

ГОСУДАРСТВЕННОЕ НАУЧНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
МИНИСТЕРСТВА ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ»

УДК 658:[677+687]

ВАЙЛУНОВА
Юлия Геннадьевна

**ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ОСНОВЕ
РАЗВИТИЯ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В ТЕКСТИЛЬНОМ И
ШВЕЙНОМ ПРОИЗВОДСТВЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**Автореферат диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук**

по специальности 08.00.05 – экономика и управление народным
хозяйством (специализация – экономика, организация и управление
предприятиями, отраслями, комплексами)

Минск, 2017

Научная работа выполнена в Учреждении образования «Витебский государственный технологический университет»

Научный руководитель

Яшева Галина Артемовна, доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой экономической теории и маркетинга, УО «Витебский государственный технологический университет»

Официальные оппоненты:

Быков Алексей Александрович, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики и управления, УО «Белорусский государственный экономический университет»

Матяс Александр Анатольевич, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры банковского дела, УО «Полесский государственный университет»

Оппонирующая организация

УО «Полоцкий государственный университет»

Защита состоится 22 июня 2017 г. в 15 час. 00 мин. на заседании совета по защите диссертаций К 20.01.01 при ГНУ «Научно-исследовательский экономический институт Министерства экономики Республики Беларусь» по адресу: 220086, г. Минск, ул. Славинского, 1, корп. 1, зал заседаний (к. 114), e-mail: gnu-niei@mail.ru, тел. +37517-267-40-15.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ГНУ «Научно-исследовательский экономический институт Министерства экономики Республики Беларусь».

Автореферат разослан 19 мая 2017 г.

Ученый секретарь

совета по защите диссертаций,
кандидат экономических наук, доцент

Боровик Л.С.

ВВЕДЕНИЕ

В условиях глобализации и сетизации социально-экономического пространства интеграция организаций является важным фактором повышения конкурентоспособности и эффективности экономики. Значение развития интеграционных процессов в экономике Республики Беларусь посредством создания холдинговых и кластерных структур признано на государственном уровне, что нашло отражение в ряде государственных программ и концепций. Задача повышения эффективности и конкурентоспособности особенно актуальна для предприятий текстильного и швейного производства, поскольку они теряют свою конкурентоспособность на рынках вследствие негативного влияния внешних факторов и неэффективности менеджмента. В то же время мировым трендом является рост спроса на натуральные текстильные изделия, в частности, из льна. Мейнстримом промышленной политики в Республике Беларусь становится создание холдингов. Однако кластеры, как показал зарубежный опыт, представляются более прогрессивной формой интеграции, в большей степени содействующей повышению конкурентоспособности благодаря созданию цепей ценностей и сетевому сотрудничеству.

Учитывая особенности социально-экономической модели Республики Беларусь, институциональной среды (недостаточное количество профессиональных ассоциаций) и видов экономической деятельности, представляется целесообразным в текстильном и швейном производстве создать смешанную форму интеграционной структуры – «гибридный» холдинг, сочетающий преимущества холдингов и кластеров.

Проведенное теоретическое исследование позволило сделать вывод об изучении белорусскими и зарубежными учеными отдельных предметных областей – теоретико-методологических основ конкурентоспособности предприятий (Г. Л. Азоев, И. Л. Акулич, Я. М. Александрович, А. В. Богданович, А. А. Быков, С. Л. Гарбацевич, А. С. Головачев, А. П. Дурович, Р. Дайан, И. Максимов, А. Оливье, В. В. Пинигин, С. С. Полоник, М. Портер, Р. А. Фатхудинов, Д. Ю. Хамчуков, Ю. А. Юданов и другие); теоретико-методологических аспектов интеграции предприятий (Р. Акофф, Н. Г. Берченко, Р. Борк, Р. Блэйр, А. А. Быков, Д. Казерман, Р. Коуз, Д. Норт, Дж. Спенглер, О. Уильямсон, В. С. Фатеев, К. Эрроу, Г. А. Яшева и другие); теоретико-методологических основ создания кластеров (М. Афанасьев, М. Бест, М. Войнаренко, Д. М. Крупский, Л. Н. Нехорошева, М. Портер, С. Розенфельд, Н. Г. Синяк, Х. Шмиц, Г. А. Яшева и другие).

Признавая теоретическую и практическую значимость исследований, тем не менее полагаем уместным отметить, что вопросы теоретико-методических аспектов интеграции предприятий текстильного и швейного производства в

кластерные структуры требуют дальнейшей разработки, включая теоретические аспекты интеграции на основе развития и продления цепочки ценности, методический инструментарий анализа и оценки интеграции организаций в «гибридный» холдинг, организационно-экономические методы стимулирования сетевого сотрудничества в «гибридном» холдинге.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Связь работы с научными программами (проектами), темами. Диссертационное исследование связано с научными работами по проблемам повышения конкурентоспособности предприятий легкой промышленности, выполнявшимися на кафедре экономической теории и маркетинга УО «Витебский государственный технологический университет» в 2011–2016 гг. Отдельные научно-методические разработки и практические рекомендации диссертационной работы использованы при выполнении следующих работ республиканского значения: по заказу Министерства образования Республики Беларусь – «Исследование теоретических и практических аспектов формирования социально регулируемой рыночной экономики Республики Беларусь» (№ ГР 20073751, 2007–2011 гг.); «Исследование и обоснование направлений экономического развития и повышения конкурентоспособности экономических систем» (№ ГР 20132735, 2012–2016 гг.); в рамках гранта выполнялась НИР на тему «Обоснование направлений повышения конкурентоспособности предприятий на основе создания интеграционных структур» (№ ГР 20150526, 2015 г.); по заказу белорусских организаций – «Маркетинговые исследования отраслевого рынка и определение перспектив развития Коммунального унитарного производственного предприятия «Витебчанка» (№ ГР 20130505, 2013 г.), «Маркетинговые исследования ценностных ориентаций и предпочтений потребителей трикотажа Республики Беларусь» (№ ГР 20141446, 2014 г.).

Тема диссертационной работы соответствует Перечню приоритетных направлений научных исследований Республики Беларусь на 2016–2020 гг., утвержденному постановлением Совета Министров Республики Беларусь № 190 от 12 марта 2015 г. в части пункта 11 «Общество и экономика».

Цель и задачи исследования. Цель диссертационного исследования состоит в разработке организационно-экономического механизма повышения конкурентоспособности текстильного и швейного производства на основе создания «гибридного» холдинга.

В соответствии с целью исследования были поставлены и решены следующие задачи:

– развить теоретические основы интеграции на базе цепочки ценности, включая: концепцию интеграции на основе развития и продления цепочки цен-

ности; виды интеграционных связей, сущность сетевого сотрудничества, классификацию форм интеграции организаций, понятие «гибридный холдинг» и его отличительные характеристики; схематическую модель формирования конкурентоспособности и эффективности в «гибридном» холдинге;

– разработать методическое обеспечение анализа интеграции в организациях, представленное пакетом методик: оценки уровня интеграционных связей; оценки конкурентоспособности организаций; идентификации субъектов «гибридного» холдинга;

– разработать организационный механизм создания «гибридного» текстильного холдинга, включая структуру и состав «гибридного» текстильного холдинга; органы управления «гибридным» холдингом и регламент их функционирования; методы сетевого сотрудничества по факторам конкурентоспособности;

– разработать экономический механизм стимулирования интеграции предприятий текстильного и швейного производства в «гибридный» холдинг, представленный методами экономического стимулирования субъектов «гибридного» холдинга; методикой оценки экономической эффективности создания «гибридного» текстильного холдинга.

Объект исследования: интеграция предприятий текстильного и швейного производства Республики Беларусь.

Предмет исследования: организационно-экономический механизм интеграции в текстильном и швейном производстве, направленный на повышение его конкурентоспособности.

Научная новизна диссертационного исследования состоит в: развитии теоретических основ интеграции организаций, включая понятие, отличительные характеристики «гибридного» холдинга и факторы формирования конкурентоспособности в нем; разработке методического обеспечения анализа интеграции организаций; обосновании организационно-экономического механизма создания «гибридного» холдинга.

