: АСТ, 2009. - 230 с.

113. *Cook M.L., Iliopoulos C. Beginning to Inform the Theory of the Cooperative Firm: Emergence of the New Generation Cooperative. Liiketaloudellinen ai-kakausikirja. Helsinki, 1999. № 48 (4). P. 525-533.* Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.coopdevelopmentcenter.coop/Anaylsis/Cooke Paper2.pdf> (дата доступа: 24.05.2020).

114. Кузнецов В.В., Уржунцева С.А. Корпоративное образование: стратегия развития (на примере предприятий легкой промышленности) // АНИ: педагогика и психология. 2019. №3 (28). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnoe-obrazovanie-strategiya-razvitiya-na-primere-predpriyatiy-legkoy-promyshlennosti>

115. Kuplend T., Koller, T., J. Murrin. The cost companies. Assessment and management. М .: Olim-Business, 2008 576 p. URL: <http://www.uecs.ru/marketing/item/336> -2011-03-25-12-27-28 (дата доступа: 27.11.2020)

116. Д. Б. Кувалин, Е. Ю. Болотова, В. Г. Тюкавкин, Л. Е. Файн. Кооперация // Большая российская энциклопедия - [Электронные текстовые данные] Режим доступа: [https://bigenc.ru/domestic\\_history/text/2094794](https://bigenc.ru/domestic_history/text/2094794). (дата доступа 20.06.2020)

117. Кропоткин П.А. Взаимная помощь как фактор эволюции. - СПб., 1904. (впервые на английском языке) - L.-N.Y., 1902 – переиздания: Харьков, 1919; Кропоткин П.А. Анархия: Сборник. М., 2002. – С. 46-114.

118. Куриц С.Я. Будет ли в нашей стране третье пришествие кооперации? // Кооперация. Место и роль в экономической истории. - М.: ИНИОН АН СССР, 1990. С. 97-109.

119. Магомедова, Д.Г. Проблемы легкой промышленности республики Дагестан // Российское предпринимательство. 2007. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-legkoy-promyshlennosti-respubliki-dagestan> (дата обращения: 18.02.2020).

120. Мазурицкий А.М. Формирование системы сельской кредитной кооперации в России/ А.М. Мазурицкий // Сельский кредит.- 2003.-№3.- С. 25-37

121. Макаренко, А.П. Теория и история кооперативного движения: Учеб. пособие /А.П. Макаренко. М.: ИВЦ «Маркетинг», 2000. 328 с.

122. Макаренко А.П., Крашенинников А.И., Кизилевич А.В. и др. Теория кооперации. М.: Экономика, 1982. - 303 с.

123. Марр, Б. пер. с англ. А. В. Шаврина. Ключевые показатели эффективности: 75 показателей, которые должен знать каждый менеджер /Б. Марр. - М. : Бином. Лаборатория знаний, 2014. - 339 с.

124. Маркс К., Энгельс Ф. Соч: в 50 т. Изд. второе. М.: Издательство политической литературы, 1955-1974 гг. Т. 18. 800с.

125. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Т. 1 . Кн. 1 Процесс производства капитала. М., Политиздат, 1978. – 907 с.

126. Маркс К., Энгельс Ф. Соч: в 50 т. Изд. второе. М.: Издательство политической литературы, 1955-1974 гг. Т. 18. 800 с.

127. Маркетинг и современность: Сборник научных статей к научно-практическому круглому столу на тему: «Актуальные маркетинговые технологии в развитии российской экономики» от 12 декабря 2011 года / Под общ. ред. С.В. Карповой; отв. ред. И.А. Фирсова. – М.: Издательство «Палеотип», 2012. – 296 с.

128. Маркетинговые стратегии роста прибыльности и стоимости бизнеса. Практика крупных российских компаний. / Под ред. А.А. Браверманна. М.: Экономика, 2006. - 319 с.

129. Маркировка и прослеживаемость товаров // Министерство промышленности и торговли Российской Федерации [Электронные текстовые данные] Режим доступа: <http://minpromtorg.gov.ru/activities/markirovka/> (дата доступа 05.06.2020).

130. Marketopedia - онлайн энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://marketopedia.ru/97-matrix-ansoffa.html>. (дата доступа 20.11.2020)

131. Melkina N.N., Novozheev S.S. Marketing aspects of company value management // Electronic scientific journal "Management of economic systems" [электронные текстовые данные] Режим доступа: <http://www.uecs.ru/marketing/item/336> -2011-03-25-12-27-28 (дата доступа 27.11.2020).

132. Минпромторгом России намечены направления развития легкой промышленности Российской Федерации/ / КонсультантПлюс. - 2017. [Электронные текстовые данные] Режим доступа: <http://www.consultant.ru/law/hotdocs/50795.html/>. (дата доступа 18.1.2019).

133. Министерство экономического развития Луганской Народной Республики. [Электронные текстовые данные]. – Режим доступа: <https://merlnr.su/>. (Дата доступа 18.11.2019).

134. Морозов В. А. Проблемы конкурентных преимуществ продукции легкой промышленности / В. А. Морозов // Российское предпринимательство. - 2011. -№ 10 (12). - С. 113-118.

135. Лаврикова, Ю.Г. Региональные приоритеты промышленной политики в социально-ориентированных отраслях // Экономика региона. 2007. №3.: [Электронные текстовые данные] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/regionalnye-prioritety-promyshlennoy-politiki-v-sotsialno-orientirovannyh-otraslyah> (дата обращения: 24.05.2020).

136. Легкая промышленность [Электронные текстовые данные]. – Режим доступа: <[https://ru.wikipedia.org/wiki/Лёгкая\\_промышленность](https://ru.wikipedia.org/wiki/Лёгкая_промышленность)>

137. Лаппо, Л.Л. Основы кооперативного движения: Учебное пособие / Л.Л. Лаппо, А.И. Савинский. — Мн.: Дизайн ПРО, 2004. — 96 с.

138. Легкая промышленность мира [Электронные текстовые данные]. – Режим доступа: <https://promzn.ru/legkaya-promyshlennost/mira.html>.

139. Ленин В.И. Избранные произведения: В 3-х т. Т.3. – М.: Политиздат, 1982. – 856 с.

140. Ленин В. И. Как нам организовать соревнование / В. И. Ленин // Полное собрание сочинений / Ин-т марксизма-ленинизма при ЦК КПСС. – 5-е изд. – Москва, 1962. – Т. 35. – С. 195– 205.

141. Ленин В. И. Очередные задачи советской власти / В. И. Ленин // Полное собрание сочинений / Ин-т марксизма-ленинизма при ЦК КПСС. – 5-е изд. – Москва, 1962. – Т. 36. . – С. 165-208.

142. Ленин В. И. О кооперации / В. И. Ленин // Полное собрание сочинений / Ин-т марксизма-ленинизма при ЦК КПСС. – 5-е изд. – Москва, 1964. – Т. 45: Март 1922 – март 1923. – С. 235–267.

143. Ленин В И Полное собрание .сочинений: О кооперации / В. И. Ленин // Полное собрание сочинений / Ин-т марксизма-ленинизма при ЦК КПСС. – 5-е изд. – Москва, 1964. – Т. 45: Март 1922 март 1923. С. 373.

144. Лепа Н. Н. Методы и модели стратегического управления предприятием : Моногр. / Н. Н. Лепа; НАН Украины. Ин-т экономики пром-сти. - Донецк : ООО "Юго-Восток, Лтд", 2002. - 186 с. - Библиогр.: с. 174-185: URL: [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64) (дата обращения: 20.07.2020).

145. Линник Т.И. Резервы повышения эффективности производства предприятий легкой промышленности//Известия Орел ГТУ. - 2002. - №1-2. - С. 46-49.

146. Линник Т.И. Техническое перевооружение предприятий легкой промышленности - основной стратегический потенциал развития отрасли. //Организационно - экономические проблемы развития предприятия: Сборник материалов всероссийской научно - практической конференции - Пенза: Общество «Знание» России, ПДЗ, 2001. - С. 22-25.

147. Литвинова, А.Г. Проблемы развития легкой промышленности в РФ // Инновации в науке. 2012. №10-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-razvitiya-legkoy-promyshlennosti-v-rf> (дата обращения: 18.02.2020).

148. Литвинова, А.Г. Анализ ситуации в российской легкой промышленности // Вестник РУДН. Серия: Экономика. 2014. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-situatsii-v-rossiyskoy-legkoy-promyshlennosti> (дата обращения: 18.02.2020).

149. Лубков А.В. Кооперативное движение Центральной России, 1907 - 1918 гг. 479 с. URL:<https://www.dissercat.com/content/kooperativnoe-dvizhenie-tsentralnoi-rossii-1907-1918-gg>

150. Лубков А.В. Рабочая кооперация в Октябрьской революции. Февраль 1917 ноябрь 1918 гг. (По материалам Центрального промышленного района России) - М., 1990. - 264 с.

151. Лукьянова, Е.Ю. Использование стратегий и инструментов повышения конкурентоспособности предприятий в условиях экономической нестабильности / Е.Ю. Лукьянова, Е.Е. Свояк // Электронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2014. – № 10. – 327 с.

152. Николаев М.Н. У третьего сектора экономики большое будущее/ М.Н. Николаев // Вестник кооперации. - 2006.-№ 8.-С.-28-38.

153. Никольская Е.Г. Теория и практика обновления основных фондов в строительных комплексах.: [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.m-economy.ru>. (дата доступа 23.05.2020).

154. Никифоров Л.Ф., Кузнецова Т.Е. Судьба кооперации в современной России // Вопросы экономики. 1995. №1.

155. Орлова, Н. Е. Из опыта преподавания спецкурса «Западноевропейская общественно-политическая мысль в конце XVIII – 60-е гг. XIX в.» /: Материалы междунар. науч.-прак. конф. Минск, 16–17 ноября 2006 г. С. 331–334

156. Оснач О.Ф. Маркетинг промышленного предприятия в схемах и рисунках: Учебное пособие - Одеса: ОНЭУ, 2015 р. 317 с.  
/URL:<https://docplayer.ru/47014689-O-f-osnach-marketing-promyshlennogo-predpriyatiya-v-shemah-i-risunkah.html>

157. Ойнер О. К. Оценка результативности маркетинга с позиций системы управления бизнесом // Российский журнал менеджмента. Том 6, № 2, 2008. С. 27–46.

