

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 ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

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

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Донецк – 2021

Работа выполнена в Государственной образовательной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г.Донецк

Научный руководитель: доктор экономических наук, профессор
Малыгина Валентина Дмитриевна

Официальные соопоненты: **Петенко Ирина Валентиновна**
доктор экономических наук, профессор,
Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет», профессор кафедры маркетинга и логистики

Герцик Вера Анатольевна
кандидат экономических наук, доцент,
Государственное образовательное учреждение высшего образования Луганской Народной Республики «Луганский государственный университет имени Владимира Даля», доцент кафедры маркетинга

Ведущая организация: Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «**Донбасская национальная академия строительства и архитектуры**»

Защита состоится «15» июня 2021 года в 12.00 на заседании диссертационного совета Д 01.004.01 при ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики по адресу: 83050, г. Донецк, ул. Щорса, 31, ауд. 1222, тел: +38(062) 337-41-57, e-mail: dissovet@donnuet.education.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики по адресу: 83017, г. Донецк, б. Шевченко, 30 (<http://library.donnuet.education>).

Автореферат разослан «___» _____ 2021 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета Д 01.004.01
д.э.н., доцент



А.Н. Германчук

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

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 этим 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. Наговицина, 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 и задачи 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.

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 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 развития 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.)

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.

Положения, выносимые на защиту. 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. 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.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обоснованы актуальность темы, научная новизна и практическое значение работы, определены цель и задачи исследования.

В первом разделе «**Теоретические основы и эмпирический базис развития межотраслевой и отраслевой кооперации**» рассмотрены теоретические аспекты и понятийный аппарат при изучении проблематики межотраслевой и отраслевой кооперации и интеграционных процессов; проанализированы исторический опыт и современные подходы к межотраслевой и отраслевой кооперации; систематизированы маркетинговые активы и определены их роль в стратегии развития межотраслевой и отраслевой кооперации.

Изучение теоретических основ и эмпирического базиса развития межотраслевой и отраслевой кооперации выявило значительный интерес к данной проблеме, однако вопросам привлечения маркетинговых активов и их роли в развитии межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере легкой промышленности внимания уделено недостаточно. В большей степени изучены общие вопросы кооперации и основные подходы к ее пониманию кооперации (рис. 1), развития кооперации в России с авторским подходом в выделении этапов развития (рис. 2).