Положения, выносимые на защиту.

1. Теоретические основы интеграции организаций, включающие:

– концепцию интеграции на основе развития и продления цепочки ценностей, которая, в отличие от общепринятых, является инструментом идентификации новых цепочек ценностей, что позволило обосновать факторы конкурентоспособности, разработать критерии оценки интеграционных связей, идентифицировать субъекты «гибридного» холдинга;

– систематизацию видов интеграционных связей, которые, в отличие от существующих, включают и отношения коопетиции, основанные на сотрудничестве и конкуренции стейкхолдеров и присущие «мягким» формам интегра-

ции, что способствовало разработке новых механизмов сотрудничества в «гибридном» холдинге;

- содержание сетевого сотрудничества как процесса установления длительных устойчивых формальных и неформальных отношений между организациями, объединенными вертикальными и горизонтальными связями, основанных на добровольности, доверии и общих целях, правилах, что развивает теорию интеграции;

- типологию интеграции организаций, которая, в отличие от существующих, базируется на предложенных классификационных критериях (вид, форма, способ) и включает в том числе «гибридную» форму интеграции, что позволило разработать организационный механизм создания «гибридного» холдинга;

- понятие «гибридного» холдинга как вертикально интегрированной структуры, сочетающей признаки холдинга и кластера; его отличительные характеристики по сравнению с кластером и холдингом, что представляет научную новизну в теории интеграции организаций и позволило определить направления создания «гибридного» холдинга;

- схематическую модель формирования конкурентоспособности в «гибридном» холдинге, включающую: факторы конкурентоспособности и типы синергизма в них; источники и показатели экономического эффекта; модель позволила разработать методику оценки конкурентоспособности организаций и методику оценки эффективности создания «гибридного» холдинга.

2. Методическое обеспечение анализа интеграции, включающее пакет методик:

- методику оценки уровня интеграционных связей на основе системы критериев, инструментария (анкета, шкала ответов, обобщающий показатель), новизна которой состоит в том, что она позволяет оценить сетевое сотрудничество и выявить перспективы интеграционных связей; апробация методики позволила охарактеризовать уровень интеграционных связей в текстильном и швейном производстве Витебского региона как недостаточно высокий, что актуализирует разработку направлений сотрудничества в «гибридном» текстильном холдинге;

- методику оценки конкурентоспособности предприятий, которая, в отличие от существующих, включает в том числе показатель уровня интеграционных связей; методика основана на расчете обобщающего показателя конкурентоспособности как суммы взвешенных оценок показателей конкурентоспособности и определении качественного уровня конкурентоспособности по разработанной шкале; ее применение позволило оценить уровень конкурентоспособности предприятий текстильного и швейного производства в Витебском ре-

гионе по шкале как «очень низкий», что подтверждает актуальность развития интеграционных процессов в текстильном и швейном производстве;

– методику идентификации субъектов «гибридного» холдинга, базирующуюся, в отличие от существующих, на смешанном методе: а) количественный метод, основанный на расчете коэффициентов локализации, специализации региона, коэффициентов силы связей, для которых определены диапазоны критериальной оценки; б) качественный метод посредством экспертной оценки интеграционных связей по цепочке ценностей; методика апробирована на примере текстильного и швейного производства Витебского региона, что позволило идентифицировать и субъекты «жесткого» холдинга, и стейкхолдеров «мягкой» формы интеграции.

3. Организационный механизм создания «гибридного» холдинга в текстильном и швейном производстве Республики Беларусь, включающий:

– структурную схему состава участников «гибридного» текстильного холдинга «Белорусский лен», не имеющую аналогов в белорусских интеграционных структурах; состав органов, обеспечивающих сетевое сотрудничество (Координационный совет холдинга, Рабочая группа по сетевому сотрудничеству), их цель, задачи и регламент;

– методы сетевого сотрудничества по факторам конкурентоспособности, новые для текстильного производства: а) «персонал» – создание новых образовательных структур (корпоративный учебный центр в управляющей компании, образовательный кластер в регионе); б) «инновации» – создание технологической платформы «Инновационный текстиль»; в) «маркетинг» – программы коопетиции для решения общих для субъектов холдинга задач (маркетинговые исследования, продвижение продукции на внешние рынки, создание единых информационных сетей);

– меры развития сетевого сотрудничества на двух уровнях: а) внутриорганизационное сотрудничество (предложен инструментарий – Кодекс корпоративного поведения); б) межорганизационное сотрудничество (обучение, пропаганда значения сетевого сотрудничества в «гибридном» холдинге, трансляция через менеджмент, материальное стимулирование сотрудничества); разработанный организационный механизм позволит использовать ресурс сетевого сотрудничества в формировании ключевых факторов конкурентоспособности субъектов «гибридного» холдинга.

4. Экономический механизм интеграции предприятий текстильного и швейного производства в «гибридный» холдинг, включающий:

– меры и инструменты экономического стимулирования субъектов «гибридного» холдинга, которые, в отличие от существующих, разработаны для двух групп стейкхолдеров: а) для «жесткой» формы интеграции (льготы по налогу на прибыль, кредитам, гранты на поддержку инвестиционных проектов),

которые позволят сформировать инвестиционные ресурсы; б) для стейкхолдеров «мягкой» формы интеграции, обеспечивающих оказание услуг субъектам «жесткого» холдинга по маркетингу, разработке и внедрению инноваций, обучению персонала (льготы по налогу на прибыль, НДС, кредитам, совместное финансирование проектов), которые позволят повысить конкурентоспособность и эффективность организаций «гибридного» холдинга;

– методику оценки экономической эффективности создания «гибридного» текстильного холдинга, в отличие от существующих, основанную на экспертной оценке изменения показателей экономического эффекта (выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг, прибыль от реализации продукции, товаров, работ, услуг, объем инвестиций в основной капитал) и эффективности (рентабельность продаж, рентабельность инвестиций) в результате создания «гибридного» холдинга; апробация методики показала, что создание «гибридного» холдинга в текстильном и швейном производстве в Витебском регионе является экономически эффективным; экономический механизм позволит повысить конкурентоспособность холдинга в целом не только за счет преимуществ кооперации и специализации в «жестком» холдинге, но и за счет сетевого сотрудничества стейкхолдеров «мягкой» формы интеграции.

Личный вклад соискателя ученой степени. Диссертационное исследование является научным трудом, выполненным соискателем самостоятельно на основе изучения теоретических отечественных и зарубежных разработок в этой области, систематизации и обобщения официальной статистической информации, эмпирических данных предприятий, анкетирования экспертов, углубленного интервью руководителей и специалистов промышленных и торговых организаций. Положения и выводы, содержащиеся в диссертации и выносимые на защиту, разработаны соискателем лично.

Апробация диссертации и информация об использовании ее результатов. Основные положения, выводы и рекомендации диссертации опубликованы в научных изданиях и доложены автором на международных и республиканских научно-практических конференциях, проводившихся в 2010–2016 гг., в том числе: «Модели посткризисного развития стран: анализ и прогноз» (Таллин, 2010 г.), «Молодые ученые – развитию текстильной и легкой промышленности» (Иваново, 2011, 2012, 2014, 2015, 2016), «Теоретические знания – в практические дела» (Омск, 2013, 2014), «Знание, образование и менеджмент в бизнесе» (Рига, 2013, 2015, 2016), «Экономические проблемы устойчивого развития» (Сумы, 2014, 2015, 2016), «Проблемы прогнозирования и государственного регулирования социально-экономического развития» (Минск, 2016) и другие. Результаты исследования приняты к возможному использованию Комитетом экономики Витебского облисполкома, ОДО «Витебский бизнес-центр», использованы в деятельности РУПТП «Оршанский льнокомбинат»,

ОАО «Знамя индустриализации», ЗАО ОПТФ «Світанак» (г. Орша), в образовательном процессе УО «Витебский государственный технологический университет», что подтверждено соответствующими актами о внедрении.

