

**SCIENTIFIC ENQUIRY IN THE CONTEMPORARY WORLD:  
THEORETICAL BASICS AND INNOVATIVE APPROACH**

Research articles

Vol. 4. Economics

**B&M Publishing  
San Francisco, California, USA**

**B&M Publishing**  
**Research and Publishing Center «Colloquium»**

**SCIENTIFIC ENQUIRY IN THE CONTEMPORARY WORLD:  
THEORETICAL BASICS AND INNOVATIVE APPROACH**

*Science editor: A. Burkov*

Copyright © 2014  
by Research and Publishing Center  
«Colloquium»

ISBN-10:1941655033  
ISBN-13:978-1-941655-03-0

All rights reserved.

Published by B&M Publishing.

For permission to use material from this  
text, please contact the publisher at  
2076 -16th Ave., Suite A,  
San Francisco, California 94116,  
Tel (415) 682 2550

## CONTENTS

<i>Z. Aliyeva</i>	5
Analysis of implementation of the program of development of agriculture: regional aspect	
<i>A. Andrunik</i>	11
Determinants and prevention mechanisms opportunism of hired workers in social and industrial structures	
<i>A. Brusova &amp; M. Achylov</i>	19
Development of new approaches to the assessment of welfare	
<i>I. Vognich</i>	27
The legal support of the functioning of individual peasant farms	
<i>L. Gadjimouradova</i>	31
Problems revenues of municipal budgets	
<i>L. Gadjimouradova</i>	34
Problems of sustainable development of the agroindustrial complex of the region	
<i>T. Goshko</i>	37
Specifics of information business	
<i>Yu. Dvoretzkaya</i>	41
Questions optimization accounting and tax aspects of small business	
<i>O. Demchenko</i>	46
Main directions of state regulation of higher education as a factor of innovative development	
<i>O. Dlugopolskyi, Yu. Ivashchuk &amp; T. Dlugopolskyi</i>	51
Cultural guidelines and "institutional traps" of socio-economic systems	
<i>S. Zemlyakova</i>	55
The formation of the accounting policy of the organization in conditions of reorganization	
<i>E. Ivanina</i>	58
Targeted personnel management as a factor ensuring the performance quality of audit firms	
<i>L. Khoruzhy &amp; Y. Katkow</i>	61
Management account in concepts economical production	
<i>O. Kezhapkina</i>	65
Transnationalization of Russian oil-and-gas companies as a new stage of industry's development	
<i>A. Kozhevnikova &amp; I. Karamyan</i>	68
The formation of directions of development of regional educational services	
<i>D. Kochetova</i>	71
Theoretical view on the main subjects of institutional innovations	
<i>E. Lapshina</i>	74
Control by the processes of inclusion of small and average cities of Russia in a common information space	
<i>I. Manko, E. Onikienko, A. Sebko &amp; M. Ribak</i>	77
Methodical instruments of assessment safety potential of enterprise	
<i>N. Mykhalyuk</i>	83
Features of activity of private enterprises	

SCIENTIFIC ENQUIRY IN THE CONTEMPORARY WORLD:  
THEORETICAL BASICS AND INNOVATIVE APPROACH

<i>L. Moshkova &amp; A. Abdulmanov</i> Integrated management system in an organization	88
<i>P. Miroshnichenko, L. Kudelya, K. Alalmi &amp; A. Navaflekh</i> Forming of anticrisis management-marketing mechanism in strategic development of enterprise safety	94
<i>Yu. Sliva-Scherba</i> Theoretical bases of innovative development of economy	99
<i>V. Stepanova &amp; A. Gorshkova</i> A study of capital formation of the Perm region	105
<i>A. Tazetdinova</i> Organization of management system of regional innovation policy in advanced economies countries	112
<i>G. Tybinka</i> Analysis of system of organization of adjusting of payment of labour in Ukraine	117
<i>A. Shcheglov &amp; A. Murugov</i> Innovational pos materials development	124
<i>T. Yalyalieva</i> Analysis and supervision of social and economic development efficiency	129
<i>E. Sazonova &amp; A. Burkov</i> Use of mathematical modeling in the production structure	138
<i>G. Nazarenko &amp; V. Kochka</i> Innovative risk management in the banking sector in Russia: theoretical and practical basis	142

the

**FORMING OF ANTICRISIS MANAGEMENT-MARKETING MECHANISM  
IN STRATEGIC DEVELOPMENT OF ENTERPRISE SAFETY**

<sup>1</sup> Pavel Miroshnichenko

<sup>2</sup> Larisa Kudelya

<sup>3</sup> Khaydar Alalmi

<sup>4</sup> Akhmed Navaflekh

*1. Doktorant of chair of audit and control,  
Lugansk national agrarian university, Ukraine.*