158. Пасечникова Л.В., Панкова С.В.1, Афанасьев В.Н. Теоретические аспекты маркетингового управления в сфере услуг // Вестник огу №1 (137) с.119-125 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-aspekty-marketingovogo-upravleniya-v-sfere-uslug/viewer>. (дата доступа 21.10.2020).

159. Пахомов В.М. Кредитная кооперация: теория и практика / В.М.Пахомов: Учеб. пособие. - М.: МК, 2002.- 170 с.

160. Печаткина Е.Ю. Особенности предприятий легкой промышленности // Вестник ЧелГУ. 2012. №8 (262). С. 117-123.  
URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-predpriyatiy-legkoy-promyshlennosti>

161. Пирогов А.И., Растимешина Т.В. , Павлов В.А. Философские воззрения К.А. Сен-Симона, Ш. Фурье и Р. Оуэна на справедливое общественное устройство //Вестник ТвГУ. Серия "ФИЛОСОФИЯ". 2017. № 4. С. 207-217.

162. Плещенко В. И. Направления институционализации межфирменного взаимодействия (на примере рынка металлолома в Российской Федерации) // Стратегии бизнеса. 2017. №3.

URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/napravleniya-institutsionalizatsii-mezhfirennogo-vzaimodeystviya-na-primere-rynka-metalloloma-v-rossiyskoj-federatsii>

163. Плужник, С.А. Становление системы управления легкой промышленностью в Российской Федерации // Экономика и управление. 2010. №7. [Электронные текстовые данные] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/stanovlenie-sistemy-upravleniya-legkoj-promyshlennostyu-v-rossiyskoj-federatsii> (дата доступа: 24.05.2020).

164. Полисюк, Г.Б. Механизм повышения конкурентоспособности предприятий швейной промышленности / Г.Б. Полисюк, И.В. Ильяшик // Российское предпринимательство. 2011. №9-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mehanizm-povysheniya-konkurentosposobnosti-predpriyatij-shveynoy-promyshlennosti> (дата обращения: 24.05.2020).

165. Потребительская кооперация: Учебное пособие / Под общ. ред. М. В. Сероштан. - М.: Издательско - торговая корпорация «Дашков и К<sup>0</sup>», 2007. - 292 с.

166. Портер, М. Е. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов /М. Портер. - М.: АльпинаБизнесБукс, 2005. — 454 с. URL:<https://www.yakaboo.ua/konkurentnaja-strategija-metodika-analiza-otraslej-i-konkurentov.html#tab-attributes> (дата доступа: 24.05.2020)

167. Портер, М. Международная конкуренция: пер. с англ. / М. Портер; под.ред. В.Д. Щетинина. – М: МО, 1993. – 896 с URL: [https://f.ua/alpina-publisher/mejdunarodnaja-konkurencija-konkurentniye-preimusheestva-stran.html#read\\_85893](https://f.ua/alpina-publisher/mejdunarodnaja-konkurencija-konkurentniye-preimusheestva-stran.html#read_85893) (дата доступа: 24.05.2020)

168. Прокопович С.Н. Кооперативное движение в России, его теория и практика / С. Прокопович. - М. : М. и С. Сабашниковы, 1913. - IV, 456 с URL: <http://eheritage.ru/ras/view/publication/general.html?id=48288177>

169. Проблемы развития региональных систем сельской кредитной кооперации. - М, 2001.



170. Retention-маркетинг: стратегия и цели [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://geekbrains.ru/posts/retention-marketing-strategiya-i-celi> (дата доступа 04.06.2020).

171. Романова О. А., Макарова И. В., Кооперация как условие конкурентного развития региона – Региональная конкуренция, 2009 / 3 (15) с.67-80. URL:: <https://cyberleninka.ru/article/n/kooperatsiya-kak-uslovie-konkurentnogo-razvitiya-regiona/viewer> (дата обращения: 22.06.2020).

172. Салита, С.В. Инновационные технологии маркетинг-менеджмент /Н.А. Куценко, С.В. Салита // Основные направления механизма защиты и поддержки отечественных производителей: монография / [под ред. Т.С. Максимовой]. – Луганск: Издательство «Ноулидж», 2016. – Гл. 6.3. – С. 282-291.

173. Салита, С.В. Теоретико-методические подходы по совершенствованию инновационной деятельности предприятий машиностроительного комплекса на основе информационно-коммуникационных технологий: монография / [коллектив авт.: С.В. Захаров, С.В. Салита, В.В. Долгих, Р.В. Ободец, С.Н. Петров]. – Новочеркасск: Лик, 2018. – 224 с.

174. Салманов, А.А. Роль совершенствования процессов управления фондами обращения в обеспечении устойчивого развития предприятий легкой промышленности // ПСЭ. 2012. №3. URL: [https://cyberleninka.ru/article/n/rol-sovershenstvovaniya-protsesov-upravleniya-fondami-obrascheniya-v-obespechenii-ustoychivogo-razvitiya-predpriyatij-legkoj](https://cyberleninka.ru/article/n/rol-sovershenstvovaniya-protsesov-upravleniya-fondami-obrascheniya-v-obespechenii-ustoychivogo-razvitiya-predpriyatij-legkoj-promyshlennosti) (дата обращения: 24.05.2020).

175. Сахаров, Д.Б. История и теория кооперативного движения: Учеб. пособие / Д.Б. Сахаров, И.С. Котов. — Мн: Новое Знание, 2005. — 248 с.

176. Синебрюхов, Л. Мои конкуренты либо умрут сами, либо я их съем / Л. Синебрюхов // Люди. - 2006. - URL: [http://www.peoples.ru/undertake/founder/francois\\_pinault/](http://www.peoples.ru/undertake/founder/francois_pinault/).

177. Сен-Симон, Л. Мемуары в 2 т. Том 2 / Л. Сен-Симон. Москва : Издательство Юрайт, 2020. 428 с. (Антология мысли). ISBN 978-5-534-13445-2. URL: <https://urait.ru/bcode/459119>

178. Сен-Симон А. Избр. соч.: в 2 т. / пер. с фр. под ред. и с коммент. Л. С. Цетлина; общ. ред., вступ. ст. В.П. Волгина. М.; Л.: АН СССР, 1948. Т. 1. 467 с. URL: [https://rusneb.ru/catalog/000199\\_000009\\_005414541/](https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_005414541/)

179. Сергеев И.И. Разработка В.И. Лениным кооперативного плана. - Саратов, 1966. -144 с.

180. Сербия А. "Зарождение Союза сибирских маслодельных артелей" [Электронные текстовые данные] Режим доступа: <https://pravowmeste.ru/zarozhdenie-soyuza-sibirskix-maslodelnyx-artelej.html> (дата доступа 18.08.2019).

181. Степанов А.А., Савина М.В., Губин В.В., Степанов И.А. Социально-экономическая трансформация системы потребительской кооперации и проблемы ее развития на этапе становления постиндустриальной экономики.- М.: ООО «Издательский дом Центросоюза», 2013.- 195 с.

182. Сельскохозяйственные кооперативы: Учеб. - методич. Пособие / Под ред. А. А. Степанова, И. Г. Рассомахина, Ю.Г. Нарядкина и др. - Саратов.-2003.-205 с.

183. Сельскохозяйственные кооперативы в России: Стат. обзор // Экономика сельского хозяйства России. 2000. № 2. С. 16.

184. Смирнова Ю. А. Сравнительный анализ подходов к определению понятий имидж и репутация / Ю. А. Смирнова // Маркетинг. - 2009. - № 3. - С. 40-57.

185. W. M. Steen 'Light' industry: an introduction to laser processing and its industrial applications Advances in Laser Materials Processing. – 2010. – P. 3-19

186. M. Sparkes, W. M. Steen "Light" Industry: An Overview of the Impact of Lasers on Manufacturing / Advances in Laser Materials Processing (Second Edition). – 2018. – P. 1-22

187. Стратегический менеджмент / А.Н. Петров. – СПб: Питер, 2007. – 496с.

188. Стратегия развития легкой промышленности России на период до 2020 года. Принята Приказом Президента РФ от 3 июля 2008 г. № Пр-1369. Одобрена Приказом Президента РФ от 24 сентября 2009 г. №853. - С.45, 104.

189. Соболева Ю.П. Управление производственной кооперацией в промышленности на основе развития субконтрактной системы организации производства / Ю.П. Соболева. – СПб: ИНФО-ДА, 2007. – С. 158.

190. Современные кооперативные принципы [Электронные текстовые данные] Режим доступа: <https://studopedia.org/10-43525.html>. (дата доступа 24.11.2019).

191. Сорокина, И.О. Теоретические основы понятия «интеграция» и принципы ее осуществления / И. О. Сорокина // Менеджмент в России и за рубежом. - 2008. - №2. с.3-6.

192. Смолейчук И.М. Лёгкая промышленность: состояние, проблемы, перспективы // Вестник ТГЭУ. 1999. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lyogkaya-promyshlennost-sostoyanie-problemy-perspektivy>.

193. Смолейчук И.М. Общие положения разработки концепции повышения конкурентоспособности легкой промышленности Дальневосточного региона // Вестник ТГЭУ. 2001. №4 (20). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obschie-polozheniya-razrabotki-kontseptsii-povysheniya-konkurentosposobnosti-legkoj-promyshlennosti-dalnevostochnogo-regiona>.

194. Текущее состояние и перспективы развития легкой промышленности в России [Текст]: докл. к XV Апр. междунар.науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 1-4 апр. 2014 г. / В. В. Радаев (рук. исслед. кол.), В. Н. Данилина, З. В. Котельникова, Е. А. Назарбаева; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2014. 333 с.

195. Теплова, Л.Е. Кооперативное движение: Учеб. пособие / Л.Е. Теплова, Н.В. Тихонович, Л.В. Уколова. 2-е изд. М.: РДЛ, 2003. 304 с.