Опубликование результатов диссертации. Результаты исследования опубликованы в 78 научных работах, в том числе 3 монографиях (в соавторстве), 5 статей в научных рецензируемых журналах, входящих в перечень научных изданий Республики Беларусь для опубликования результатов диссертационных исследований, 12 (1 – в соавторстве) статей в научных рецензируемых журналах, 2 (1 – в соавторстве) – в сборниках научных трудов, 9 (2 – в соавторстве) – в сборниках научных статей, 41 (16 – в соавторстве) – в материалах конференций, 13 (6 – в соавторстве) – в тезисах докладов конференций. Объем публикаций, соответствующих пункту 18 Положения о присуждении ученых степеней и присвоении ученых званий в Республике Беларусь, составляет 3 авторских листа.

Структура и объем диссертации. Диссертация представлена на 187 страницах и состоит из введения, общей характеристики работы, трех глав, заключения, библиографического списка из 304 литературных источников (из них 78 – авторские) и приложений. Объем, занимаемый 24 рисунками, 30 таблицами, библиографическим списком и 11 приложениями, составляет 98 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ

В первой главе «**Теоретические основы интеграции в повышении конкурентоспособности предприятий**» исследован категориальный аппарат экономической интеграции в контексте повышения конкурентоспособности субъектов.

В целях развития теории интеграции проведен анализ различных концепций интеграции: цепочки создания ценности, управления цепочкой поставок, цепочки добавленной стоимости. С учетом выявленных отличительных характеристик концепций, а также тенденций во внешней среде разработана концепция интеграции на основе развития и продления цепочки ценностей, которая содержит уровни и цепи интеграции субъектов и наглядно представляет направления создания новых ценностей за счет продления цепи (создание новых производств) и ее развития (создание новых партнерств в других сферах деятельности). Природа интеграции с точки зрения создания ценности обосновывает связь ценности и конкурентоспособности. Концепция интеграции на основе развития и продления цепочки ценностей явилась методологической основой понятийного аппарата интеграции организаций. Исследованы и систематизированы виды интеграционных связей, включающие: формальные и неформаль-

ные, горизонтальные и вертикальные связи, отношения коопетиции. Особым видом интеграции являются отношения коопетиции (coopetition), которые основаны на концепциях сотрудничества (cooperation) и конкуренции стейкхолдеров (competition) в решении общих задач (по маркетингу, инновациям, образованию).

Высший уровень интеграции – сетевое сотрудничество, под которым понимается процесс установления длительных устойчивых формальных и неформальных отношений между субъектами делового сообщества, объединенными вертикальными и горизонтальными связями, основанными на добровольности, доверии и общих для делового сообщества целях, нормах, традициях, правилах, обычаях.

В диссертационной работе уточнено понятие экономической интеграции предприятий, которая представляет собой объединение субъектов хозяйствования по цепи ценностей, в том числе их интересов и / или ресурсов посредством сотрудничества, в том числе сетевого, и коопетиции со стейкхолдерами аналогичной и других отраслей для создания и поддержания устойчивых конкурентных преимуществ и обеспечения долгосрочной конкурентоспособности и эффективности всех интегрированных организаций.

Разработана типология интеграции организаций, где в качестве классификационных признаков выступают: вид (вертикальная интеграция, горизонтальная интеграция), форма («жесткая», «гибридная», «мягкая»), способ (приобретение и консолидация, реорганизация в форме слияния и присоединения, заключение договора о партнерстве и сотрудничестве). С учетом разработанной типологии автором предложена особая форма интеграции – «гибридный» холдинг, который представляет собой вертикально интегрированную структуру («жесткая» форма интеграции – холдинг) с сетевым сотрудничеством и коопетицией стейкхолдеров («мягкая» форма интеграции – кластер). В работе проведен сравнительный анализ характеристик форм интеграционных структур («жесткого» холдинга, кластера, «гибридного» холдинга) по следующим критериям: создание, правовой статус, организационно-правовая форма, наличие связей, управление и координация, барьеры «входа-выхода», создание цепей ценностей, условие территориальной концентрации. В результате выявлено, что «гибридный» холдинг является переходной формой от «жесткой» к «мягкой» и соответствует институциональным условиям Республики Беларусь.

Разработана схематическая модель формирования конкурентоспособности и эффективности в «гибридном» холдинге. В ней представлены в логической взаимосвязи и взаимозависимости: факторы конкурентоспособности (маркетинг, менеджмент, финансы, организация производства, инновации, персонал, инвестиции); типы синергизма и механизмы формирования факторов. Обобщены различные сетевые концепции (стейкхолдеров, маркетинга партнер-

ских отношений, кооперации, корпоративного управления и корпоративной социальной ответственности, маркетинга доверия), идентифицированы источники влияния интеграции на повышение конкурентоспособности и эффективности организаций: снижение себестоимости продукции; повышение качества и конкурентоспособности продукции; рост производительности труда; развитие человеческого капитала, снижение транзакционных издержек.

Во второй главе «**Методическое обеспечение интеграционных процессов и его апробация в текстильном и швейном производстве Республики Беларусь**» разработан методический аппарат анализа интеграции, включающий следующие методики.

Методика 1. Методика оценки уровня интеграционных связей базируется на экспертном методе, алгоритм представлен на рисунке 1.

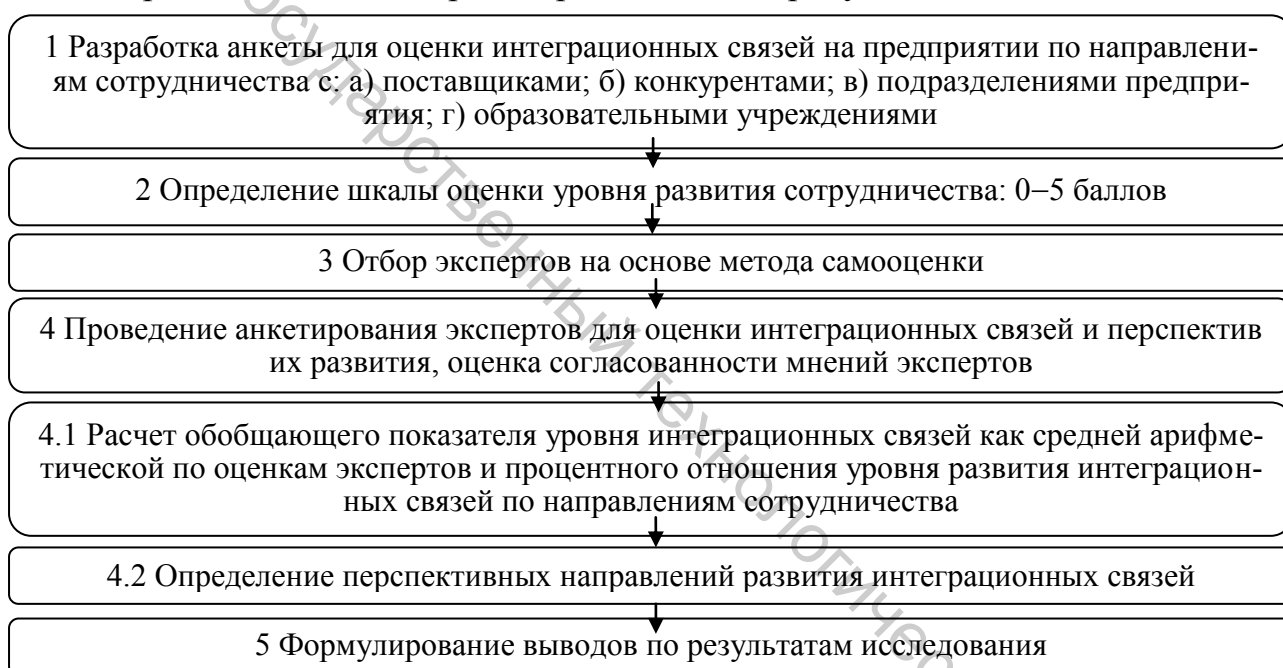


Рисунок 1. – Алгоритм оценки уровня и перспектив развития интеграционных связей

Методика оценки уровня и перспектив развития интеграционных связей апробирована на примере предприятий текстильного и швейного производства Витебского региона, выборка составила 37 экспертов. В результате уровень интеграционных связей в текстильном и швейном производстве Витебского региона охарактеризован как недостаточно высокий (2,25 баллов из 5 максимально возможных). Проведенный анализ перспектив развития интеграции позволил выявить направления для развития сетевого сотрудничества.