*2. Aspirant of chair of audit and control,  
Lugansk national agrarian university, Ukraine.*

*3. Aspirant of chair of economic theory and marketing,  
Lugansk national agrarian university, Ukraine.*

*4. Aspirant of chair of economic theory and marketing,  
Lugansk national agrarian university, Ukraine.*

*Abstract*

In the article the questions of forming of structure of anticrisis mechanism of the management-marketing are considered in strategic development of safety of enterprise. The testimonies of influence of enterprises are considered on a natural environment and necessity of development of nature protection and marketings technologies for providing of safety of work of enterprises, decline of amount of crisis situations. The structure of organization of anticrisis mechanism of the ecological management-marketing is offered. His making elements, principles, instruments of providing of capability, are exposed.

*Keywords:* enterprise, anticrisis mechanism, marketing technologies, safety.

Стратегическое планирование безопасной деятельности предприятий предполагает активизацию работы, направленной на расширение производственных и рыночных возможностей. Разрабатываются стратегические и тактические планы по совершенствованию организации технологического процесса производства и обучения персонала, технического перевооружения. Однако наблюдается недостаточный уровень организации экологического менеджмент-маркетинга и управления природоохранной деятельностью на предприятиях [1-3].

Исследования, проведенные в США, показали, что в структуре экономических убытков от загрязнения воздуха первое место занимает здоровье населения (37,9%), второе – коммунальное хозяйство (31,7%), третье – транспорт и промышленность (29,8%). Сельское хозяйство – на последнем месте (0,6%) [4].

Сегодня службы и подразделения предприятий, в чьи обязанности вменены вопросы обеспечения экологической безопасности в той или другой мере в целом действуют разобщенно, отсутствуют рациональные

формы их взаимосвязи и соподчиненности, координации, планирования и реализации природоохранных мероприятий. Такая ситуация не способствует развитию природоохранной деятельности предприятий и ее учета в маркетинговых мероприятиях и технологиях. В связи с этим продолжается рост показателей загрязнения природной среды, табл. 1 [5].

Таблица 1  
Основные показатели техногенной нагрузки  
на природную среду в Украине за 2000-2012 гг.

Показатели	2000	2005	2009	2010	2011	2012
Выбросы загрязняющих веществ в воздух, тыс. т	5908,6	6615,6	6442,9	6678,0	6877,3	6821,1
Выбросы диоксида углерода, млн. т	...	152,0	185,2	198,2	236,0	232,0
Образование отходов I-IV класса опасности, тыс. т	...	...	...	419191,7	447641,2	450726,8

Это обуславливает актуальность формирования и интеграции антикризисного механизма менеджмент-маркетинга и стратегию развития производственных планов предприятий. Такой механизм позволит преодолеть экологический кризис, обеспечить безопасное развитие предприятий, при помощи маркетингового инструментария решить круг природоохранных проблем предприятий.

Структура организации антикризисного механизма экологического менеджмент-маркетинга является совокупностью способов обеспечения взаимозависимой деятельности функциональных подразделений предприятия в рамках организационной структуры с целью антикризисного управления в сфере экологии, снижения негативного влияния предприятия на окружающую природную среду, безопасного развития, как предприятия, так и общества в целом, рис. 1.

Организационный механизм менеджмент-маркетинга реализует антикризисную экологическую политику и стратегию предприятия, которая разрабатывается в зависимости от его миссии и целей и направлена на укрепление положения предприятия на рынке.

Стратегической целью организационного механизма менеджмент-маркетинга является обеспечение эффективной системы взаимодействия подразделений предприятия по рациональному распределению ресурсов, повышению эффективности, безопасности и устойчивости предприятия на рынке. Тактическими целями организационного механизма экологического менеджмент-маркетинга предприятий являются: снижение антропогенного влияния предприятий на природную среду, рацио-

нальное использование ресурсов, эффективность капиталовложений от природоохранных мероприятий, повышение конкурентоспособности предприятия и его социальной ответственности.