196. Технологический подход к формированию конкурентных преимуществ. [Электронные текстовые данные]. – Режим доступа: <http://msd.com.ua/konkurentnye-preimushhestva/technologicheskij-podxod-k-formirovaniyu-konkurentnykh-preimushhestv/>. (дата обращения 28.08.2019).

197. Ткач А.В. Сельскохозяйственная кооперация: Учебное пособие. 3.-е изд. - М: Издательско - торговая корпорация «Дашков К».- 2003.- 304с.

198. Туган-Барановский, М.И. Социальные основы кооперации / Предисл., коммент.: Л.А. Булочникова, Г.Н. Сорвина, Т.П. Субботина. — М.: Экономика, 1989. — 496 с.

199. Туган-Барановский, М.И. Социальные основы кооперации / М.И. Туган-Барановский ; Моск. гор. нар. ун-т им. Л. Шанявского. - М.: типолитограф. т-ва И.Н. Кушнерев и К°, 1916. - X, 2521 с. Электронная Библиотека "Научное Наследие России" [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://books.e-heritage.ru/book/10073462>

200. Туган-Барановский М. И. Русская революция и социализм // Образ будущего в русской социально-экономической мысли конца XIX – начала XX века. Избранные произведения. М.: Республика, 1994. С. 172-188.

201. Туган-Барановский М.И. К лучшему будущему. Сборник социально-философских произведений. М.: РОСПЭН, 1996. - 528 с.

202. Туган-Барановский М.И. Русская революция и социализм. Пг.: Муравей, 1917. - 32 с.

203. Туган-Барановский М.И. Избранное. Русская фабрика в прошлом и настоящем. Историческое развитие русской фабрики в XIX веке. - СПб., 1898. – 2-е знач. доп. издание: СПб., 1900. - переиздания: СПб., 1900; М., 1922; Харьков, 1926; М.-Л., 1934; М., 1997.

204. Туган-Барановский М.И. Очерки из новейшей истории политической экономии и социализма. 7-е изд. - Харьков, 1919. - переиздания: Туган-Барановский М.И. Экономические очерки. – М, 1998. – С. 15-279;

205. Тотомианц В.Ф. Кооперация в русской деревне. М.: Сабашниковы, 1912. - VI. - 448 с. [Электронные текстовые данные] Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki> (дата доступа 12.12.2019)

206. Thordarson B. Introductory remarks on the occasion of the ICA/NACF Forum on Cooperatives and Subsidiaries // ICA/NACF International Forum of Subsidiary Companies by Cooperatives. Forum Papers. 1997. October. P. 28-31.

207. Управление социально-экономическим развитием России: концепции, цели, механизмы / Львов Д.С., Поршнева А.Г. и др. – М.: Экономика, 2002. – 702 с.

208. Файн Л.Е. Отечественная кооперация: исторический опыт. - Иваново, 1994. -276 с.

209. Файн, Л.Е. Российская кооперация: историко-теоретический очерк. 1861 – 1930 / Л.Е. Файн. — Иваново: Иван. гос. ун-т, 2002. — 600 с.

210. Филиппова Л.А., Хворостяная А.С.. Социально-экономическая характеристика центра легкой промышленности (на примере Ивановской области) // Сборник научных трудов X Международной научно-практической конференции, посвященной празднованию 20-летия Института экономики НИУ «БелГУ». – 2017. – 1 марта. – С. 392 – 397.

211. Фромметт Б.Р. Русский социализм и кооперация. Взаимоотношения социалистического и кооперативного движения в России в их историческом развитии. Пг.: Мысль, 1919.-127 с.

212. Фурье Ш. Избр. соч.: в 4 т. / пер. с фр. и коммент. И.И. Зильберфарба; вступ. статья В.П. Волгина. М.; Л.: Изд-во Акад. наук СССР, 1951-1954. Т. 3. с. 236–238

213. Фурье Ш. Избр. соч.: в 4 т. / пер. с фр. и коммент. И.И. Зильберфарба; вступ. статья В.П. Волгина. М.; Л.: Изд-во Акад. наук СССР, 1951-1954. Т. 4 С. 17 -32

214. Hansen Jeff. Microsoft Unveils a New Look. The Official Microsoft Blog: NEWS & PERSPECTIVES. [Электронные текстовые данные] Режим доступа: [http://blogs.technet.com/b/microsoft\\_blog/archive/2012/08/23/microsoftunveils-a-new-look.aspx](http://blogs.technet.com/b/microsoft_blog/archive/2012/08/23/microsoftunveils-a-new-look.aspx) (дата доступа 15.02.2020).

215. A.S. Khvorostyanaya. Стратегическая роль бренда как актива в индустрии моды // The Ninth International Conference on Economic Sciences Proceedings of the Conference. — East West Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH Vienna. – 2015. – № 24(November). – P. 12 –19.

216. Хотинская Г. И. Нематериальные активы как фактор повышения конкурентоспособности компании: Финансово-экономический аспект //

Маркетинг в России и за рубежом. - 2006. - № 5.

217. Holyoake G.J. Life and last Days of R. Owen. — Ld., 1850 / К.М.Андерсон Роберт Оуэн и зарождение доктрин кооперативизма // Русская политология 2018.№6 стр. 61-71

218. Чаянов А.В. Основные идеи и формы организации крестьянской кооперации / А.В.Чаянов. – 2-изд., доп., перераб. – Москва: Типография Всероссийского Издательского Союза, 1927. – 390 с.: URL:<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=106704>.

219. Чаянов, А.В. Крестьянское хозяйство / А.В. Чаянов. – Москва: Директ-Медиа, 2007. – 300 с. URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=26854>.

220. Чаянов, А.В. Путешествие моего брата Алексея в страну крестьянской утопии / А.В. Чаянов – Москва: Директ-Медиа, 2011. – 72 с. URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=74390>.

221. Чаянов А. В. Экономическое наследие А. В. Чаянова: [труды] / А. В. Чаянов. – Москва: Издательский Дом ТОНЧУ, 2006. – 662 с.

222. Чаянов А. В. Крестьянское хозяйство. Избранные труды. Москва: Экономика, 1989. – 492 с. URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=26854>

223. Чаянов, А.В. Краткий курс кооперации. - М.: Центральное товарищество «Кооперативное издательство», 1925. - 79 с.

224. Chaddad F.R., Cook M.L. The Emergence of non-traditional cooperative structures:Public and private policy issues//Paper prepared for presentation at the NCR- Research on Cooperatives Annual Meeting. Kansas City, Missouri. 2003. October 29. Электронные текстовые данные Режим доступа: [http://www. agecon.ksu.edu/accc/ncr194/ Events/ 2003 meeting/Chaddadand Cook.pdf](http://www.agecon.ksu.edu/accc/ncr194/Events/2003_meeting/ChaddadandCook.pdf) (дата доступа 03.04.2020).

225. Чедурова Е.М. Разработка кооперативных принципов в отечественной историографии [Электронные текстовые данные] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/razrabotka-kooperativnyh-printsipov-v-otechestvennoy-istoriografii>.

226. Чедурова, Е.М. Западносибирская кооперация в период реформ и революций начала XX в.: идеология, законотворчество, агротехнологий: монография / Е.М. Чедурова. – Горно-Алтайск: РИО ГАГУ, 2014. – 272 с.

227. Чедурова, Е.М. Кооперативное движение на Алтае и его роль в развитии аграрных технологий (1900-1918 гг.) / Е.М. Чедурова // История и культура коренных народов Саяно-Алтая. Вестник Томского государственного университета. Бюллетень оперативной научной информации. Томск, 2006. С. 61-69.

228. Чедурова, Е.М. Кооперация Западной Сибири и ее культурно-просветительская деятельность в начале XX века / Е.М. Чедурова // Вестник Томского государственного университета. «История». Томск, 2008. № 309. апрель. С.90-96.

229. Чедурова, Е.М. Разработка кооперативных принципов в отечественной историографии / Е.М. Чедурова // Вестник Томского государственного университета. «История». Томск, 2008. № 307. февраль. С.80-86.

230. Чедурова, Е.М. Развитие агрономической службы в Сибири в конце XIX – начале XXв. / Е.М. Чедурова // Известия Алтайского Государственного Университета, Барнаул, 2009. № 4/2. С.249-254.

231. Чедурова, Е.М. Роль кооперации в деле снабжения крестьянского хозяйства техникой в конце XIX – начале XXв. / Е.М. Чедурова // Известия Алтайского Государственного Университета. Барнаул, 2009. № 4/3. С.245-250.

232. Чедурова, Е.М. Деятельность сельскохозяйственных опытных участков в Западной Сибири в начале XX века / Е.М. Чедурова // История науки и техники. 2009, № 12. С. 44-52.

233. Чедурова, Е.М. Роль кооперации в зарождении учебно-производственных заведений в Западной Сибири в начале XX века / Е.М. Чедурова // Научные проблемы гуманитарных исследований . 2009. № 11(2). С.147-155.

234. Чедурова, Е.М. Зарождение кооперации в России / Е.М. Чедурова // Преподавание истории в школе. 2010. № 1. С. 66-69.

235. Чедурова, Е.М. Кооперация в годы первой мировой войны / Е.М. Чедурова // Вопросы истории: Сборник научных статей. Вып. 4. Бийск, 2001. С.159-163.

236. Чеховская Н.М. Московский Народный банк и его роль в развитии кооперации в России. Дисс. . канд. ист. наук. - М., 1988. - 311 с.

237. Чернышевский Н. Г. Капитал и труд // Чернышевский Н. Г. Сочинения : в 2 т. / АН СССР. Ин-т философии ; редкол.: М. Б. Митин (пред.); ред. изд. И. К. Пантин ; сост. и авт. примеч. Л. В. Поляков. — М.: Мысль, 1987. Т. 2. — 687 с., 1 л. портр.— (Философское наследие). С. 3–69. URL: <http://ngchernyshevsky.ru/texts/books/1987-2/Capital-and-Labour/>

238. Шелгунов А.В. Отраслевая производственная кооперация как вектор для дальнейшего развития рынка и поддержки отечественных производителей // Силовое и энергетическое оборудование. Автономные системы. 2018. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otraslevaya-proizvodstvennaya-kooperatsiya-kak-vektor-dlya-dalneyshego-razvitiya-rynka-i-podderzhki-otechestvennyh-proizvoditeley>

239. Шмаков О.Н. Кооперативное движение на среднем Урале в конце XIX начале XX в. - Дисс. . канд. ист. наук. - М., 1995. - 233 с.