Методика 2. Методика оценки конкурентоспособности предприятий текстильного и швейного производства.

Количественную оценку конкурентоспособности предприятия предлагается производить по следующей формуле:

$$K_{орг} = \sum_{j=1}^p \sum_{i=1}^{n_j} A_{ij} \times O_{ij}, \quad (1)$$

где $K_{орг}$ – оценка конкурентоспособности организации, %;

A_{ij} – сводная значимость i -го показателя j -го фактора конкурентоспособности организации, %;

O_{ij} – безразмерная оценка i -го показателя j -го фактора конкурентоспособности организации;

p – количество факторов оценки конкурентоспособности организации;

n_j – количество показателей оценки конкурентоспособности организации в j -м факторе.

Система показателей оценки конкурентоспособности предприятия сформирована по следующим факторам: «маркетинг», «менеджмент», «финансы», «производство», «инновации», «персонал», «инвестиции». Значимость показателей определялась на основе экспертного метода. Значения оценки конкурентоспособности организаций могут изменяться в пределах от «минус» 100 % до «плюс» 100 %. Для качественной оценки конкурентоспособности организаций разработана шкала, в которой определены 5 уровней (неконкурентоспособный, очень низкий, низкий, средний, высокий).

Методика апробирована на примере 16 предприятий текстильного и швейного производства Витебского региона. Матрица исходных данных включала 256 показателей. Средняя оценка конкурентоспособности предприятий по анализируемым группам составила: по 1 группе (льнозаводы Витебского региона) – 9,86 % («очень низкий» уровень); по 2 группе (текстильные предприятия Витебского региона) – 54,63 % («средний» уровень); по 3 группе (швейные предприятия Витебского региона) – 31,25 % («низкий» уровень). Выявлено негативное состояние предприятий, так как средний уровень конкурентоспособности анализируемых предприятий текстильного и швейного производства Витебского региона равен 20,80 % («очень низкий» уровень).

Методика 3. Методика идентификации субъектов «гибридного» холдинга включает следующие этапы (рисунок 2). По результатам апробации разработанной методики сделаны следующие выводы. Анализ состояния текстильного и швейного производства в Республике Беларусь за период 2010–2015 гг. выявил снижение показателей: удельного веса анализируемого производства в общем объеме промышленного производства с 3,4 % до 2,8 %; коэффициента текущей ликвидности с 201,5 % до 131,0 %; удельного веса отгруженной инновационной продукции с 8,3 % до 6,2 %; увеличение удельного веса убыточных организаций с 18,1 % до 32,6 %. Таким образом, сложившаяся ситуация актуализирует задачу использования ресурса интеграции для повышения эффективности и конкурентоспособности текстильного и швейного производства в Рес-

публике Беларусь. В Витебском регионе выявлены следующие предпосылки создания «гибридного» холдинга: значимый индустриальный потенциал; локализация производства льняных тканей в Витебском регионе (99 %); развитый научно-исследовательский потенциал.

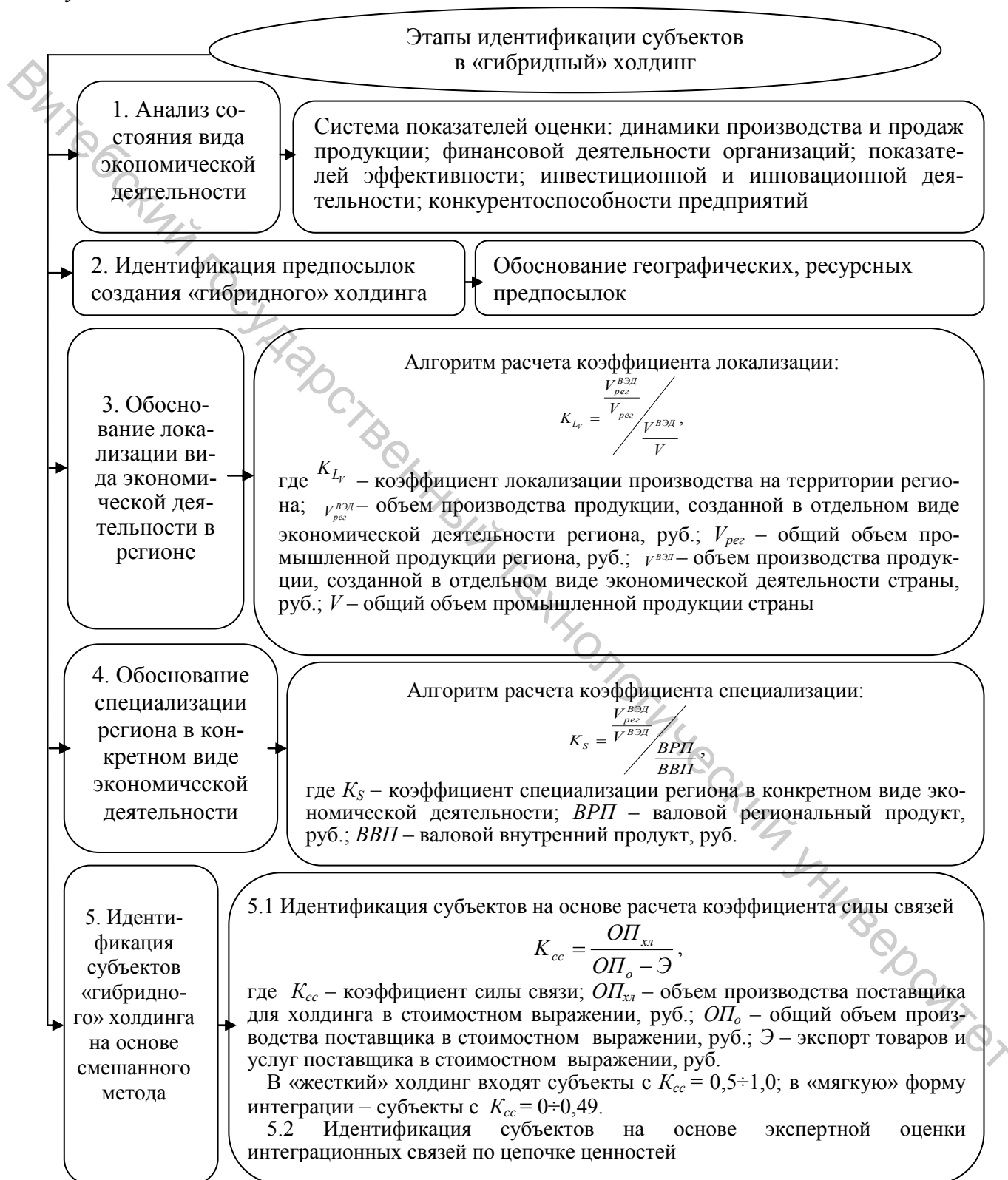


Рисунок 2. – Алгоритм идентификации субъектов «гибридного» холдинга

По результатам рассчитанных значений коэффициентов локализации и специализации Витебского региона в текстильном и швейном производстве в 2015 г. сделан вывод, что существует возможность создания интеграционной структуры в данном виде экономической деятельности на территории Витебского региона, так как они больше 1 и равны 1,14 и 2,16 соответственно. Значения коэффициентов локализации и специализации Витебского региона по видам экономической деятельности (таблица 1) свидетельствуют о том, что по следующим видам «Подготовка и прядение льняного волокна», «Производство льняных тканей» целесообразно создание текстильного холдинга, так как коэффициенты локализации и специализации больше 1.