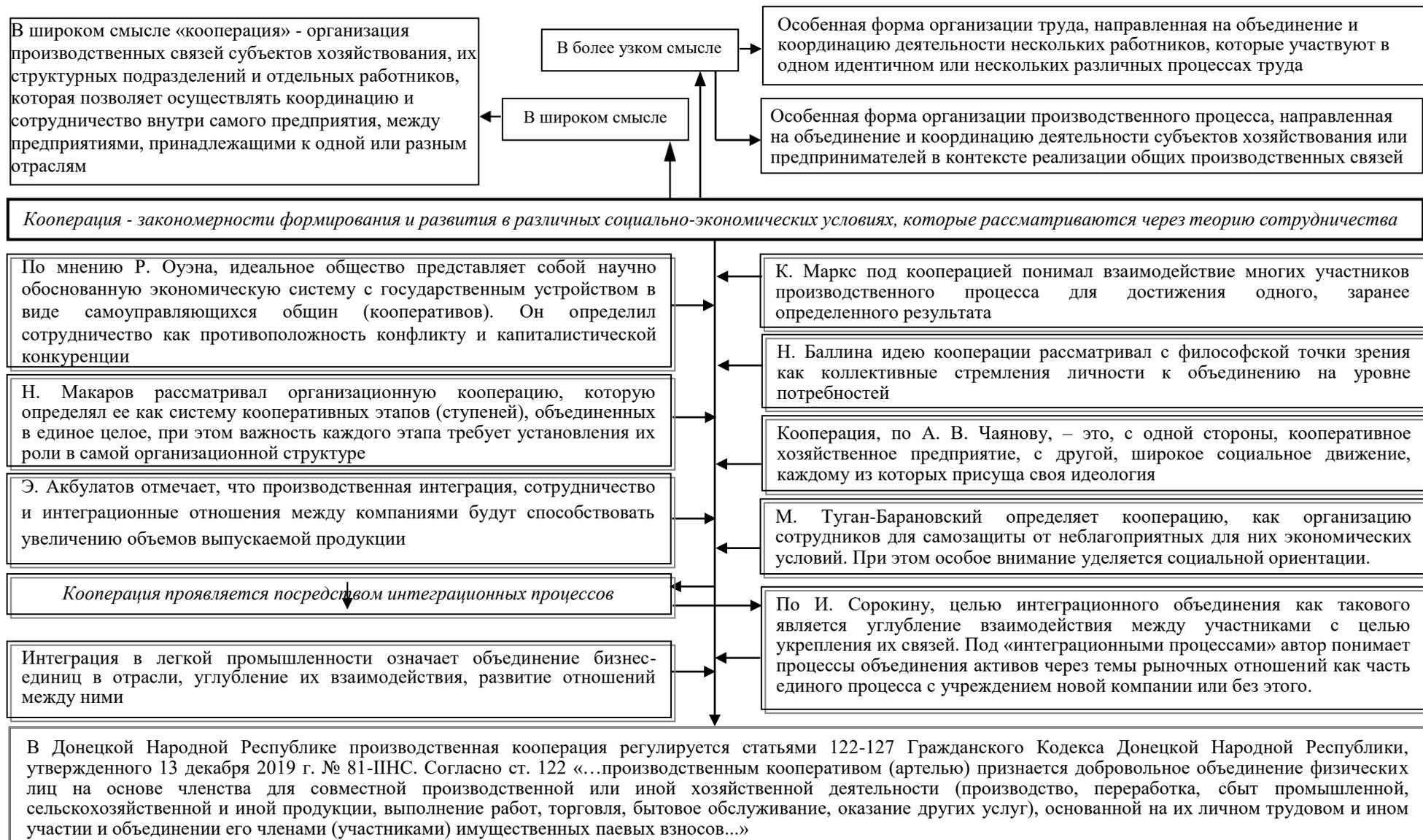


Рисунок 1 - Основные подходы к пониманию кооперации

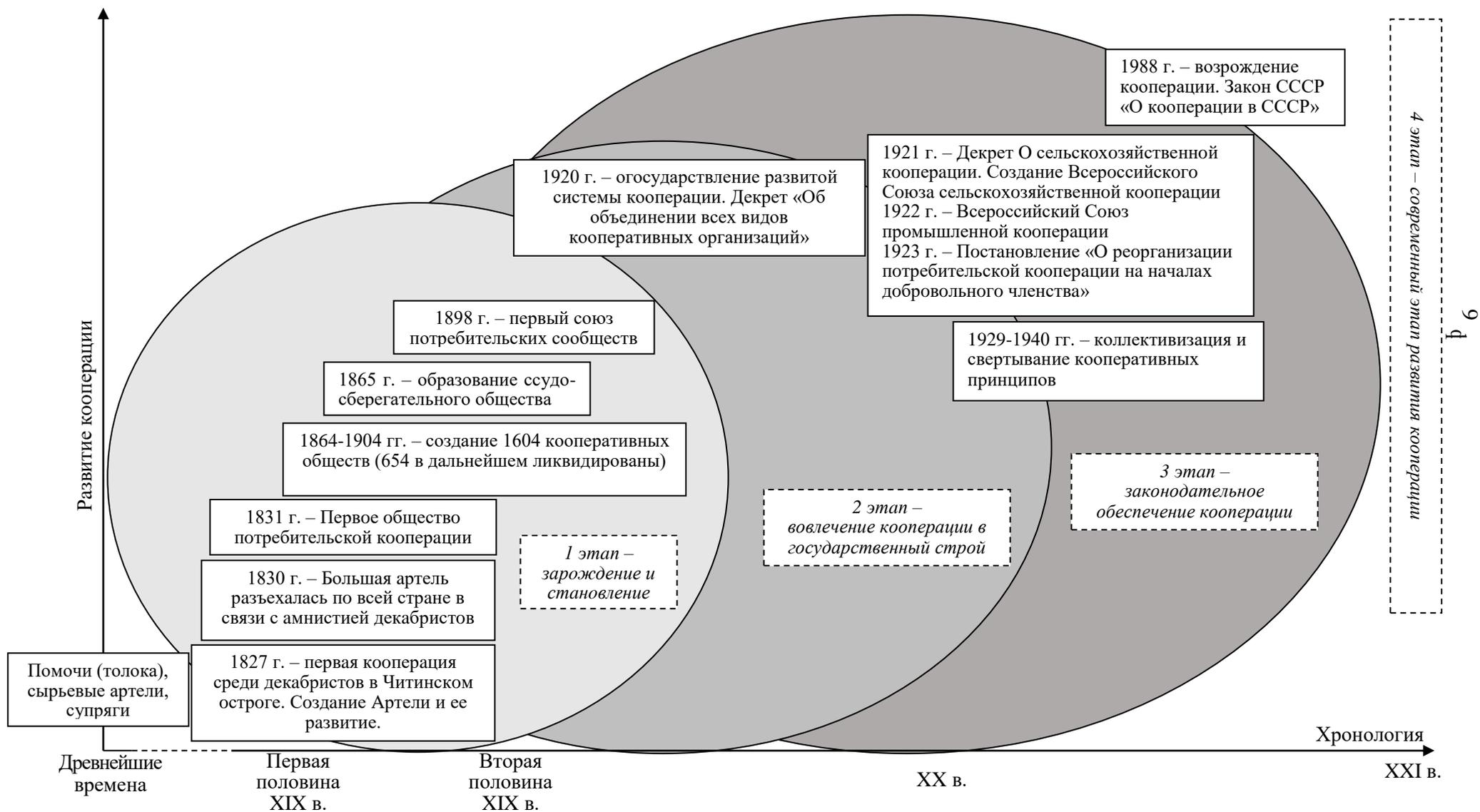


Рисунок 2 – Развитие кооперации в России

В настоящее время вектор движения и развития кооперации ориентирован на правовое сопровождение вопросов повышения эффективности хозяйственной деятельности предприятий и развития новых направлений деятельности. При этом основной акцент делается на цели обеспечения сохранения и развития системы потребительской кооперации в долгосрочной перспективе; защиту интересов организаций потребительской кооперации в рамках существующего законодательства; создание благоприятных условий для вовлечения организаций в решение государственных задач в сфере импортозамещения; вовлечение организаций потребительской кооперации в реализацию проектов с государственным участием, в том числе в госзаказе, получение государственной поддержки в рамках социальных проектов, осуществляемых кооперативными организациями; обеспечение безопасности потребительского рынка.

Любое предприятие, действующее в рыночных условиях, преследует цель повышения конкурентоспособности продукции, при этом даже имеющие необходимый технологический потенциал и способные производить качественные продукты компании зачастую не в состоянии эффективно действовать на рынке, что связано с недостаточным вниманием к маркетингу, неумением использовать свои маркетинговые активы.