240. Шумпетер Й.А. История экономического анализа. - В 3-х томах. – СПб., 2001. – Т. 3 - С. 1160, 1481.

241. Экономическая стратегия фирмы: Учебное пособие /А.П. Градов. – 4-е изд., перераб. – СПб: Специальная Литература, 2003. – 959 с.

242. Экономическое и социальное положение Донецкой Народной Республики за 2016 год // Статистический бюллетень. – Д., 2016. – 271 с.

243. Экономическое и социальное положение Донецкой Народной Республики за 2017 год // Статистический бюллетень. – Д., 2017. – 271 с.

244. Экономическое и социальное положение Донецкой Народной Республики за 2018 год // Статистический бюллетень. – Д., 2018. – 271 с.

245. Экономическое и социальное положение Донецкой Народной Республики за 2019 год // Статистический бюллетень. – Д., 2019. – 271 с.



246. Экономическое и социальное положение Донецкой Народной Республики за 2020 год // Статистический бюллетень. – Д., 2020. – 271 с.

247. Территория корпоративной культуры, 2017 [Электронные текстовые данные] Режим доступа: <http://www.trkk.ru/index.php>. (дата доступа 12.02.2020).

248. В.В.Аверьянов, В.Ю.Венедиктов, А.В.Козлов. Артель и артельный человек / Сост., введение В.В.Аверьянова / Отв. ред. О.А.Платонов. — М.: Институт русской цивилизации, 2014. — 688 с. URL: <https://www.academia.edu/11022809>

249. Толковый словарь Даля [Электронные текстовые данные] Режим доступа: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc2p/320122>. (дата доступа 23.03.2020)

250. Экономический словарь [Электронные текстовые данные] Режим доступа: [https://dic.academic.ru/dic.nsf/econ\\_dict/21248](https://dic.academic.ru/dic.nsf/econ_dict/21248). (дата доступа 23.03.2020)

251. Англия – родина потребительской кооперации. [Электронные текстовые данные] Режим доступа: <https://studfile.net/preview/3833770/page:2/>. (дата доступа 03.05.2020).

252. Закон Российской Федерации «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в российской федерации [Электронные текстовые данные] Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_608/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_608/) (дата доступа 03.05.2020).

253. Зарубежная практика производственной кооперации и субконтрактации" [Электронные текстовые данные ресурс] Режим доступа: [http://yargs.yartpp.ru/t\\_zarubezh.htm](http://yargs.yartpp.ru/t_zarubezh.htm) (дата доступа 23.08.2020).

254. Классификация активов маркетинга [Электронные текстовые данные ресурс] Режим доступа: <https://studopedia.org/index.php?vol=1&post=78882> (дата доступа 03.12.2020).

255. Материальные и нематериальные активы [Электронные текстовые данные] Режим доступа: <https://glavkniga.ru/situations/k504514> (дата доступа 03.12.2020).

256. Лашина М.В. Маркетинговые активы: классификация и влияние на конкурентоспособность [Электронные текстовые данные] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketingovye-aktivy-klassifikatsiya-i-vliyanie-na-konkurentosposobnost/viewer> (дата доступа 24.12.2020).

257. Дорофеев А.Ю., Филатов В.В., Медведев В.М., Фадеев А.С.: Методология оценки нематериальных активов [Электронные текстовые данные] Режим доступа: <https://naukovedenie.ru/PDF/95EVN115.pdf>. (дата доступа 25.12.2020).

258. Анализ состояния внутреннего и внешнего рынков продукции легкой промышленности и перспективы их развития [Электронные текстовые данные] Режим доступа: <https://zakonbase.ru/content/part/641291?print=1> (дата доступа 12.01.2021).

259. Стратегическая программа исследований Технологической платформы «Текстильная и легкая промышленность» [Электронные текстовые данные] Режим доступа: <http://www.kstu.ru/servlet/contentblob?id=128433> (дата доступа 16.01.2021).

260. Московский Фонд поддержки промышленности и предпринимательства [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://mfppr.ru/>. (дата доступа 18.01.2021).

261. Измайлович С.В. Риски предприятий легкой промышленности [Электронные текстовые данные] Режим доступа: <http://edoc.bseu.by:8080/bitstream/edoc/5361/2/Izmaylovich%20S.%20Riski%20predpriyatiy%20leg.%20prom.pdf>. (дата доступа 24.01.2021).

262. Отоцкий Л.Н. «Стэффорд бир и жизнеспособные системы в XXI веке» [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://spkurdyumov.ru/forecasting/stefford-bir-i-zhiznesposobnye-sistemy/>. (дата доступа 24.01.2021).

263. Сенникова А.Е. Методы и модели эффективного управления ресурсами для обеспечения жизнеспособности сельскохозяйственных организаций [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-i-modeli-effektivnogo-upravleniya->

resursami-dlya-obespecheniya-zhiznesposobnosti-selskohozyaystvennyh-organizatsiy (дата доступа 25.01.2021).

264. Стаффорд Бир Энтони [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.e-executive.ru/wiki/index.php> (дата доступа 28.01.2021).

265. Котляров, И.Д. Локализация производства как инструмент импортозамещения / И.Д. Котляров // ЭКО. – 2016. – № 8. – С. 128-140.

266. Макаров, А.Н. Локализация производства продукции производственно-технического назначения на территории региона как тенденция импортозамещения / А.Н. Макаров // Гуманитарные и социальные науки. – 2011. – № 3. – С. 34-41.

267. Немченко, О.Н. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества предприятия / О.Н. Немченко, Н.М. Хачатурян, А.Ф. Бакланова // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2010. – № 20. – С. 272-279.

268. Романова, О.С. Концепция формирования конкурентного потенциала предприятий / О.С. Романова // Современная конкуренция, 2007. – №6. – С. 127-135.

269. Пострелова, А.В. Оценка конкурентоспособности предприятия / А.В. Пострелова, М.С. Маркин // Молодой ученый. – 2013. – №6. – С. 398-402.

270. Шархова, А.В. Словарь финансово-экономических терминов / А.В. Шаркова, А.А. Килячков, Е. В. Маркина и др.; под общ. ред. д.э.н., проф. М.А. Эскиндарова. – 2-е изд – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2017. – 1168 с.

271. Электронный ресурс] [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_122870/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122870/)

272. Воронина, Е.Л. Стратегические ориентиры развития легкой промышленности Донецкой Народной Республики на основе концептуальных подходов / В.Д. Малыгина, Е.Л. Воронина, К.А. Антошина // Модель экономического развития Донецкой Народной Республики : коллект. монография / под ред. Е.М. Азарян: Донецк. – 2020 г. – С. 170-200.

273. Воронина, Е.Л. Кооперация, как фактор инновационной активности развития легкой промышленности Донецкой Народной Республики / Сборник научных работ серии «Экономика». Вып.19: Социально-экономические модели развития территорий. – Донецк: ГОУ ВПО «ДонАУиГС», 2020. – С. 56-71.

274. Воронина, Е.Л. Концептуальный подход к развитию межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере легкой промышленности / В.Д. Малыгина, Е.Л. Воронина // Торговля и рынок. – Донецк: ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2020. – Вып. 1(53). – С. 77-86.

275. Воронина, Е.Л. Анализ рынка готовой продукции легкой промышленности во внутреннем и внешнем товарообороте / В.Д. Малыгина, Е.Л. Воронина// Торговля и рынок. – Донецк: ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2020. – Вып. 3(55), т. 2, часть 1. – С. 55-64.

276. Воронина Е.Л. Формирование стратегических ориентиров развития легкой промышленности Донецкой Народной Республики: концептуальный подход // Торговля и рынок. – Донецк: ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2020. – Вып.4(56), т.2, часть 1. – С. 15-23.

277. Воронина, Е.Л. Формирование плана мероприятий по развитию легкой промышленности Донецкой Народной Республики / Сборник научных работ серии «Государственное управление». Вып. 21: Экономика и управление народным хозяйством. – Донецк: ГОУ ВПО «ДонАУиГС», 2021. – С. 134-143.

278. Воронина, Е.Л. Кооперативно-интеграционное переустройство на предприятиях легкой промышленности: научно-теоретический подход / В.Д. Малыгина, Е.Л. Воронина // Торговля и рынок. – Донецк: ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2021. – Вып. 1'(57). – С. 177-194.

279. Воронина, Е.Л. Интеграционные особенности кооперативного сотрудничества в сфере легкой промышленности / Е.Л. Воронина // Маркетинг в 3-м тысячелетии: матер. Междунар. науч.-практ. интернет-конф. (г. Донецк, 19 мая 2018 г.). – Донецк: ДонНУЭТ, 2018. – С. 150-153.

280. Воронина, Е.Л. Методы кооперации: взаимодействие производственных предприятий Донецкой Народной Республики / Е.Л. Воронина // Маркетинг-дайджест : матер. науч.-практ. интернет-конф. преподавателей, аспирантов,

студентов (г. Донецк, 30 окт. 2018 г.). – Донецк : ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2018. – С.89-103.

281. Воронина, Е.Л. Легкая промышленность Донецкой Народной Республики: состояние и перспективы / Е.Л. Воронина // Экономика Донбасса: векторы социально-экономического и исторического развития : матер. Междунар. науч.-практ. конф. (г. Донецк, 30 мая 2019 г.). – Донецк : ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2019. – С.35-38.

282. Воронина, Е.Л. Устойчивое развитие легкой промышленности Донецкой Народной Республики / Управление устойчивым развитием методами стандартизации: матер. круглого стола (г. Донецк, 25 марта 2021 г.). – Донецк: ГО ВПО «ДонНУЭТ»: Донецк, 2021.