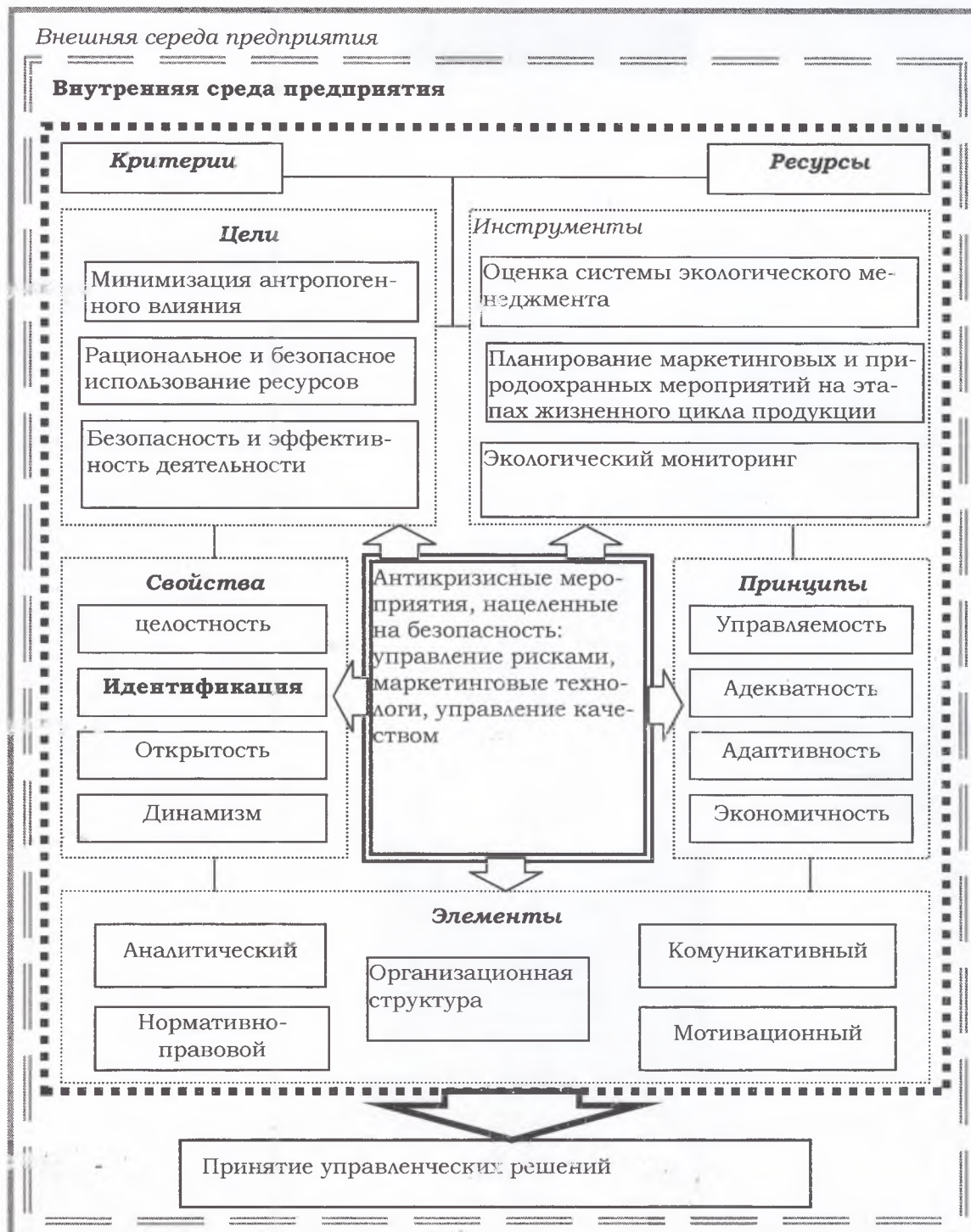


Рис. 1. Структура организации антикризисного механизма менеджмент-маркетинга

Применение системного подхода допускает рассмотрение элементов его системы во взаимосвязи; определение целей и критериев организационного механизма экологического менеджмент-маркетинга и отдельно каждого его элемента; анализ и теоретические разработки сферы экологического менеджмент-маркетинга. Условием стратегического развития организационного механизма экологического менеджмент-маркетинга является наличие нескольких составляющих его эффективной работы.

К таким составляющим относятся: цели работы организационного механизма, критерии его работы, инструменты, посредством которых обеспечивается работа механизма, ресурсы, позволяющие реализовать установленные цели.

В основе формирования стратегических целей организационного механизма положен принцип целенаправленности, ориентированный на достижение предприятием государственных и собственных экологических норм и требований, а также предотвращение загрязнения окружающей среды. Тактические цели обеспечивают достижение целей более высокого уровня в отмеченном направлении деятельности предприятий.