При завоевании рынков и обеспечении стабильных конкурентных преимуществ, для улучшения имиджа компании и привлечения инвесторов в рамках используемых маркетинговых стратегий базовым инструментом развития легкой промышленности выступают маркетинговые активы компании или предприятия. Это, прежде всего, знание рынка, торговые марки, лояльность потребителей и стратегические отношения с партнерами в каналах распределения. Эти четыре вида маркетинговых активов относительно сферы легкой промышленности дополнены в рамках изучаемой проблемы использованием их в развитии межотраслевой и отраслевой кооперации (рис. 3). Фактически каждая компания разнообразными свойствами, видами и особенностями своей маркетинговой деятельности может превратить в маркетинговые активы (относятся к нематериальным), например: методы мониторинга рынка; результаты маркетинговых исследований; ноу-хау в маркетинговых технологиях; наличие прочной репутации компании и квалифицированного персонала, долговременных связей с покупателями; клиентская база; бренды.

С осознанием роли маркетинга в повышении прибыльности и стоимости предприятия, ростом значимости для организации маркетинговых объектов (торговые марки или бренды), лояльности потребителей и необходимости внедрения концепции маркетинга в совершенствовании управления организацией, все в большей степени проявляется тенденцией актуализации маркетинговых активов в различных сферах экономики.



Рисунок 3 – Маркетинговые активы в легкой промышленности Донецкой Народной Республики

Все существующие и применяемые в любой сфере ресурсы (активы), в том числе в легкой промышленности, контролируемые предприятиями, направлены на получение экономической выгоды, и, в случае разработки и внедрения на предприятиях эффективной маркетинговой стратегии, ведущая роль принадлежит маркетинговым активам. Для большинства предприятий легкой промышленности, которые, как правило, не учитывают маркетинговые активы в результатах своей деятельности, крайне важна именно их идентификация. Грамотное планомерное использование существующих и создание новых маркетинговых активов при государственной поддержке развития этих процессов позволит существенно повысить конкурентоспособность и увеличить прибыльность предприятия.

Во втором разделе **«Состояние и основные направления развития сферы легкой промышленности в Донецкой Народной Республике»** проанализировано современное состояние этой отрасли в ДНР; обоснована необходимость маркетингового стратегирования в условиях межотраслевой и отраслевой кооперации; изучена кооперация как фактор развития инновационной активности легкой промышленности.

Изученный зарубежный опыт, опыт Российской Федерации в области развития предприятий легкой промышленности показывает, что эта отрасль входит в состав ведущих в мире отраслей, на ее долю приходится 5,7 % общего промышленного производства и более 14 % занятых в производстве. По данным статистики, общий объем рынка готовой продукции предприятий легкой промышленности Донецкой Народной Республики имеет положительную динамику, и на начало 2021 г. реализация товаров легкой промышленности отечественных товаропроизводителей составила на внутреннем рынке 94%, доля экспорта – 14,56%. Импортируемая готовая продукция превышает объем, произведенный отечественными товаропроизводителями, в 8 раз.

Проведенный анализ позволил определить значительное место и роль в структуре экономики Донецкой Народной Республики легкой промышленности и установить положительную динамику её развития. Реализация товаров легкой промышленности отечественных товаропроизводителей составляет ежегодно на внутреннем рынке примерно 94% (200-250 млн. руб.), а доля экспорта – 6% (около 15 млн. руб.). Структура импорта готовой продукции составила: из текстильных материалов – 975,9 млн. руб.; готовая продукция из кожи и меха – 120,1 млн. руб.; чулочно-носочные изделия – 591,3 млн. руб.; 78 млн. руб. приходится на другие изделия (головные уборы, зонты) (табл. 1, рис. 4).

Прирост импорта готовой продукции в 2019 г. по сравнению с предыдущим годом составляет 34,1%, что говорит о вытеснении импортерами с рынка товаров легкой промышленности отечественного производителя.

Основным преимуществом импортного товара является не только его цена, но и сколько способность крупных иностранных производителей обеспечить более широкую номенклатуру продукции, с предложением современных моделей.