Таблица 1. – Коэффициенты локализации производства и специализации Витебского региона по видам экономической деятельности в 2013–2015 гг.

Показатель	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Коэффициенты локализации:			
подготовка и прядение льняного волокна	2,473	2,216	1,927
производство льняных тканей	6,309	6,376	6,288
производство готовых текстильных изделий, кроме одежды	0,489	0,476	0,440
производство верхней одежды	0,911	0,961	0,841
Коэффициенты специализации:			
подготовка и прядение льняного волокна	4,700	4,114	3,647
производство льняных тканей	11,989	11,838	11,898
производство готовых текстильных изделий, кроме одежды	0,929	0,883	0,833
производство верхней одежды	1,730	1,784	1,592

На основе смешанного метода идентификации субъектов в «жесткий» холдинг предлагается включить следующие организации Витебского региона: льносемстанции, льносеющие хозяйства, 10 льнозаводов, ОАО «Витебскоблен», РУПТП «Оршанский льнокомбинат», Институт льна НАН Республики Беларусь. В «мягкую» форму интеграции в рамках «гибридного» холдинга рекомендуются субъекты: ОАО «Витебские ковры», ОАО «Знамя индустриализации», г. Витебск, ЗАО ОПТФ «Світанак», г. Орша, КУПП «Витебчанка», УО «Витебский государственный технологический университет» и другие стейкхолдеры, заинтересованные в сетевом сотрудничестве.

В третьей главе «**Организационно-экономический механизм создания «гибридного» холдинга в текстильном и швейном производстве Республики Беларусь**» представлены практические рекомендации по организации текстильного холдинга «Белорусский лен» и дана оценка его экономической эффективности. На основе разработанного автором методического аппарата, рассчитанных коэффициентов локализации и специализации, коэффициентов силы связей, анализа развития и продления цепочки ценности построена структура «гибридного» холдинга в текстильном и швейном производстве Республики Беларусь (рисунок 3).

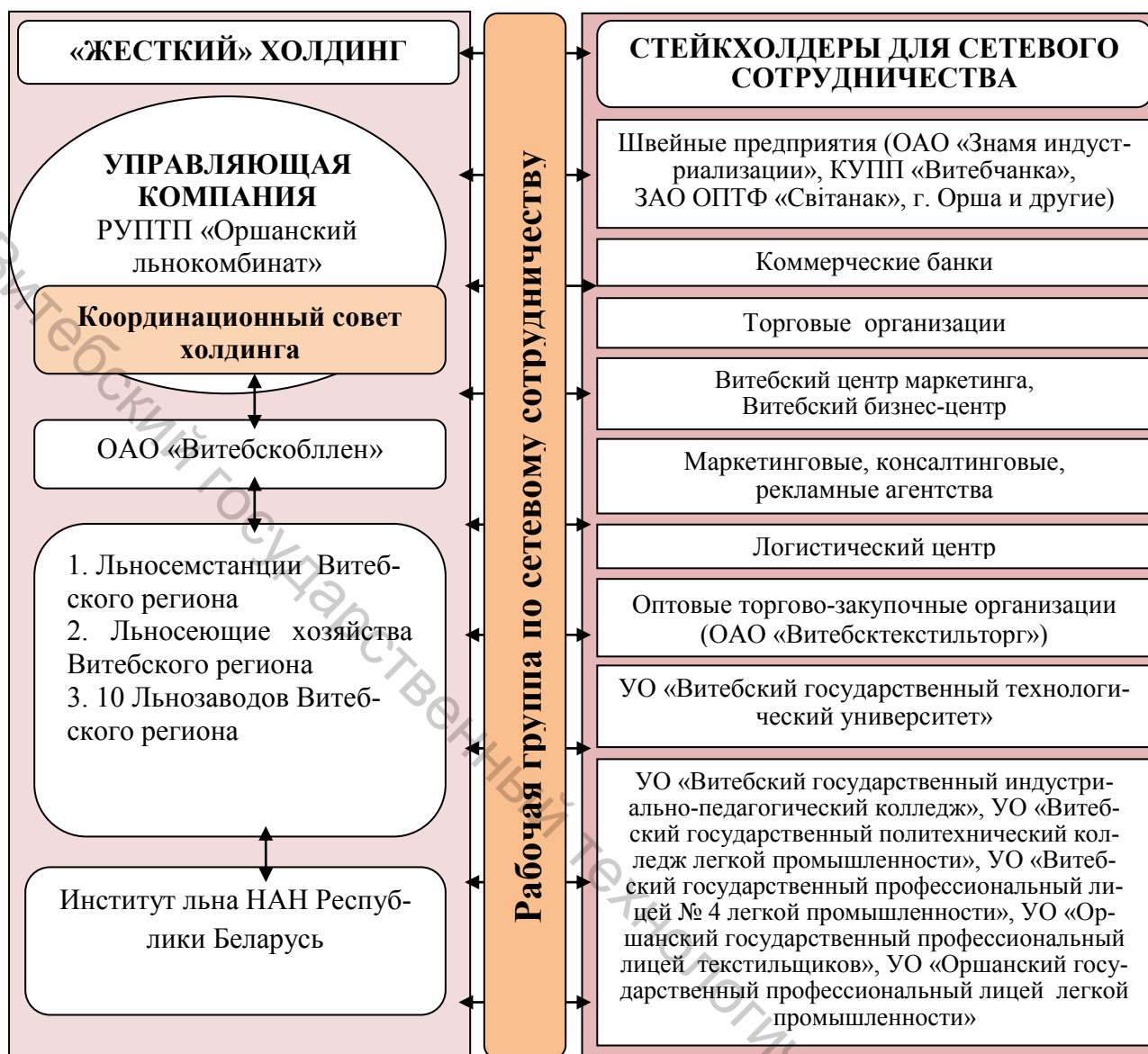


Рисунок 3. – Структурная схема «гибридного» холдинга «Белорусский лен»

Для обеспечения сетевого сотрудничества в «гибридном» холдинге «Белорусский лен» предложен состав органов, не имеющих аналогов в Республике Беларусь: Координационный совет и Рабочая группа, для которых разработаны документы: «Положение о Координационном совете текстильного холдинга «Белорусский лен», «Положение о Рабочей группе текстильного холдинга «Белорусский лен», включающие цели, задачи, перечни участников, направления деятельности. Целью деятельности Рабочей группы является формирование и развитие сетевого сотрудничества в «гибридном» холдинге.

Разработаны методы экономического стимулирования субъектов «гибридного» холдинга, для двух групп стейкхолдеров – «жесткого» холдинга и субъектов «мягкой» формы интеграции, обеспечивающих сетевое сотрудничество в формировании факторов конкурентоспособности (рисунок 4).