283. Воронина, Е.Л. Стратегическое управление в легкой промышленности Донецкой Народной Республики / Е.Л. Воронина // Межд. науч.-практ. конф. «Стратегия устойчивого развития в антикризисном управлении экономическими системами». – ГО ВПО «ДонНУЭТ»: Донецк, 2021. – С. 125-130.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

**Справки о внедрении результатов исследований**



**КООРДИНАЦИОННЫЙ СОВЕТ РУКОВОДИТЕЛЕЙ  
ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЁГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ  
ПРИ МИНИСТЕРСТВЕ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛИ ДНР**

22.03.2024 № 55-А

На № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

Диссертационный Совет Д 01.004.01

при ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского»

**СПРАВКА**

о внедрении результатов диссертационной работы  
соискателя ГО ВПО «Донецкий национальный университет  
экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»  
Ворониной Елены Львовны на тему: «Маркетинговые активы развития  
межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере лёгкой промышленности»  
представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по  
специальности

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством

(по отраслям сферы деятельности: в т.ч. маркетинг)

Координационный совет руководителей предприятий лёгкой промышленности подтверждает важность указанных в диссертационной работе «Маркетинговые активы развития межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере лёгкой промышленности», соискателя Ворониной Елены Львовны мероприятий, направленных на развитие легкой промышленности, в части отраслевой и межотраслевой кооперации, а также государственной поддержки отечественных товаропроизводителей.

Применение маркетинговых активов при межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере легкой промышленности, разработка Стратегии, внедрение комплекса мер, направленных на развитие легкой промышленности в практику позволит повысить инвестиционную привлекательность как отрасли в целом, так и ее подотраслей, будет способствовать расширению ассортимента и повышению качества продукции, ноу-хау, обеспечению энерго-, ресурсосбережений, экологической безопасности производства и продукции, увеличению рабочих мест, экономическому стимулированию инновационной активности хозяйствующих субъектов и их работников.

Председатель  
Координационного совета



О.Н. Дьяк



МИНИСТЕРСТВО ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛИ  
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ  
(МИНПРОМТОРГ ДНР)

ул. Розы Люксембург, 12 А, г. Донецк, 83015, тел. (062) 300-30-31  
e-mail: info@mpt-dnr.ru, Идентификационный код 51017918

30.03.2021 № 05.А-50/2167

На \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

Диссертационный Совет Д 01.004.01  
при ГО ВПО «Донецкий  
национальный университет  
экономики и торговли им. Михаила  
Туган-Барановского»

СПРАВКА

о внедрении результатов диссертационной работы  
соискателя ГО ВПО «Донецкий национальный университет  
экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»  
Ворошиной Елены Львовны на тему: «Маркетинговые активы развития  
межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере лёгкой промышленности»  
представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук  
по специальности

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством  
(по отраслям сферы деятельности: в т.ч. маркетинг)

Справкой удостоверяем, что Министерством промышленности и  
торговли Донецкой Народной Республики (далее – Министерство) приняты ко  
внедрению предложения, указанные в диссертационной работе  
«Маркетинговые активы развития межотраслевой и отраслевой кооперации в  
сфере лёгкой промышленности», соискателя Ворошиной Елены Львовны, а  
именно:

- состояние и основные направления развития сферы лёгкой промышленности в Донецкой Народной Республике в условиях изоляции и экономической блокады;
- применение теории создания интеграционных и кооперационных хозяйств в легкой промышленности, как фактор развития инновационной активности легкой промышленности Донецкой Народной Республики;
- разработка Модели стратегического развития отрасли, предусматривающая формирование комплекса условий по обеспечению функциональности предприятий и развитию предпринимательства для

полноценного насыщения внутреннего рынка товарами отечественных производителей и упразднения зависимости от импорта текстильных, швейных и обувных изделий;

- разработка Модели жизнеспособной системы, которая бы позволила осуществлять контроль на каждом этапе построения системы стратегического управления предприятиями легкой промышленности всех форм собственности;
- комплексные мероприятия, направленные на развитие отрасли;
- прогноз объемов роста производства продукции предприятиями легкой промышленности на период до 2023 года.

Использование вышеуказанных разработанных методик, комплексных мероприятий позволит определить приоритеты для развития легкой промышленности в среднесрочной перспективе.

Особое значение для Министерства представляет разработанная Концепция развития легкой промышленности, выступающая Ключевой идеей Модели стратегического развития отрасли легкой промышленности «Стратегия-2023», которая позволит легкой промышленности Донецкой Народной Республики поэтапно выйти на новый уровень развития, предусматривающий повышение качества управления и эффективности деятельности, увеличение загрузки производственных мощностей предприятий, увеличение объемов производства, создание новых рабочих мест.

И.о. заместителя Министра



С.В. Ильин



№ 12-08 от 22.03  
2021.

Диссертационный Совет Д 01.004.01  
при ГО ВПО «Донецкий национальный  
университет экономики и торговли  
им. Михаила Туган-Барановского»

### СПРАВКА

о внедрении результатов диссертационной работы  
соискателя ГО ВПО «Донецкий национальный университет  
экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»  
Ворониной Елены Львовны на тему: «Маркетинговые активы развития  
межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере лёгкой промышленности»  
представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук  
по специальности

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством  
(по отраслям сферы деятельности: в т.ч. маркетинг)

Актуальность диссертационной работы, выполненной Ворониной Еленой Львовной, состоит в том, что в современных условиях хозяйствования любому предприятию легкой промышленности необходимо развивать собственные ключевые позиции, которые в сочетании с нематериальными активами: брендами, патентами, авторскими правами, специальными ноу-хау и др.) становятся основой формирования развития предприятия и обеспечивает ему конкурентные преимущества, как на внутреннем, так и внешнем рынках.

Фирменный стиль предприятия помогает раскрыть суть и донести ценности нашего бренда «Ателье Контур» до покупателя с помощью визуальных и вербальных составляющих: названия, слогана, логотипа, цвета, шрифта, бренд-персонажа. Основное преимущество бренда в том, что он, выступая нематериальным активом, увеличивает ценность нашего бизнеса и узнаваемость нашей продукции.

Результаты научного исследования на тему «Маркетинговые активы развития межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере лёгкой промышленности» внедрены предприятием с целью повышения эффективности работы, увеличения загрузки производственных мощностей, создания новых рабочих мест, привлечения потребителей.

Директор ООО «Мода Сервиса»



И.В. Радыш

**ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ  
«СКИФТЕКС»**

ИНКОЛ 30872644  
БИК банка 310101001  
83095, ДНР, г. Донецк, ул. Савицкого, д.2  
+38(071) 317-32-07 e-mail: skiftex@mail.ru

р/с 40702810720000001504  
Центральный Республиканский Банк Донецкой Народной Республики

Диссертационный Совет Д 01.004.01  
при ГО ВПО «Донецкий национальный  
университет экономики и торговли  
им. Михаила Туган-Барановского»

22.03.2021 № 9-С

**СПРАВКА**

о внедрении результатов диссертационной работы  
соискателя ГО ВПО «Донецкий национальный университет  
экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»  
Вороной Елены Львовны на тему: «Маркетинговые активы развития  
межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере лёгкой промышленности»  
представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по  
специальности

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством  
(по отраслям сферы деятельности: в т.ч. маркетинг)

Данной справкой подтверждается, что рекомендации, изложенные в диссертационном исследовании Вороной Елены Львовны на тему: «Маркетинговые активы развития межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере лёгкой промышленности» использованы обществом с ограниченной ответственностью «Скифтекс» г. Донецк, как одно из важных направлений для эффективной работы предприятия, улучшения взаимодействия между службами маркетинга и сбыта.

Рекомендации Вороной Елены Львовны позволили нашему предприятию сократить издержки производства, повысить загрузку производственных мощностей, оптимизировать и сократить затраты на производственный процесс, расширить ассортимент выпускаемой продукции, улучшить ее качество, привлечь потребителей и повысить конкурентоспособность выпускаемой предприятием продукции.

Директор ООО «Скифтекс»



П.В. Барбаш

Общество с ограниченной ответственностью  
«ЛЕМУА»

Место нахождения: 86200, Украина, г. Шахтерск, переулок Дёповский, дом.1  
Свд. №1265102000000760 от 02.12.2011г., ЭДРПУ 37885477 ( № 01140000200127 от 17.10.2014г.)

Диссертационный Совет Д 01.004.01  
при ГО ВПО «Донецкий национальный  
университет экономики и торговли  
им. Михаила Туган-Барановского»

Исх. № 11

От 25.03.2021 г

СПРАВКА

о внедрении результатов диссертационной работы  
соискателя ГО ВПО «Донецкий национальный университет  
экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»  
Вороной Елены Львовны на тему: «Маркетинговые активы развития  
межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере лёгкой промышленности»  
представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук  
по специальности

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям  
сферы деятельности: в т.ч. маркетинг)

Использование разработанных рекомендаций диссертационной  
работы «Маркетинговые активы развития межотраслевой и отраслевой  
кооперации в сфере лёгкой промышленности», выполненной Вороной  
Еленой Львовной, позволили ООО «Лемуа» достичь организационных целей  
в сфере маркетинга предприятия, обеспечить формирование конкурентных  
преимуществ за счет использования нематериальных активов предприятия.

Результаты научного исследования внедрены предприятием при  
определении новых направлений работы, расширении ассортимента  
выпускаемой продукции, модернизации производства, с целью увеличения  
загрузки производственных мощностей, создания новых рабочих мест,  
привлечения потребителей.

Директор ООО «ЛЕМУА»



Е.Н.Лебеденко

Диссертационный Совет Д 01.004.01  
при ГО ВПО «Донецкий национальный  
университет экономики и торговли  
им. Михаила Туган-Барановского»

### СПРАВКА

о внедрении результатов диссертационной работы  
соискателя ГО ВПО «Донецкий национальный университет  
экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»  
Вороной Елены Львовны на тему: «Маркетинговые активы развития  
межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере лёгкой промышленности»  
представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук  
по специальности

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством  
(по отраслям сферы деятельности: в т.ч. маркетинг)

Справкой удостоверяем, что обществом с ограниченной ответственностью «Спецодежда и униформа» рассмотрен вопрос об использовании диссертационной работы соискателя Вороной Елены Львовны «Маркетинговые активы развития межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере лёгкой промышленности» в корпоративно-кооперационном управлении собственностью предприятия.