Таблица 1 – Производство основных видов продукции лёгкой промышленности

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

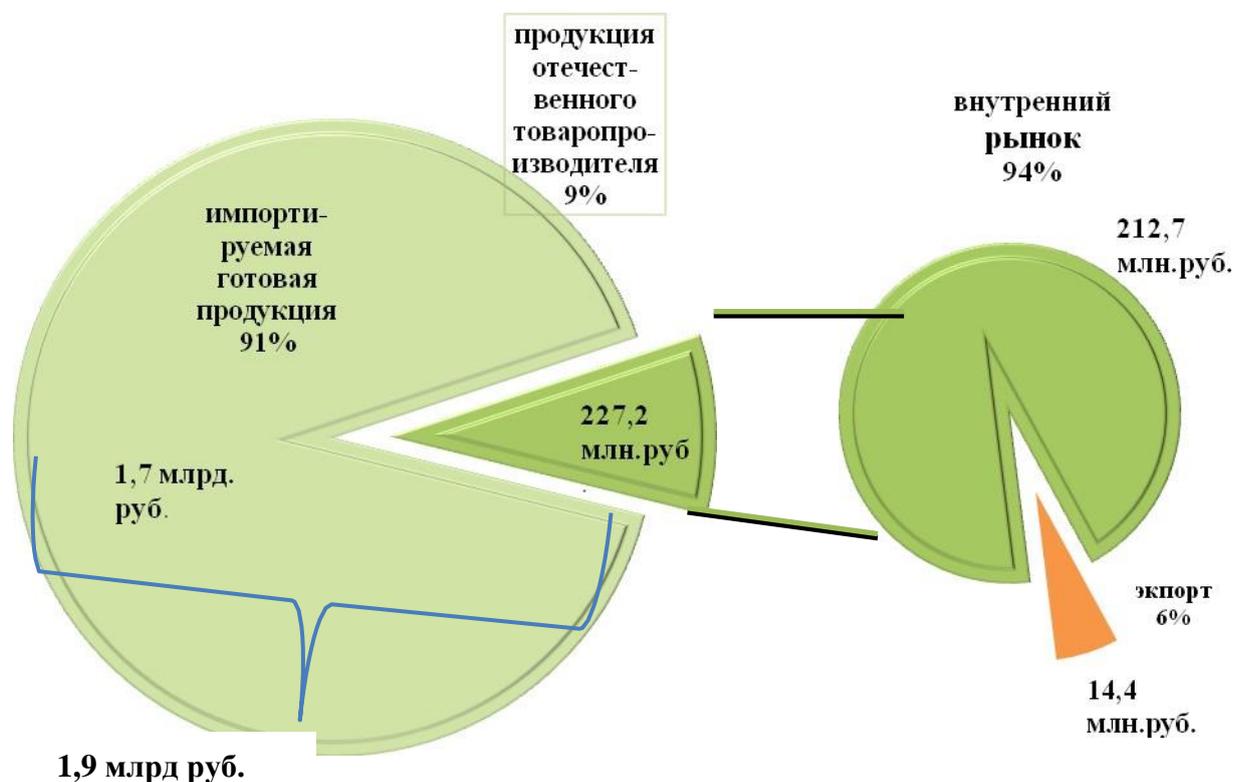


Рисунок 4 – Структура рынка продукции легкой промышленности ДНР

Проведенный анализ импортируемой продукция легкой промышленности за 2019-2020 гг. показал примерные объемы поставок (рис. 5) и основных поставщиков продукции в ДНР, где следует отметить предприятия Российской Федерации, Китая, ЛНР, Беларусь, Турции.



Рисунок 5 – Импортируемая продукция легкой промышленности
(данные за 2019-2020 гг.).

Согласно данным статистики и информационно-аналитических агентств, основная доля объемов реализации продукции легкой промышленности внутреннего рынка в размере почти 65% составляют закупки за бюджетные и собственные средства предприятий. В основном это продукция отечественных товаропроизводителей (униформа для структур и ведомств, спецодежда для промышленных предприятий, медицинских учреждений, АЗС и т. д.).

В диссертационной работе изучены структурные особенности предприятий сферы легкой промышленности ДНР, проведен мониторинг, проанализировано их современное состояние и охарактеризована динамика развития, что позволило констатировать актуальность использования маркетинговых активов в межотраслевой и отраслевой кооперации.

Глубокое изучение проблематики кооперации в сфере легкой промышленности дало возможность выявить причины неразвитости кооперации (рис. 6), сформировать структуру рисков предприятий легкой промышленности ДНР (рис. 7) и предложить меры по их минимизации.

Проведенная структуризация состояния кооперации в сфере легкой промышленности ДНР выявила ряд инфраструктурных, производственных, организационно-управленческих, информационных, технологических и кадровых причин её недостаточной развитости. В работе отмечено, что эффективные конкурентные позиции легкой промышленности Республики могут быть обеспечены за счет развития производственной кооперации, стимулирующей мобилизацию внутренних резервов, максимального использования имеющегося производственного и кадрового потенциала. Исходя из анализа международного опыта государственного стимулирования производственной кооперации, предложены меры государственной политики в сфере содействия производственной кооперации, главными из которых являются создание правовых рамок для реализации производственной кооперации, в том числе механизмов разрешения споров; устранение барьеров, препятствующих развитию кооперации; информационная и организационная поддержка предприятий в поиске партнеров по бизнесу, проведение выставок, конференций; обеспечение доступа к информации и

расширение возможностей участия предприятий легкой промышленности всех форм собственности в госзакупках.