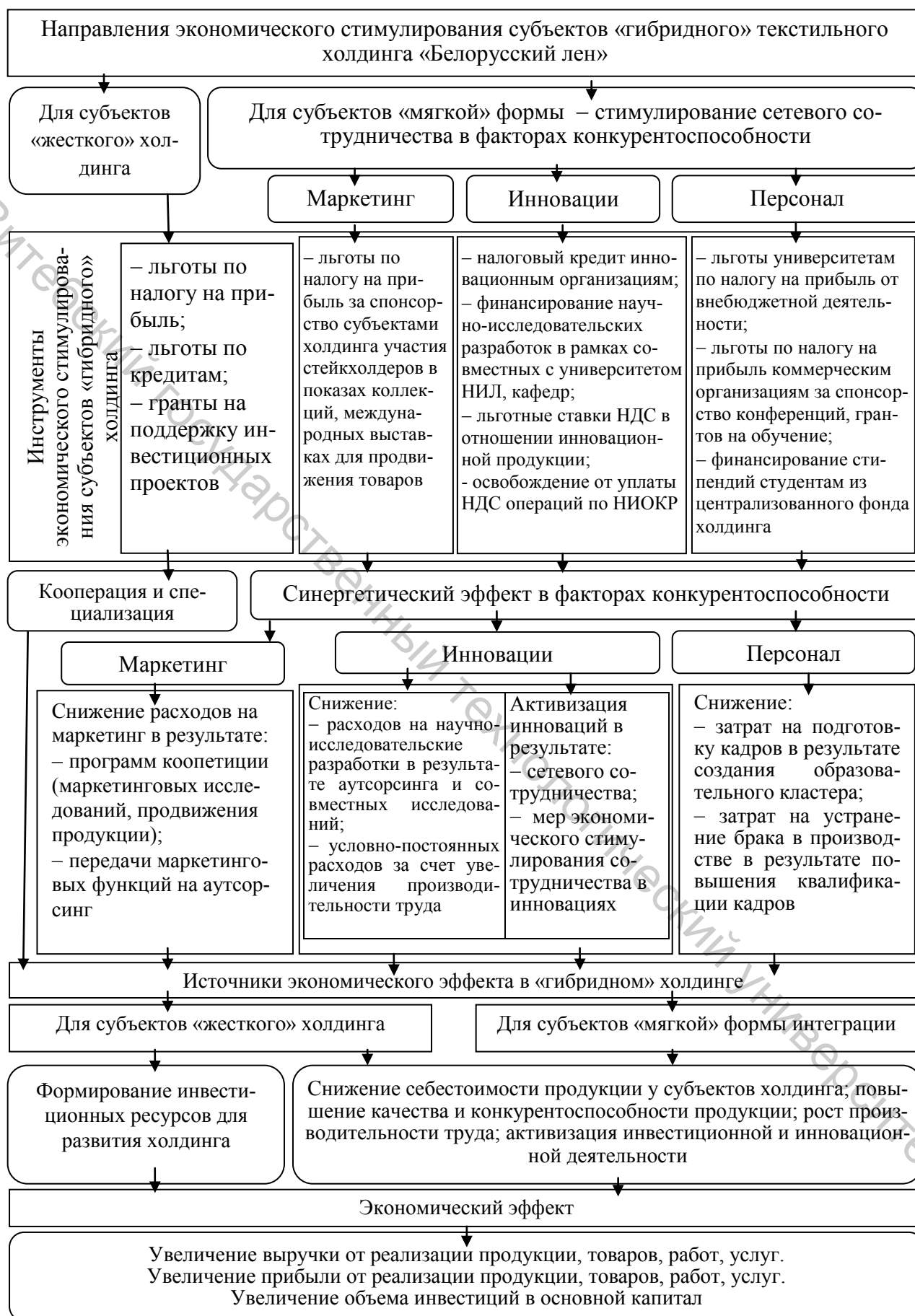


Рисунок 4. – Направления формирования экономического эффекта в «гибридном» текстильном холдинге

Для обеспечения сетевого сотрудничества по факторам конкурентоспособности по идентифицированным цепочкам ценностей разработаны соответствующие методы. По фактору «персонал» предлагается создание новых образовательных структур (корпоративный учебный центр в управляющей компании, образовательный кластер в регионе); по фактору «инновации» – создание технологической платформы «Инновационный текстиль», для которой определены состав, задачи, источники финансирования. Для формирования конкурентных преимуществ по фактору «маркетинг» предложена реализация программ коопетиции (совместные маркетинговые исследования, продвижение продукции «гибридного» холдинга на внешние рынки, создание единых информационных сетей).

Обоснованы меры по развитию сетевого сотрудничества на двух уровнях: для формирования внутриорганизационного сотрудничества разработан регламент Кодекса корпоративного поведения. В целях обеспечения межорганизационного сотрудничества предложено обучение, пропаганда значения сетевого сотрудничества в холдинге, трансляция через менеджмент, материальное стимулирование сотрудничества.

Для экономического обоснования эффективности создания «гибридного» холдинга разработана методика оценки экономической эффективности, включающая следующие этапы: обоснование направлений формирования, источников и показателей экономического эффекта в «гибридном» холдинге; оценка экономического эффекта на уровне конкретного участника на основе экспертного метода; расчет показателей экономического эффекта (выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг, прибыль от реализации продукции, товаров, работ, услуг, объем инвестиций в основной капитал) и эффективности (рентабельность продаж, рентабельность инвестиций) создания «гибридного» текстильного холдинга.

Определены направления формирования экономического эффекта в «гибридном» холдинге для двух форм интеграции: «жесткой» (государственная поддержка субъектов «жесткого» холдинга, аутсорсинг и субконтракция, кооперация и специализация); «мягкой» формы интеграции (маркетинговые программы коопетиции, совместные программы лояльности с потребителями, создание Корпоративного учебного центра, создание технологической платформы). По каждому направлению обоснованы источники и показатели экономического эффекта (рисунок 4). Изменение показателей экономического эффекта от создания «гибридного» холдинга определялось на основе экспертного метода. Выборка составила 12 экспертов.

Результаты апробации методики оценки экономической эффективности создания «гибридного» холдинга представлены в таблице 2.

Таблица 2. – Оценка эффективности создания текстильного «гибридного» холдинга

Группы предприятий Витебского региона	Абсолютное отклонение, млн руб.			Абсолютное отклонение, процентные пункты	
	выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг*	прибыль (убыток) от реализации продукции, товаров, работ, услуг*	объем инвестиций в основной капитал*	рентабельность продаж*	рентабельность инвестиций*
1 группа – льнозаводы Витебского региона	30151,00	-20244,70	4196,00	+14,73	+146,15
2 группа – текстильные предприятия Витебского региона	402319,00	67049,10	82405,75	+0,56	+2,06
3 группа – швейные предприятия Витебского региона	24384,60	1195,20	1520,8	+0,16	+6,86
Всего по «гибридному» холдингу	456854,60	47999,60	88122,55	+1,74	+6,34

*Изменение показателя через 5 лет (базисный период 2015 год) в неденоминированных рублях.

Таким образом, разработанный организационно-экономический механизм создания «гибридного» текстильного холдинга будет способствовать повышению конкурентоспособности и эффективности его субъектов, в целом текстильного и швейного производства, а также повышению эффективности и конкурентоспособности экономики Республики Беларусь.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Основные научные результаты диссертации. В результате проведенного исследования разработаны теоретико-методические основы интеграционных процессов в управлении конкурентоспособностью предприятий текстильного и швейного производств, научно-практические основы механизма создания «гибридного» текстильного холдинга и сформулированы следующие выводы и предложения.

1. Одним из подходов в управлении конкурентоспособностью экономических систем является интеграция организаций. В целях использования преимуществ интеграционных процессов в повышении конкурентоспособности белорусских организаций разработаны теоретические основы интеграции, включающие: концепцию интеграции на основе развития и продления цепочки ценностей; виды интеграционных связей, в том числе конкурентное сотрудничество (коопетицию), являющееся новым институтом взаимоотношений стейкхолдеров в «гибридном» холдинге; уточненные понятия «сетевое сотрудничество»

и «интеграция организаций»; типологию интеграции организаций, включающую новую форму – «гибридный» холдинг; понятие «гибридного» холдинга; схематическую модель формирования конкурентоспособности и эффективности субъектов в «гибридном» холдинге.

Разработанные теоретические основы интеграции реализованы в рамках НИР на тему «Исследование теоретических и практических аспектов формирования социально регулируемой рыночной экономики Республики Беларусь» (№ ГР 20073751, 2007–2011 гг.) [1–А–4–А, 6–А, 7–А, 9–А, 10–А, 14–А, 16–А, 18–А, 20–А–24–А, 26–А, 31–А, 33–А–36–А, 41–А, 42–А, 44–А–47–А, 50–А, 51–А, 53–А, 58–А, 61–А–64–А, 67–А, 70–А–76–А].