Разработанные в рамках диссертационной работы исследования внедрены в работу нашего предприятия.

Маркетинговые активы при кооперационных отношениях позволили нашему предприятию повысить эффективность и конкурентоспособность, сократить издержки производства, повысить загрузку производственных мощностей, оптимизировать и сократить затраты на производственный процесс, расширить ассортимент выпускаемой продукции, улучшить ее качество, что в свою очередь повысило спрос потребителей на производимую продукцию.

Директор  
ООО «Спецодежда и униформа»  
19.03.2021



Л.В. Иванова

Диссертационный Совет Д 01.004.01  
при ГО ВПО «Донецкий национальный  
университет экономики и торговли  
им. Михаила Туган-Барановского»

### СПРАВКА

о внедрении результатов диссертационной работы  
соискателя ГО ВПО «Донецкий национальный университет  
экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»  
Вороной Елены Львовны на тему: «Маркетинговые активы развития  
межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере лёгкой промышленности»  
представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук  
по специальности

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством

(по отраслям сферы деятельности: в т.ч. маркетинг)

Справкой удостоверяем, что обществом с ограниченной ответственностью «Спецодежда и униформа» рассмотрен вопрос об использовании диссертационной работы соискателя Вороной Елены Львовны «Маркетинговые активы развития межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере лёгкой промышленности» в корпоративно-кооперационном управлении собственностью предприятия.

Разработанные в рамках диссертационной работы исследования внедрены в работу нашего предприятия.

Маркетинговые активы при кооперационных отношениях позволили нашему предприятию повысить эффективность и конкурентоспособность, сократить издержки производства, повысить загрузку производственных мощностей, оптимизировать и сократить затраты на производственный процесс, расширить ассортимент выпускаемой продукции, улучшить ее качество, что в свою очередь повысило спрос потребителей на производимую продукцию.

Директор  
ООО «Спецодежда и униформа»  
19.03.2021



Л.В. Иванова

ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ  
«СОЮЗСПЕЦОДЕЖДА»

ДНР, 85012, г. Донецк,  
Куйбышевский район,  
ул. Куйбышева, д. 165  
тел. 071-325-06-01

р/с 40702810021010000029 в ЦРБ ДНР  
БИК 310101001  
ИКЮЛ 50032495

Исх. № 24/03-11/1 от 24.03.2024

Диссертационный Совет Д 01.004.01  
при ГО ВПО «Донецкий национальный  
университет экономики и торговли  
им. Михаила Туган-Барановского»

СПРАВКА

о внедрении результатов диссертационной работы  
соискателя ГО ВПО «Донецкий национальный университет  
экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»  
Вороиной Елены Львовны на тему: «Маркетинговые активы развития  
межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере лёгкой промышленности»  
представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по  
специальности

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством  
(по отраслям сферы деятельности: в т.ч. маркетинг)

Рекомендации использованные в диссертационном исследовании  
Вороиной Елены Львовны на тему: «Маркетинговые активы развития  
межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере лёгкой промышленности»  
были использованы при запуске швейного производства общества с  
ограниченной ответственностью «Союзспецодежда» г. Кировское, которое  
специализируется на пошиве спецодежды, форменной одежды,  
производственной и профессиональной одежде и при определении основных  
направлений работы в среднесрочной перспективе.

Директор ООО «СОЮЗСПЕЦОДЕЖДА»



Евгеева Е.М.

Общество с ограниченной ответственностью

# "Трансстрой"

ДНР, 283012  
г. Донецк, Куйбышевский район,  
ул. Куйбышева, 165  
тел. 071-302-25-82  
e-mail: info@nibel.com.ua

Р/сч 4070281002000000790 в  
ЦРБ ДНР  
БИК 310101001  
ИНКОЛ 22021706



Исх. № 24-03/118-1 от 24.03.2021 г.

Диссертационный Совет Д 01.004.01  
при ГО ВПО «Донецкий национальный  
университет экономики и торговли  
им. Михаила Туган-Барановского»

## СПРАВКА

о внедрении результатов диссертационной работы  
соискателя ГО ВПО «Донецкий национальный университет  
экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»  
Ворошиной Елены Львовны на тему: «Маркетинговые активы развития  
межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере лёгкой промышленности»  
представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по  
специальности

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством  
(по отраслям сферы деятельности: в т.ч. маркетинг)

Результаты диссертационного исследования Ворошиной Елены Львовны на  
тему: «Маркетинговые активы развития межотраслевой и отраслевой кооперации в  
сфере лёгкой промышленности» внедрены в практику ведения хозяйственной  
деятельности общества с ограниченной ответственностью «Трансстрой».

В частности:

- использования нематериальных активов с целью повышения стоимости предприятия;
- поиска новых возможностей для улучшения взаимодействия между службами маркетинга и сбыта;
- увеличения ценности и узнаваемости продукции предприятия;
- расширения ассортимента выпускаемой продукции и повышения ее качества;
- внедрения ресурсосберегающих технологий;
- снижения себестоимости за счет внедрения автоматизированных систем конструкторско-технологической подготовки производства обуви, проведения расчета материалоемкости и экономически обоснованных показателей различных методов производства обуви.

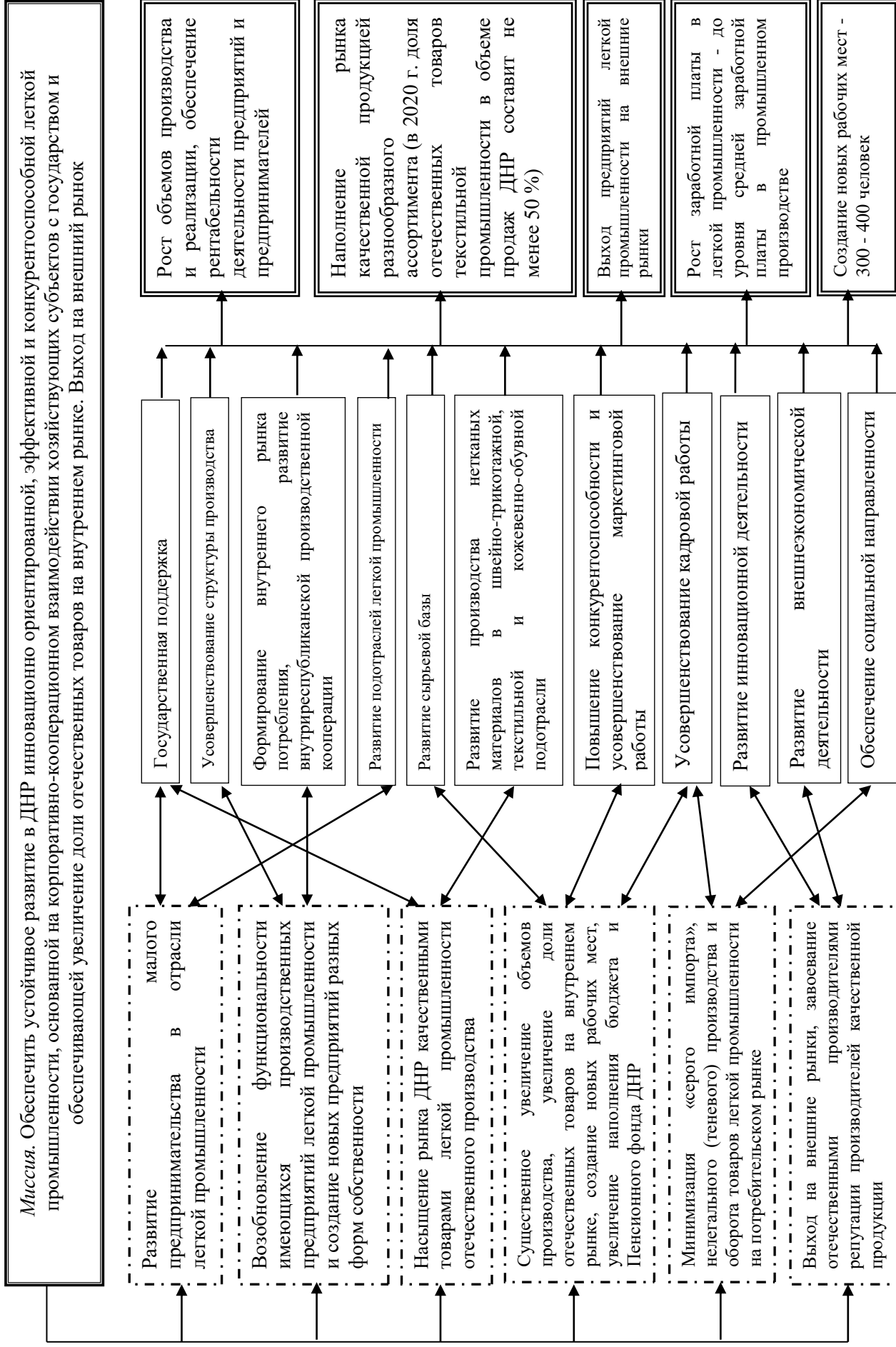
Директор ООО «ТРАНССТРОЙ»



Плетень Д.А.

## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

### Стратегические ориентиры развития легкой промышленности Донецкой Народной Республики





ПРИЛОЖЕНИЕ В

**Комплексные мероприятия Стратегии развития легкой промышленности Донецкой Народной Республике**

№ пп	Содержание мероприятия	Вид документа	Срок исполнения	Ответственные исполнители	Ожидаемый результат
<p><b>1. Законодательные аспекты,</b>  <b>касающиеся совершенствования таможенно - тарифного регулирования и налогового политики,</b>  <b>нормативные правовые акты, необходимые для развития межотраслевой кооперации</b></p>					
1.1.	<p>Подготовка предложений по совершенствованию таможенно - тарифного регулирования в сфере производства, экспорта и импорта товаров легкой промышленности, ее инновационной и внешнеторговой деятельности, а именно:  обнуление ввозных таможенных тарифов на все виды сырья, материалы и оборудования, непродоводимых в России.  обнуление таможенных тарифов на экспорт кожевенного сырья, готовой кожи.  увеличение таможенных тарифов на ввоз готовой продукции на продукцию, аналоги, которой производятся в Донецкой Народной Республике.</p>	<p>Предложения по введению на постоянной основе действия ставок ввозных таможенных тарифов на сырье и необходимое для отрасли технологическое оборудование и увеличение таможенных ставок на готовую продукцию, аналоги которой изготавливают отечественные производители</p>	<p>июнь-июль 2021</p>	<p>Предприятия легкой промышленности  Минпромторг ДНР</p>	<p>Обеспечит устойчивое и эффективное развитие легкой промышленности в рыночной экономике на основе совершенствования экономического механизма поддержки отрасли, развития финансового менеджмента и создания привлекательного инвестиционного климата. Увеличение наполнения внутреннего рынка в 2,8 раз. Снижение цены готовой продукции на 4%  Получение ежегодного дохода в бюджет Республики от реализации данного мероприятия</p>
1.2.	<p>Внесение предложений о предоставлении льгот по налогам на прибыль, осуществляющих техническое перевооружение и увеличение производственных мощностей за счет собственных средств, сроком на 1 год.</p>	<p>Предложения о предоставлении льгот предприятиям осуществляющих перевооружение и модернизацию производства</p>	<p>август 2021</p>	<p>Минпромторг ДНР</p>	<p>Замена устаревшего оборудования приведет к улучшению условий труда, снижению интенсивности и монотонности труда. повысится производственный потенциал легкой промышленности, техническая оснащенность и надежность технологического оборудования, рост производительности увеличится в 2 раза.</p>

№ пп	Содержание мероприятия	Вид документа	Срок исполнения	Ответственные исполнители	Ожидаемый результат
1.3	Создание Реестра продукции легкой промышленности Донецкой Народной Республики	Нормативные правовые акты,	июль-август 2021	Минпромторг ДНР	Обеспечит увеличение загрузки производственных мощностей до 100%
1.4	Создание Реестра производителей продукции легкой промышленности Донецкой Народной Республики	Нормативные правовые акты,	июль-август 2021	Минпромторг ДНР	Увеличение объемов производства на 247,4 млн. руб. или на 16,3%.
1.5	Разработка Порядка выдачи разрешений на закупку продукции легкой промышленности, происходящей из иностранного государства	Нормативные правовые акты,	июль-август 2021	Минпромторг ДНР Минэкономразвития ДНР	Увеличение занятости населения на 531 человек или в 1,9 раз
1.6	Разработка Порядка предоставления Выписки из Реестра продукции легкой промышленности, произведенной на территории Донецкой Народной Республики	Нормативные правовые акты,	2021	Минпромторг ДНР	
1.7	Разработка нормативных правовых документов, необходимых для межотраслевой кооперации	Нормативные правовые акты, необходимые для межотраслевой кооперации	2021-2022	Минпромторг ДНР Институт экономических исследований	Создание условий для развития промышленности ДНР в целом, что увеличит поступления в Бюджет, Пенсионный фонд Республики, будет способствовать созданию новых рабочих мест
<b>2. Повышение эффективности управления собственностью в отрасли</b>					
2.1.	Разработка комплекса мер, с использованием маркетинговых активностей направленных на развитие предприятий легкой промышленности	Программа развития предприятий	IV кв. 2021 I кв. 2021	Предприятия легкой промышленности	Повышение производственного потенциала легкой промышленности и конкурентного уровня предприятий
2.2.	Разработка пилотных проектов финансового оздоровления предприятий, предусматривающих техническое перевооружение, модернизацию, реконструкцию и создание высокотехнологичных производств	Пилотные проекты	2021-2022	Предприятия легкой промышленности Минпромторг ДНР	Создание собственной качественной сырьевой базы; расширение ассортимента продукции, повышение экспортного потенциала отрасли, рост конкурентоспособной продукции; снижение сырьевой, товарной и экономической зависимости от импорта; реализация проекта позволит увеличить объем производства; решение вопроса занятости населения, увеличение заработной платы

№ пп	Содержание мероприятия	Вид документа	Срок исполнения	Ответственные исполнители	Ожидаемый результат
<b>3. Повышение инвестиционной привлекательности отрасли</b>					
3.1.	Разработка комплекса мер по развитию межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере легкой промышленности	Предложения по развитию межотраслевой и отраслевой кооперации	2021	Минпромторг ДНР	Обеспечит экономический рост, устойчивое и эффективное развитие легкой промышленности; Республика получит значительный источник пополнения бюджета, а граждане и смежные отрасли экономики – качественный и востребованный товар
3.3.	Расширение производства потребительских товаров (трикотаж, одежда, обувь, кожаных изделий и меховые изделия, ткани и нетканые материалы)	Предложения	2022 – 2023	Координационный совет руководителей легкой промышленности Минпромторг ДНР	Расширение ассортимента конкурентоспособных отечественных товаров
3.4.	Разработка и освоение новых изделий медицинского ассортимента (реабилитационные корсажи, повязки, комплекты для новорожденных, ортопедическая и специальная обувь и другие изделия, обеспечивающие здоровье и более высокое качество жизни человека), не имеющих аналогов за рубежом;	Предложения	2021 – 2023	Предприятия легкой промышленности Координационный совет руководителей легкой промышленности Минпромторг ДНР	Создание нового ассортимента конкурентоспособных отечественных товаров
3.5.	Размещение информации о бизнес-проектах, пилотных проектах на инвестиционном веб-портале в категории «Инвестиционное предложение»	Информация о бизнес-проектах и пилотных проектах	2021-2023	Минпромторг ДНР Минэкономразвития ДНР	Заинтересованность и привлечение инвесторов
<b>5 Создание условий, способствующих улучшению обеспечения легкой промышленности сырьевыми ресурсами</b>					
4.1.	Разработка предложений по регулированию таможенных тарифов при проведении экспортно – импортных операций по сырьевым ресурсам и вспомогательным материалам для легкой промышленности.	Предложения по сырьевым ресурсам во временном положении о таможенном тарифе Донецкой Народной Республики, утвержденное Постановлением Совета Министров №19-29 от 16.10.2015, с изменениями	2021 -2023	Минпромторг ДНР	Обеспечит экономический рост, устойчивое и эффективное развитие легкой промышленности

№ пп	Содержание мероприятия	Вид документа	Срок исполнения	Ответственные исполнители	Ожидаемый результат
4.2.	Проведение анализа об эффективности меры господдержки по обнулению пошлин на ввозимое сырье влияния субсидирования закупок сырья по итогам работы отрасли в 2020 году и подготовка предложений на 2021-2025 годы.	Аналитический материал об эффективности данной меры господдержки, предложение о ее продлении на 2021-2025 гг.	2021	Минпромторг ДНР	Позволит определить эффективность меры господдержки для предприятий легкой промышленности, необходимости ее продления или аннулирования
4.3.	Предложения по развитию предприятий по производству сырья (синтепона, синтепуха, хб ткани, акриловой пряжи и др.)	Предложения по развитию предприятий	2021	Предприятия легкой промышленности Городские, районные, районные в городах администрации Минпромторг ДНР	Развитие собственной сырьевой базы
<b>5. Защита внутреннего рынка от незаконного оборота товаров</b>					
5.1.	Разработка плана действий по защите внутреннего рынка от незаконного оборота товаров легкой промышленности путем пресечения каналов поступления на территорию Донецкой Народной Республики контрабандной продукции и осуществления мер по защите от контрафактной продукции. Совершенствование усиления таможенного контроля, совершенствование нормативно-правовой базы взимания налоговых платежей и пошлин при импорте продукции карго-перевозок	Проект плана комплексных действий по защите внутреннего оборота товаров легкой промышленности	2021-2023	Минпромторг ДНР	Обеспечит защищенность отечественного производителя от импорта, главным образом, от контрабандной и контрафактной продукции
<b>6. Стимулирование экспорта</b>					
6.1.	Разработка мероприятий для работы предприятий по схеме «переработка на таможенной территории»	Предложения в мероприятия, направленные на работу по давальческой схеме	I кв. 2021	Координационный совет руководителей предприятий легкой промышленности  Минпромторг ДНР	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Позволит минимизировать денежные ресурсы для финансирования оборотного капитала предприятий легкой промышленности.</li> <li>- освоить новые прогрессивные технологии, передаваемых заказчиком;</li> <li>- обеспечить максимальную загрузку производственных мощностей и, как следствие, сохранение производственного и</li> </ul>

№ пп	Содержание мероприятия	Вид документа	Срок исполнения	Ответственные исполнители	Ожидаемый результат
6.2.	Размещение информации о предприятиях на сайте экспортный потенциал ДНР	Предложения на сайт экспортный потенциал	2021	Предприятия легкой промышленности Минпромторг ДНР	Кадрового потенциала предприятия. Кроме того, эффект масштаба производства ведет к снижению величины удельных (на единицу продукции) условно-постоянных затрат, а значит, к повышению конкурентоспособности собственной продукции; - уменьшит расходы на сбыт продукции, рекламу и поиск рынков сбыта. Выход на внешние рынки сбыта продукции
<b>7. Развитие трудовых ресурсов, стимулирующие меры по сохранению кадров, привлечению рабочих и молодых специалистов</b>					
7.1.	Осуществление мониторинга потребности отрасли в кадрах в профессионально-квалификационном разрезе, оценка количества высвобождаемых и привлекаемых работников с учетом реализации новых пилотных проектов предприятий	Аналитическая записка	2021-2023	Минпромторг ДНР	Определение потребности кадров для легкой промышленности
7.2.	Разработка предложений по квалификационным требованиям (профессиональным стандартам) к производственному персоналу легкой промышленности в соответствии с требованиями работодателей;	Предложения по квалификационным требованиям к производственному персоналу легкой промышленности	2021-2023	Координационный совет руководителей предприятий легкой промышленности Минпромторг ДНР Министерство образования и науки ДНР Министерство труда и социальной политики ДНР	Сокращение дефицита в высококвалифицированных специалистах (маркетологах, менеджерах, управленческих кадрах и др., способных умело вести производство и бизнес в условиях открытого рынка) и профессиональных рабочих по всем основным технологическим переделам
7.3.	Разработка мер по подготовке кадров для легкой промышленности во взаимодействии образовательных организациях с предприятиями легкой	Меры по подготовке кадров для легкой промышленности.	2021-2023	Министерство образования и науки Координационный	Создание новых рабочих мест. сокращение до минимума дефицита в высококвалифицированных специалистах, повышение жизненного уровня, социальной