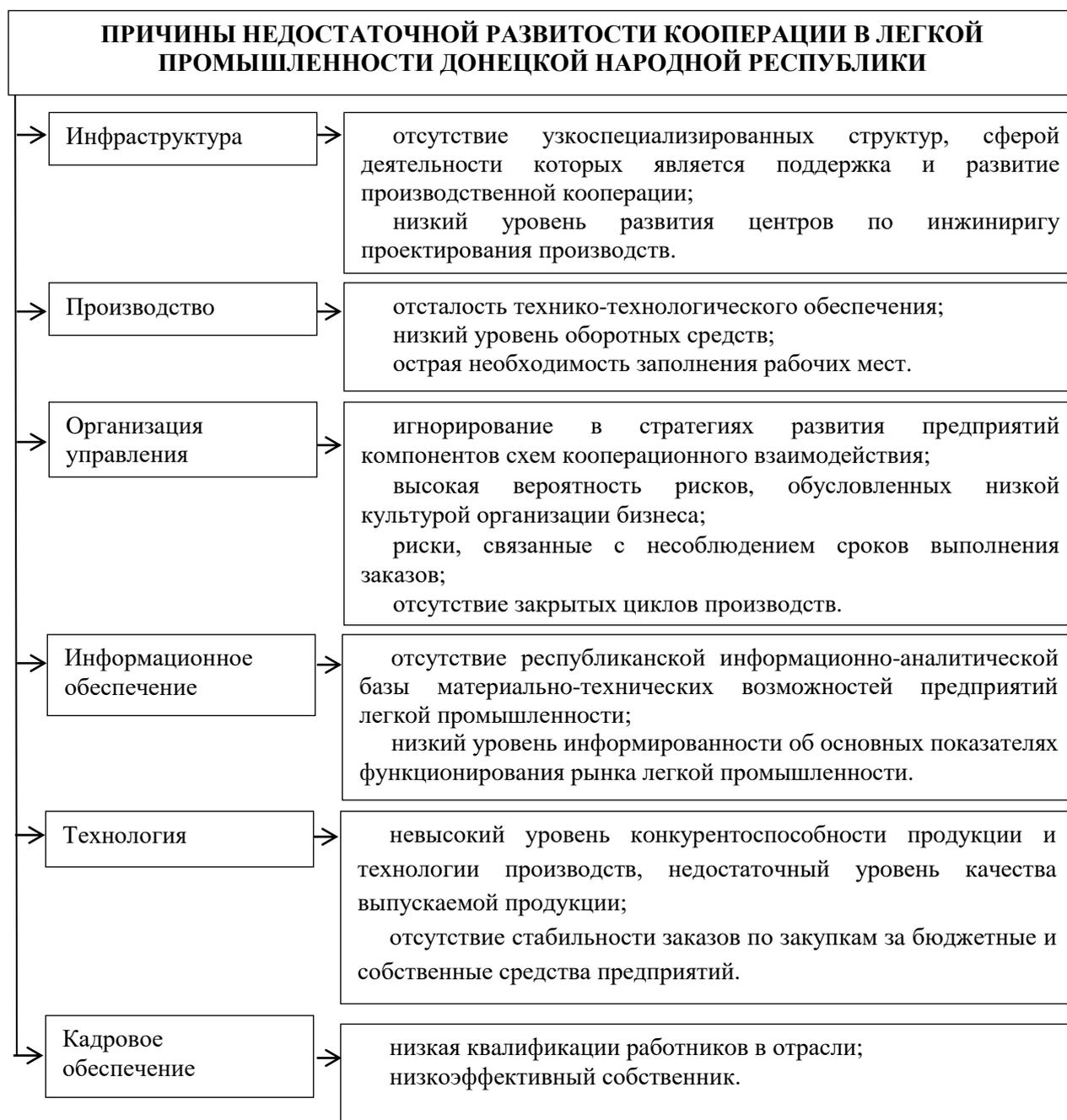


Рисунок 6 – Причины недостаточной развитости кооперации в легкой промышленности ДНР

В работе акцентировано, что ни одна отрасль промышленности не может избежать возникновения проблем в производстве. Не исключением является сфера легкой промышленности ДНР. Возникновение рисков можно объяснить недостаточной развитостью кооперации в этой сфере в Республике.

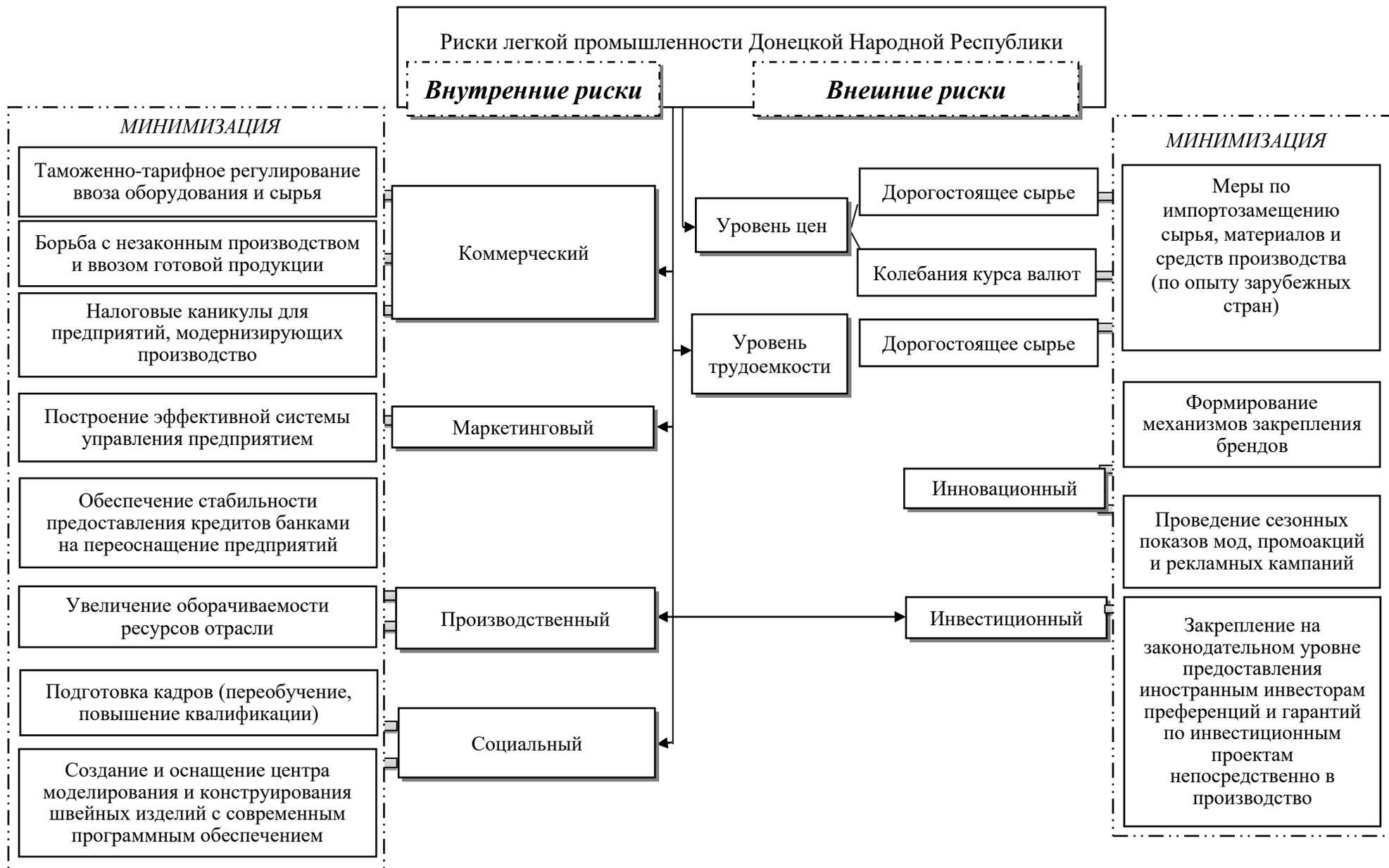


Рисунок 7 – Структура рисков легкой промышленности ДНР и мер, направленных на их минимизацию

На примере производства швейных изделий представлены схемы отраслевой и межотраслевой кооперации предприятий легкой промышленности Донецкой Народной Республики (рис. 8).