2. Разработано методическое обеспечение анализа интеграции организаций, включающее пакет методик:

а) методику оценки уровня интеграционных связей, основанную на: экспертном методе анализа интеграционных связей и прогнозе перспектив их развития, разработанном инструментарии (анкета, шкала ответов, интегральный показатель), применение которой позволило охарактеризовать уровень интеграционных связей в текстильном и швейном производстве Витебского региона как недостаточно высокий, что вызвало необходимость определения перспективных направлений сетевого сотрудничества в рамках «гибридного» холдинга;

б) методику оценки конкурентоспособности предприятий, основанную на количественной оценке показателей конкурентоспособности по факторам, расчете обобщающего показателя конкурентоспособности и определении его качественного уровня по шкале; апробация методики позволила оценить уровень конкурентоспособности предприятий текстильного и швейного производства в Витебском регионе в среднем как «очень низкий», что явилось экономической предпосылкой интеграции в текстильном и швейном производстве;

в) методику идентификации субъектов текстильного холдинга на основе смешанного метода: количественного метода (расчет коэффициентов локализации, специализации региона, коэффициентов силы связей, для которых определены диапазоны критериальной оценки); качественного метода (экспертная оценка интеграционных связей по цепочке ценностей). Методики апробированы в диссертационной работе. Проведенное на основе разработанного комплекса методик исследование позволило идентифицировать в Витебском регионе субъекты «гибридного» текстильного холдинга. Разработанный пакет методик реализован в рамках гранта НИР «Обоснование направлений повышения конкурентоспособности предприятий на основе создания интеграционных структур» (№ ГР 20150526, 2015 г.), также НИР «Исследование и обоснование направлений экономического развития и повышения конкурентоспособности экономических систем» (№ ГР 20132735, 2012–2016 гг.) [1–А–4–А, 6–А–8–А,

11-А, 15-А, 16-А, 19-А, 22-А, 25-А-27-А, 28-А, 35-А, 36-А, 44-А-46-А, 49-А-54-А, 61-А, 63-А, 65-А, 66-А, 69-А-72-А, 74-А-78-А].

3. Разработан организационный механизм создания «гибридного» холдинга в текстильном и швейном производстве, включающий:

а) структурную схему состава участников «гибридного» текстильного холдинга «Белорусский лен»; состав органов, обеспечивающих сетевое сотрудничество (Координационный совет холдинга, Рабочая группа по сетевому сотрудничеству), их цели и задачи; разработанные Положения о функционировании соответствующих органов;

б) методы сетевого сотрудничества по факторам конкурентоспособности («персонал», «инновации», «маркетинг»), новые для текстильного и швейного производства;

в) меры развития сетевого сотрудничества на двух уровнях: внутриорганизационное сотрудничество (предложен инструментарий – Кодекс корпоративного поведения); межорганизационное сотрудничество (обучение, пропаганда значения сетевого сотрудничества в холдинге, трансляция через менеджмент, материальное стимулирование сотрудничества).

Разработанный организационный механизм создания «гибридного» текстильного холдинга реализован в рамках НИР: «Исследование и обоснование направлений экономического развития и повышения конкурентоспособности экономических систем» (№ ГР 20132735, 2012–2016 гг.), «Обоснование направлений повышения конкурентоспособности предприятий на основе создания интеграционных структур» (№ ГР 20150526, 2015 г.) [3-А, 5-А, 6-А-8-А, 10-А, 11-А-14-А, 17-А, 19-А, 21-А, 24-А, 26-А, 27-А, 29-А-36-А, 39-А-48-А, 52-А-56-А, 60-А-64-А, 68-А, 71-А, 73-А-75-А, 77-А].

4. Разработан экономический механизм интеграции предприятий текстильного и швейного производства в «гибридный» холдинг, включающий:

а) меры и инструменты экономического стимулирования субъектов «гибридного» холдинга для: «жесткого» холдинга (льготы по налогу на прибыль, кредитам, гранты на поддержку инвестиционных проектов) и «мягкой» формы интеграции (льготы по налогу на прибыль, НДС, кредитам, совместное финансирование проектов), что позволит повысить конкурентоспособность холдинга «Белорусский лен» в целом за счет преимуществ не только кооперации и специализации в «жестком» холдинге, но и сетевого сотрудничества стейкхолдеров «мягкой» формы интеграции;

б) методику оценки экономической эффективности создания «гибридного» текстильного холдинга на основе экспертной оценки изменения показателей экономического эффекта (выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг, прибыль от реализации продукции, товаров, работ, услуг, объем инвестиций в основной капитал) и эффективности (рентабельность продаж, рен-

табельность инвестиций) от создания «гибридного» холдинга; апробация методики показала, что создание «гибридного» холдинга в текстильном и швейном производстве в Витебском регионе является экономически эффективным. В результате создания «гибридного» холдинга выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг возрастет на 24,87 %; прибыль от реализации продукции, товаров, работ, услуг увеличится на 44,65 %; рентабельность продаж субъектов «гибридного» холдинга увеличится на 1,74 процентных пункта; рентабельность инвестиций увеличится в целом на 6,34 процентных пункта.

Экономический механизм создания «гибридного» текстильного холдинга реализован в рамках НИР: «Обоснование направлений повышения конкурентоспособности предприятий на основе создания интеграционных структур» (№ ГР 20150526, 2015 г.) [З–А, 57–А].

Рекомендации по практическому использованию результатов.

Практическая значимость исследования заключается в разработке: концептуальных подходов, методического обеспечения и рекомендаций по анализу интеграционных процессов; механизмов организации «гибридного» холдинга и экономического стимулирования сетевого сотрудничества, применение которых позволит повысить конкурентоспособность предприятий в Республике Беларусь. Эти результаты могут быть использованы организациями различных форм собственности и видов экономической деятельности, органами государственного управления, облисполкомами, концерном «Беллегпром» для разработки: стратегии повышения конкурентоспособности предприятий, включая стратегию интеграции; стратегии устойчивого развития регионов. Содержащиеся в работе выводы и предложения могут быть применены при разработке законодательных документов в области организации и совершенствования деятельности холдингов.

Результаты исследования использованы Комитетом экономики Витебского облисполкома (справка о возможном практическом использовании результатов диссертационного исследования от 07.12.2016 г.), ОДО «Витебский бизнес-центр» (справка о возможном практическом использовании результатов исследования от 15.11.2016 г.), РУПТП «Оршанский льнокомбинат» (акт о внедрении НИР от 16.06.2011 г., акт о внедрении НИР от 01.06.2016 г.), ОАО «Знамя индустриализации», г. Витебск (акт о внедрении НИР от 27.06.2012 г.), ЗАО ОПТФ «Світанак», г. Орша (акт о внедрении НИР от 01.06.2016 г., акт о внедрении НИР от 01.06.2016 г.).

Экономическая значимость исследования заключается в разработке организационно-экономического механизма создания «гибридного» холдинга, внедрение которого позволит повысить конкурентоспособность и эффективность субъектов за счет ресурса «интеграция», а также повысить конкурентоспособность региональной и национальной экономики.

Социальная значимость заключается в реализации механизмов создания «гибридного» холдинга, способствующих, во-первых, повышению качества и конкурентоспособности производимой продукции, а значит, повышению потребительской удовлетворенности населения; во-вторых, повышению уровня доходов работников холдинга в результате более эффективной его деятельности. Все это в целом способствует повышению уровня и качества жизни населения Республики Беларусь.

Результаты диссертационного исследования используются в образовательном процессе УО «Витебский государственный технологический университет» по дисциплинам «Маркетинг», «Бизнес-планирование», «Стратегический маркетинг», что подтверждено актами о внедрении от 19.09.2011 г., 25.06.2012 г., 25.06.2012 г., 21.06.2016 г., 21.06.2016 г.

СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ СОИСКАТЕЛЯ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ

Монографии

1–А. Вайлунова, Ю. Г. Повышение конкурентоспособности предприятий на основе развития партнерских отношений / Ю. Г. Вайлунова // Управление производством конкурентоспособной и востребованной продукцией / В. Т. Прохоров [и др.] ; под общ. ред. В. Т. Прохорова. — Новочеркасск : ЮРГТУ (НПИ), 2012. — 280 с. — С. 209–235.

2–А. Вайлунова, Ю. Г. Маркетинг партнерских отношений на рынке образовательных услуг / Ю. Г. Вайлунова // Маркетинг образовательных услуг ; под общ. ред. О. В. Прокопенко. — Ruda Śląska : «Drukarnia i Studio Graficzne Omnidium», 2016. — 168 с. — С. 99–107.