В соответствии с требованиями системного подхода антикризисный механизм имеет такие свойства как целостность, открытость, динамизм. Целостность допускает, что изменения, запланированные в одной части механизма, обязательно будут влиять на другие.

Открытость механизма означает влияние внешней среды и соответствующую реакцию внутренней среды на них. Динамизм предусматривает постоянное развитие механизма во взаимосвязи с внешней средой, что немедленно ведет к соответствующим изменениям внутри него.

Поскольку организационный механизм экологического менеджмент-маркетинга имеет свойство открытости, то адаптация к условиям внешней среды и к изменениям внутренней среды предприятия является неотъемлемым свойством организационного механизма, и обуславливает принцип адаптивности механизма. Он допускает, что усовершенствование и управление организационным механизмом экологического менеджмент-маркетинга и его систем ведется не отдельно, а в тесной взаимосвязи со всеми составными подсистемами управления как целевыми, так и функциональными, а также развивается на единственной организационной и методической основе управления.

Принцип управляемости допускает, что организационный механизм экологического менеджмент-маркетинга имеет в своем распоряжении инструменты влияния на управляемые подсистемы и распространяется на все уровни управления предприятием: от главного руководителя предприятия к конкретным исполнителям.

Организационная структура предприятия изменяется под воздействием внешней и внутренней среды, поэтому необходимо адаптировать ее к современным внутренним потребностям и требованиям внешней среды для адекватной реакции и сохранения конкурентных преимуществ предприятия на рынке. Анализ позитивных качеств и недостатков собственной организационной структуры и структур аналогичных предприятий дает возможность поиску новых эффективных решений в этой сфере.

Организационный механизм обеспечивает взаимосвязь и взаимодействие отделов предприятия и направлений их деятельности, безопасность в целом всего предприятия. Одним из главных вопросов в по-



строении организационного механизма экологического менеджмент-маркетинга является разработка и усовершенствование организационной структуры предприятия.

Знание и умение персонала стоит использовать с целью качественного и своевременного выполнения поставленных целей предприятия, а также решения рискованных ситуаций, которые возникают в разных отраслях управления, в том числе и в экологическом менеджменте, поэтому необходимо разрабатывать и осуществлять мероприятия по предотвращению рисков, кризисных ситуаций, опасности деятельности. Это обусловлено изменениями, возникающими во внешней и внутренней среде предприятий. Опасность и риски изменения внешней среды предприятия играют значимую роль при принятии управленческих и антикризисных решений, поэтому их необходимо опережать, анализировать и руководить

Анализ рискованных ситуаций и управления ими способствует повышению безопасности предприятия к изменениям во внешней среде предприятия, снижает уровень возникновения чрезвычайных аварийных ситуаций на предприятии, повышает экологическую безопасность производства и продукции.

Антикризисная деятельность предприятия зависит от скорости выявления причин негативного влияния внешней и внутренней среды предприятия и адекватности реагирования на эти причины. Для своевременного выявления кризисных ситуаций предприятия, прогнозирования и изменений условий внешней среды, адекватности и эффективности менеджмента, оценки внутренних изменений, происходящих в структуре производственных процессов предприятия, осуществляется мониторинг. Для обеспечения специальной оценки состояния окружающей природной среды и производственных объектов проводится экологический мониторинг.

Основной формой стратегического планирования деятельности по обеспечению экологической безопасности в рыночных условиях становится разработка целевых комплексных экологических программ и механизмов в рамках социально-экономического развития безопасности предприятия. В регулировании экологической безопасности целевые комплексные экологические программы выполняют предупреждающие и управленческие функции.

#### *References:*

1. Брюхань Ф.Ф., Графкина М.В., Сдобнякова Е.Е. Промышленная экология. – Москва: ФОРУМ, ИД, 2012. – 208 с.
2. Годин А.М. Экологический менеджмент. – Москва: ДАШКОВ И КО, ИД, 2012. – 88 с.
3. Дайман С.Ю., Гусева Т.В., Заика Е.А., Сокорьова Т.В. Системы экологического менеджмента. – Москва: ФОРУМ, ИД, 2010. – 336 с.
4. Дорогунцов С.И., К.Ф. Коценко, М.А. Хвесик. Экология. – К.: КНЕУ, 2005. – 371 с.
5. <http://www.ukrstat.gov.ua>