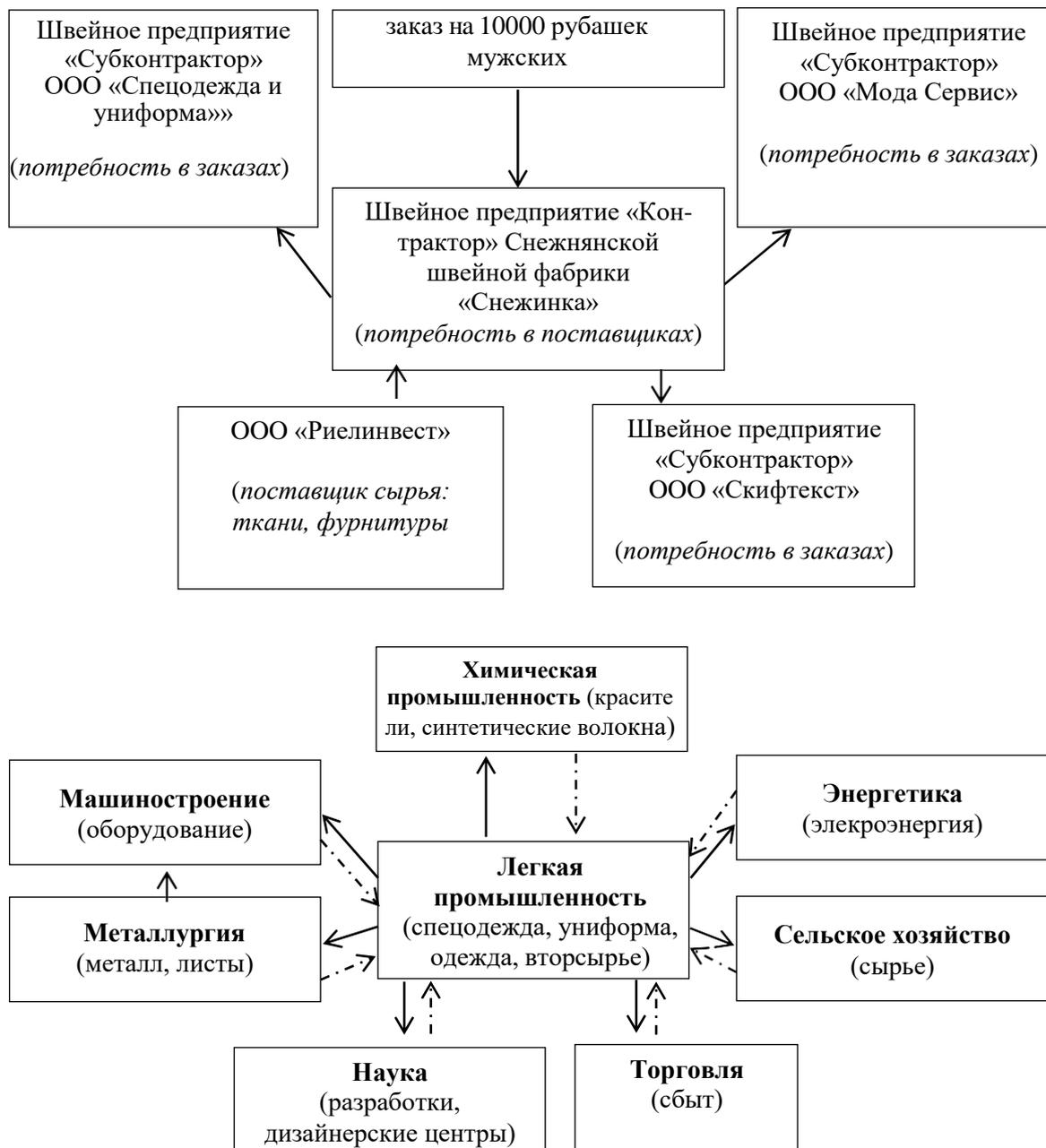


Рисунок 8 – Схемы отраслевой и межотраслевой кооперации предприятий легкой промышленности ДНР (на примере производства швейных изделий)

Исследование показало, что важным условием эффективного производства является кооперативно-интеграционное переустройство на предприятиях легкой промышленности. При апробировании кооперативно-интеграционного переустройства на этих объектах на разных уровнях хозяйствования среди основных проблем, сферы легкой промышленности

выделены следующие: техническая и технологическая; изношенность основных фондов; отсутствие оборотных средств у большинства предприятий для закупки сырья, исходных и сопутствующих материалов и комплектующих; отсталость в области управления; отсутствие доступа к заемным денежным средствам; неконкурентный уровень цен отечественной швейной продукции; низкая заработная плата в отрасли, т.е. социальная незащищенность ее работников; недостаток профессиональных кадров; низкая инновационная активность предприятий отрасли.

В третьем разделе **«Практика реализации стратегического управления предприятиями легкой промышленности на основе маркетинга»** обосновано формирование маркетинговых активов с целью повышения эффективности развития межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере легкой промышленности; разработана модель развития легкой промышленности в Донецкой Народной Республике «Стратегия-2023» и приведены результаты апробации предложенного комплекса мероприятий; представлена модель стратегического управления и прогнозирование развития предприятий легкой промышленности ДНР.

Изученные нормативно-правовые документы в области развития межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере легкой промышленности и документы стратегического развития отрасли позволили установить, что в ДНР существует концепция среднесрочной стратегии развития легкой промышленности, направления её реализации и приводятся ожидаемые результаты от выполнения разработанных мероприятий.