№ пп	Содержание мероприятия	Вид документа	Срок исполнения	Ответственные исполнители	Ожидаемый результат
	промышленности			совет руководителей предприятий легкой промышленности Минпромторг ДНР	защищенности, работников отрасли
7.4.	Создание условий для повышения престижа труда в отрасли	Предложения по повышению престижа труда в легкой промышленности	2021-2023 гг	Министерство образования и науки Координационный совет руководителей предприятий легкой промышленности Минпромторг ДНР	Создание новых рабочих мест. Сокращение до минимума дефицита в высококвалифицированных специалистах, повышение жизненного уровня, социальной защищенности, работников отрасли
7.5.	Разработка и реализация мер по подготовке рабочих профессий для предприятий легкой промышленности и переподготовке лиц, ищущих работу с целью их профессиональной переориентации	Меры по развитию трудовой мобильности высвобождаемых работников	2021-2023 гг	Республиканский центр занятости ДНР Министерство труда и социальной политики ДНР Координационный совет руководителей предприятий легкой промышленности Минпромторг ДНР	Сокращение дефицита высококвалифицированных специалистов, повышение жизненного уровня, социальной защищенности, работников отрасли

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

**Потребность исполнительных органов власти ДНР и их подведомственных учреждений  
в товарах легкой промышленности на 2021-2023 годы**

№ п/п	Наименование продукции по основным группам товаров	2021		2022		2023		2021-2023		Заказчики
		тыс. шт.	млн. руб.	тыс. шт.	млн. руб.	тыс. шт.	млн. руб.	тыс. шт.	млн. руб.	
1	Форменная одежда для министерств, ведомств, учреждений	16,0	68,0	16,6	70,0	18,6	80,0	51,2	218,0	Подразделения МЧС ДНР, управления МВД ДНР, подведомственные учреждения Минобрнауки ДНР, Минюст ДНР, МДС ДНР.
2	Спецодежда для медицинских учреждений	45,8	16,0	45,8	16,0	63,0	22,0	200,4	54,0	Подведомственные учреждения (организации) МЗ ДНР.
3	Костюмы производственные и профессиональные	4,4	3,9	3,4	3,0	2,3	2,0	10,1	8,9	Подведомственные учреждения (организации) Минобрнауки ДНР.
4	Домашний текстиль (белье постельное)	12,1	8,8	12,1	8,8	11,0	8,0	35,2	25,6	Подведомственные учреждения (организации) МЗ ДНР, Минтруд ДНР, Минобрнауки ДНР,
5	Трикотаж нательный (в т.ч. бельевой трикотажа)	16,1	5,0	16,1	5,0	14,5	4,5	46,7	14,5	Подведомственные учреждения (организации) Минобрнауки ДНР, Минтруд ДНР
6	Рубашки мужские	16,3	13,0	16,5	14,1	19,9	15,9	52,7	33,0	Подразделения МЧС ДНР, управления МВД ДНР, подведомственные учреждения Минобрнауки ДНР, Минюст ДНР, МДС ДНР.
	<b>ИТОГО</b>		<b>114,7</b>		<b>116,9</b>		<b>132,4</b>		<b>368,5</b>	

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Информация о целевых показателях Стратегии развития легкой промышленности в ДНР в 2021 – 2023 гг.

№ п/п	Наименование подотрасли	Основные мероприятия Программы	Освоение новых видов продукции	Рост объёмов пр-ва, млн. руб.	Рост объёмов пр-ва, %	Увеличение рабочих мест, чел.	Планируемая величина средней з/платы, рос. руб.
1	Швейно-трикотажная	Предоставление преференций предприятиям легкой промышленности в закупках за бюджетные средства	Ведомственная форма в ассортименте, спецодежда для медицинских учреждений, маска медицинская	69,20	в 2,1 р.б.	111	20 000
		Предоставление преференций предприятиям легкой промышленности в закупках за собственные средства	Рабочая одежда в ассортименте	103,20	в 2,4 р.б.	350	20 000
		Расширение ассортимента продукции для внутреннего потребительского рынка	Школьная форма, верхняя одежда, одежда для сна, рубашки мужские	251,40	в 2,9 р.б.	368	20 000
<b>ВСЕГО по подотрасли:</b>			<b>423,8</b>		<b>829</b>	<b>20 000</b>	



Продолжение приложения Д

№ п/п	Наименование подотрасли	Основные мероприятия Программы	Освоение новых видов продукции	Рост объёмов пр-ва, млн. руб.	Рост объёмов пр-ва, %	Увеличение рабочих мест, чел.	Планируемая величина средней з/платы, рос. руб.
2	Текстильная	Увеличение объёмов производства на текстильных предприятиях ЧАО «Золотое руно-Донецк»,	Ассортимент акриловой пряжи	21,3	в 3 р.б.	41	25 000
		ООО «Вормтекс»	Синтепон, полотно термостежка	2,2	в 6,9 р.б.	5	20 000
		Возобновление хозяйственной деятельности предприятия по производству хлопчатобумажных тканей на ООО "ПО ТК -Донбасс"***	Ассортимент хлопчатобумажных тканей	10,0	40,0 %	200	15 000
		Запуск цеха по производству трикотажного полотна на ООО "Трансстрой"***	Трикотажное полотно	72,4	25,0 %	10	20 000
<b>ВСЕГО по подотрасли:</b>				<b>105,9</b>		<b>256</b>	<b>20 000</b>

Продолжение приложения Д

№ п/п	Наименование подотрасли	Основные мероприятия Программы	Освоение новых видов продукции	Рост объёмов пр-ва, млн. руб.	Рост объёмов пр-ва, %	Увеличение рабочих мест, чел.	Планируемая величина средней з/платы, рос. руб.
3	Кожевенно-обувная	Возобновление хозяйственной деятельности предприятия ЧП "ЛИНА" по производству кожаного полуфабриката «вет-блю»**	Кожевенный полуфабрикат «вет-блю»	204,00	80,0 %	40	20 000
		Запуск цеха по пошиву уставной (ведомственной и рабочей обуви) на ООО "Трансстрой"	Уставная, гражданская и рабочая обувь	75,4	75,0%	55	19 000,0
		Увеличение ассортимента обуви и аксессуаров для потребительского рынка.	Обувь для детей	20,5	25,0%	35	19 000,0
		<b>ВСЕГО по подотрасли:</b>		<b>299,9</b>		<b>130</b>	<b>19 000,0</b>
		<b>Итого по отрасли</b>		<b>829,6</b>	<b>в 4,8 р.б.</b>	<b>1215</b>	

\*\* - в настоящее время предприятия не осуществляют хозяйственную деятельность

\*\*\* - в настоящее время ООО "Трансстрой" не производит трикотажное полотно и трикотажные изделия

ПРИЛОЖЕНИЕ Е

Результаты среднесрочного прогнозирования по отрасли легкой промышленности

Показатель, млн. руб	Базовый 2019 г.	2020г.	Отклонение (+)	% роста	Прогнозный период 2023											
					Вариант 1	Отклонение (+)	% роста	Вариант 2	Отклонение (+)	% роста	Вариант 3	Отклонение (+)	% роста	Вариант 4	Отклонение (+)	% роста
Объем реализации, млн. руб	226,6	244,1	17,5	107,7	829,6	603,0	366	952,3	725,7	420	1042,9	816,3	480	1039,5	812,9	
Доля на внутреннем рынке, %	9,1	9,6	0,5	107,6	45,0	35,9	468	62,7	52,9	53,6	69,8	60,7	667	66,2	57,1	620
Период достижения, лет		25,2			4,2			3,4			2,4			2,3		

ПРИЛОЖЕНИЕ Ж

Информация об эффекте локализации производства по изготовлению средств индивидуальной защиты

№	Показатели	единица измерения	ООО "Олфарм -Восток"				Швейные предприятия (15 предприятий)*	
			Основное производство	Производство с учетом перепрофилирования (основное+перепрофилирование на пр-во СИЗ)*	Темп роста, %	Основное производство	Производство с учетом перепрофилирования (основное+перепрофилирование на пр-во СИЗ)**	Темп роста, %
1	Уровень загрузки производственных мощностей	%	50,0	90,0	180,0	38,9	57,7	148,3
2	Объём производства продукции	тыс. руб.	1 011,1	5 007,4	495,2	49 396,8	91 544,5	185,3
3	Количество работников	чел.	3	5	166,7	276	305	110,5
4	Среднемесячная заработная плата	руб.	8 963,0	11 974,0	133,6	6 913,0	8 295,0	120,0
5	Поступление налогов в бюджет Республики	тыс. руб.	24,6	53,0	215,4	3 209,8	5 085,6	158,4

\* **15 Швейных предприятий** – ООО «Лемуа», ООО «Профдежда», ООО «Скифтекс», ООО «Спецодежда и униформа», ООО «Стиль», ООО «Гвинтекс», ООО «Транстрой», ПАО «Снежнянская швейная фабрика «Снежинка», ООО «Украинский текстиль», ООО «Швейторг», ООО «Шахтерская швейная фабрика», ЧП «Филтекс 777», ООО «Шахтерская швейно-трикотажная фабрика», ФЛП «Зубов», ФЛП «Спеваков»

ПРИЛОЖЕНИЕ И

Методика разработки стратегии отрасли легкой промышленности