Основными стратегическими направлениями развития отрасли являются: меры государственной поддержки; усовершенствование структуры производства; формирование внутреннего рынка потребления, развитие внутриреспубликанской производственной кооперации; развитие подотраслей легкой промышленности; повышение конкурентоспособности и усовершенствование маркетинговой работы; совершенствование кадровой работы; создание и развитие предприятий малого бизнеса; насыщение рынка высококачественными конкурентоспособными товарами отечественного производства; совершенствование организационно-экономической инфраструктуры функционирования предприятий легкой промышленности; формирование внутреннего рынка потребления; обеспечение защиты внутреннего рынка от недобросовестной конкуренции и низкокачественной продукции импортного производства; решение задач кадрового обеспечения исходя из необходимости постоянного обновления, подготовки, переподготовки кадров; выход на внешние рынки, завоевание отечественными производителями репутации производителей качественной продукции легкой промышленности.

Стратегические ориентиры развития легкой промышленности Донецкой Народной Республики приведены на рис. 9.



Рисунок 9 – Стратегические ориентиры легкой промышленности ДНР

В диссертационной работе разработана модель жизнеспособной системы использования при реализации стратегии 2023 г. в ДНР (на основе модели С. Бира (Viable System Model, VSM) (рисунок 10).

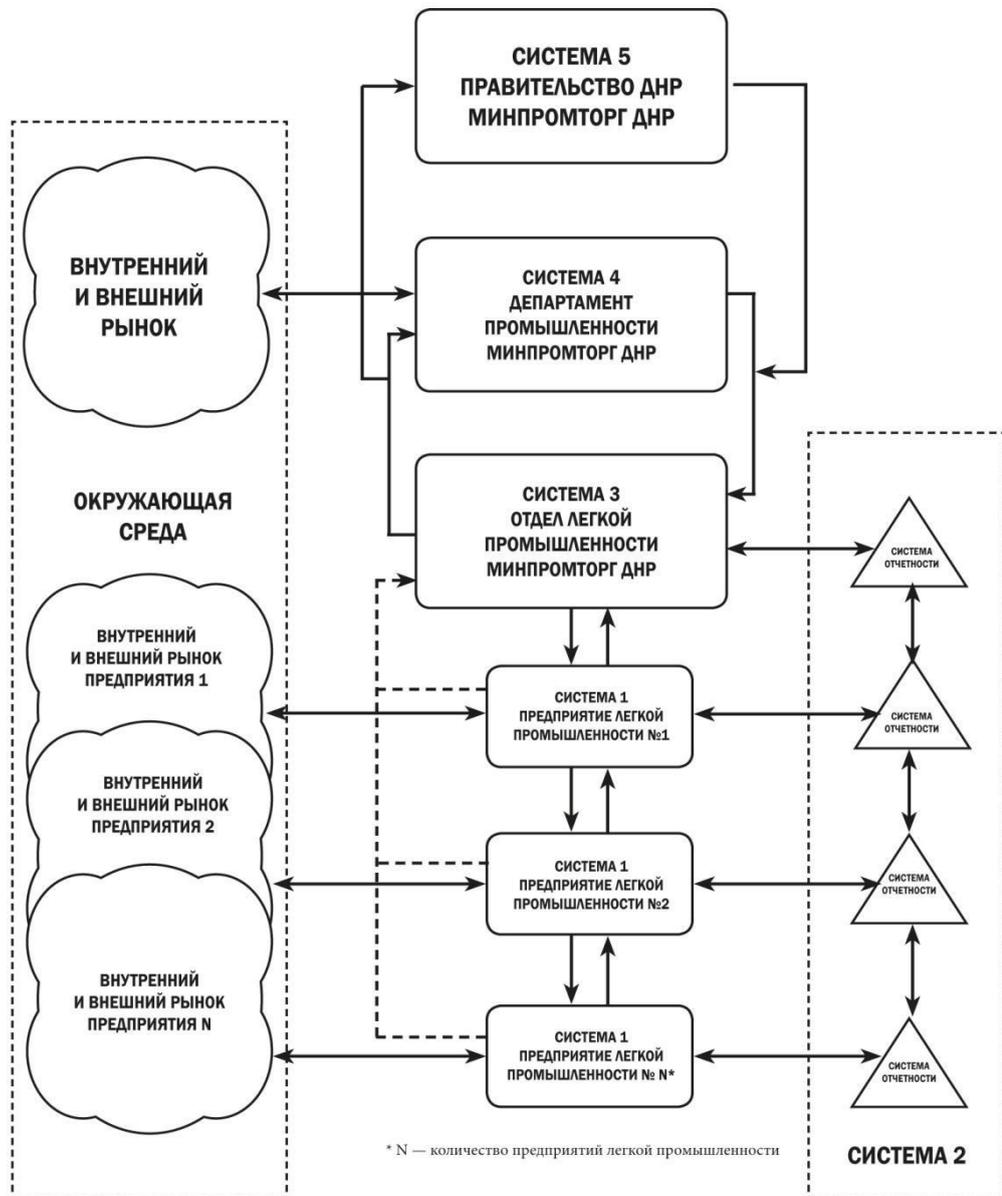


Рисунок 10 – Модель жизнеспособной системы (Viable System Model, VSM) С. Бира, адаптированная для использования при реализации «Стратегии 2023» в Донецкой Народной Республике

Важным фактором успешного развития легкой промышленности является управление кооперацией, эффективность которого зависит от ряда причин: возможности и угрозы, сильные и слабые стороны, и с этой целью в работе проведен SWOT-анализ предприятий легкой промышленности и выделены факторы, оказывающие негативное воздействие на легкую промышленность, а именно: недостаточность оборотных средств; низкая культура платежей потребителей; конкурирующий импорт; низкий

платежеспособный спрос; нехватка сырьевых ресурсов (их дороговизна вследствие блокады); нехватка оборудования; низкие экспортные возможности; недостаток квалифицированных кадров.

Легкая промышленность, по свидетельству мировой и отечественной практики, является одной из социально значимых отраслей экономики, поэтому от успешного ее развития во многом зависит повышение уровня и качества жизни населения.

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 легкой 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 РАБОТ, ОПУБЛИКОВАННЫХ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Монографии

1. 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.

Статьи в рецензируемых научных изданиях

2. 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.

3. 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.

Личный вклад: сформулированы концептуальные подходы к развитию межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере легкой промышленности.

4. 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.

Личный вклад: проведена статистическая обработка информационного массива относительно готовой продукции легкой промышленности во внутреннем и внешнем товарообороте.

5. 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.

6. 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. 92-99.

7. 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.

Личный вклад: сформулирован научно-теоретический подход к кооперативно-интеграционное переустройство на предприятиях легкой промышленности.

Труды апробационного характера

8. 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.

9. 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.

10. 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.

11. 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: ГОВПО «ДонНУЭТ»: Донецк, 2021.

12. 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.

АННОТАЦИЯ

Воронина Е.Л. Маркетинговые активы развития межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере легкой промышленности. – Рукопись.

Диссертация 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) – ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского». – Донецк, 2021.

Рассмотрены теоретические аспекты и понятийный аппарат при

изучении проблематики межотраслевой и отраслевой кооперации (сотрудничества) и интеграционных процессов; проанализированы исторический опыт и современные подходы к межотраслевой и отраслевой кооперации, структурировано развитие кооперации в научно-практической сфере, визуализирована эволюция кооперации за рубежом и в России. Выделен авторский подход в развитии кооперации. Систематизированы маркетинговые активы и их роль в стратегии развития межотраслевой и отраслевой кооперации. Проанализированы мировой опыт и современное состояние легкой промышленности ДНР с конкретизацией по швейно-трикотажной, текстильной, кожевенно-обувной подотраслям и рынку готовой продукции. Изучен экспортно-импортный баланс и риски, возникающие в легкой промышленности ДНР. Выделены причины недостаточной развитости кооперации в легкой промышленности ДНР. Представлены практические схемы коопераций предприятий легкой промышленности ДНР на примере производства швейных изделий. Выявлены преимущества внедрения кооперационно-интеграционных связей в легкой промышленности. Обоснована необходимость маркетингового стратегирования в условиях межотраслевой и отраслевой кооперации на примере конкретных предприятий из разных подотраслей легкой промышленности на основе анализа их экономических показателей. Кооперация изучена в качестве фактора развития инновационной активности легкой промышленности Донецкой Народной Республики. Обосновано формирование маркетинговых активов с целью повышения эффективности развития межотраслевой и отраслевой кооперации в сфере легкой промышленности; разработана модель развития легкой промышленности в Донецкой Народной Республике «Стратегия-2023» и изложены результаты апробации предложенного комплекса мероприятий. Сформирована модель стратегического управления и прогнозирования развития предприятий легкой промышленности Донецкой Народной Республики.

Ключевые слова: *маркетинговые активы, развитие, межотраслевая кооперация, отраслевая кооперация, лёгкая промышленность, стратегия, конкурентоспособность.*

ABSTRACT

Voronina E.L. Marketing assets for the development of cross-sectoral and sectoral cooperation in the light industry. - Manuscript.

The dissertation for the degree of candidate of economic sciences in the specialty 08.00.05 - Economics and management of the national economy (by branches of the field of activity, including: marketing) - State Higher Professional Education "Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky". - Donetsk, 2021.

The theoretical aspects and conceptual apparatus are considered in the study of the problems of intersectoral and industrial cooperation (cooperation) and integration processes; the historical experience and modern approaches to intersectoral and industrial cooperation are analyzed, the development of cooperation in the scientific

and practical sphere is structured, the evolution of cooperation abroad and in Russia is visualized. The author's approach to the development of cooperation is highlighted. Systematized marketing tools and their role in the development strategy of cross-sectoral and sectoral operations. The world experience and the current state of the light industry of the DPR are analyzed with concretization of the garment and knitwear, textile, leather and footwear subsectors and the finished product market. The export-import balance and risks developing in the light industry of the DPR have been studied. The reasons for the underdevelopment of cooperation in the light industry of the DPR are highlighted. Practical schemes of cooperation of light industry enterprises of the DPR are presented on the example of the production of garments. Revealed the introduction of cooperation and integration ties in the light industry. The necessity of marketing strategizing in the conditions of intersectoral and sectoral cooperation at specific enterprises from different subsectors of the light industry has been substantiated on the basis of an analysis of their economic indicators. Cooperation is studied as a factor in the development of innovative activity in the light industry of the Donetsk People's Republic. The formation of marketing assets is substantiated in order to increase the efficiency of the development of intersectoral and sectoral operations in the field of light industry; Economy of the light industry development model in the Donetsk People's Strategy "Strategy-2023" and the results of testing the proposed set of measures are presented. A model of strategic management and forecasting of the development of light industry enterprises of the Donetsk People's Republic has been formed.

Key words: marketing assets, development, intersectoral cooperation, industry cooperation, light industry, strategy, competitiveness.

Подписано в печать 13.04.2021. Формат 60x84/16.
Усл. печ. лист. 1,5. Тираж 100 экз. Заказ № 06-07.

Отпечатано ФЛП Кириенко С.Г.
Свидетельство о государственной регистрации физического лица-
предпринимателя № 40160 серия АА02 № 05.12.2014 г.
ДНР, 280314, г. Донецк, пр. Дзержинского, 55/105.
Тел.: +38(050)524-50-36