3–А. Вайлунова, Ю. Г. Механизмы повышения конкурентоспособности текстильного и швейного производства Республики Беларусь на основе создания интеграционных структур / Ю. Г. Вайлунова // Инновации в текстильной промышленности / [авт. кол. : А. С. Дягилев, Н. Н. Самутина, О. М. Катович и др.]. — Витебск : УО «ВГТУ», 2016. — 222 с. — С. 177–197.

Статьи в научных рецензируемых журналах, входящих в перечень научных изданий Республики Беларусь для опубликования результатов диссертационных исследований

4–А. Вайлунова, Ю. Г. Теоретико-методические аспекты оценки уровня развития партнерских отношений предприятий в контексте конкурентоспособ-

ности / Ю. Г. Вайлунова // Вестник Витебского государственного технологического университета. — 2012. — № 23. — С. 137–144.

5–А. Вайлунова, Ю. Г. Сетевые формы интеграции как направление повышения конкурентоспособности текстильной и швейной промышленности / Ю. Г. Вайлунова // Вестник Полоцкого государственного университета. Секция D «Экономические и юридические науки. Экономика и управление». — 2014. — № 5. — С. 38–45.

6–А. Вайлунова, Ю. Г. Сетевые структуры и их роль в повышении конкурентоспособности предприятий / Ю. Г. Вайлунова // Экономика и банки. — 2014. — № 2. — С. 53–60.

7–А. Вайлунова, Ю. Г. Обоснование направлений повышения конкурентоспособности текстильного и швейного производства в Беларуси на основе развития концепции цепочки ценностей / Ю. Г. Вайлунова // Вестник Витебского государственного технологического университета. — 2015. — № 28. — С. 162–173.

8–А. Вайлунова, Ю. Г. Институциональные методы стимулирования сетевого взаимодействия субъектов холдинга / Ю. Г. Вайлунова // Вестник Витебского государственного технологического университета. — 2016. — № 1(30). — С. 117–129.

Статьи в научных рецензируемых журналах

9–А. Vailunova, Y. G. Stakeholder theory: theoretical paradigm of improving synergy of market structures / Y. G. Vailunova // Economics and Culture. Riga. — 2013. — № 8. — P. 61–69.

10–А. Вайлунова, Ю. Г. Развитие сетевых связей как направление маркетинговой стратегии предприятия / Ю. Г. Вайлунова // Динамика систем, механизмов и машин. — 2014. — № 5. — С. 101–103.

11–А. Вайлунова, Ю. Г. Развитие межорганизационных связей как инструмента повышения конкурентоспособности бизнес-субъектов / Ю. Г. Вайлунова // Современные технологии управления. — 2015. — № 2 (50). — Режим доступа: <http://sovman.ru>.

12–А. Вайлунова, Ю. Г. Развитие межорганизационных связей как инструмента повышения конкурентоспособности бизнес-субъектов / Ю. Г. Вайлунова // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. — 2015. — № 3 (43). — Режим доступа: <http://eee-region.ru/article/4302/>.

13–А. Vailunova, Y. G. The public-private partnership strategy in the context of innovative development of economy in Belarus / Y. G. Vailunova, G. A. Yaheva // Economics and culture : The University College of Economics and Culture. — 2015. — № 11. — P. 83–94.

Статьи в сборнике научных трудов

14–А. Вайлунова, Ю. Г. Интеграционные процессы как основа повышения конкурентоспособности предприятия / Ю. Г. Вайлунова, Г. А. Яшева // Институт сервиса и туризма Донского государственного технического университета. Социально-экономические и технико-технологические проблемы развития сферы услуг : сб. науч. тр. : в 2 ч. / РИО РТИСТ ЮРГУЭС. — Ростов н/Д, 2013. — Ч. 1. — Т. 2. — С. 356–365.

15–А. Вайлунова, Ю. Г. Новая парадигма маркетинга партнерских отношений в антикризисной программе организации / Ю. Г. Вайлунова // Актуальные проблемы образования и общества : сб. науч. тр. : в 2 т. / Филиал НОЧУ ВПО «МСГИ» ; ред. В. Г. Константинова. — Ярославль, 2013. — Т. 1. — С. 246–248.

Статьи в сборниках научных статей

16–А. Вайлунова, Ю. Г. Теория заинтересованных сторон как фактор повышения конкурентоспособности предприятия / Ю. Г. Вайлунова, Г. А. Яшева // Теоретические знания – в практические дела : сб. науч. ст. XIII Международной научно-инновационной конференции, Омск, 16–21 апреля 2012 г. : в 2 ч. / Филиал ФГБОУ ВПО «МГУТУ имени К.Г. Разумовского» ; редкол.: З. В. Власова [и др.]. — Омск, 2012. — Ч. 1. — С. 196–199.

17–А. Вайлунова, Ю. Г. Модель управления заинтересованными сторонами в процессе реализации стратегии и конкурентоспособности предприятия / Ю. Г. Вайлунова // Перспективы инновационного развития Республики Беларусь : сб. науч. статей III Международной научно-практической конференции, Брест, 26–28 апреля 2012 г. // Брестский гос. техн. ун-т ; редкол.: А. М. Омелянюк [и др.]. — Брест, 2012. — С. 6–7.

18–А. Вайлунова, Ю. Г. Направления научно-технологического сотрудничества в Евразийском союзе / Ю. Г. Вайлунова // Единое экономическое пространство: новые возможности социально-экономического развития : сб. науч. ст. из материалов Евразийского научного форума, Санкт-Петербург, 22–23 ноября 2012 г. : в 2 ч. / МИЭП ; под общ. ред. М. С. Туровской, Ю. М. Ипатова. — Санкт-Петербург, 2012. — Ч. 1. — С. 64–68.

19–А. Вайлунова, Ю. Г. Развитие интеграционных связей как условие повышения конкурентоспособности предприятия / Ю. Г. Вайлунова, Г. А. Яшева // Теоретические знания – в практические дела : сб. науч. статей XIV Международной научно-инновационной конференции аспирантов, студентов и молодых исследователей, Омск, 22–27 апреля 2013 г. : в 2 ч. / Филиал ФГБОУ

ВПО «МГУТУ имени К.Г. Разумовского» ; редкол.: З. В. Власова [и др.]. — Омск, 2013. — Ч. 1. — С. 197–199.

20–А. Вайлунова, Ю. Г. Совершенствование управления взаимоотношениями с клиентами предприятия / Ю. Г. Вайлунова // Перспективы инновационного развития Республики Беларусь : сб. науч. статей IV Международной научно-практической конференции, Брест, 25–26 апреля 2013 г. / Брестский гос. техн. ун-т ; редкол.: А. М. Омелянюк [и др.]. — Брест : Альтернатива, 2013. — С. 114–116.

21–А. Вайлунова, Ю. Г. Антикризисная маркетинговая стратегия как часть антикризисной бизнес-стратегии предприятия / Ю. Г. Вайлунова // Менеджмент, маркетинг и современные бизнес-коммуникации : сб. науч. статей Международной научно-практической конференции, посвященной 35-летию кафедры менеджмента и 20-летию кафедры маркетинга, Гомель, 27–28 ноября 2013 г. / УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации» ; редкол.: С. Н. Лебедева [и др.] ; под научн. ред. д.э.н., проф. С. Н. Лебедевой. — Гомель, 2013. — С. 82–84.

22–А. Вайлунова, Ю. Г. Роль маркетинга взаимоотношений в деятельности предприятия / Ю. Г. Вайлунова // Теоретические знания – в практические дела : сб. науч. статей XV Международной научно-инновационной конференции аспирантов, студентов и молодых ученых с элементами научной школы, Омск, 1–8 апреля 2014 г. : в 2 ч. / Филиал ФГБОУ ВПО «МГУТУ имени К.Г. Разумовского» ; редкол.: З. В. Власова [и др.]. — Омск, 2014. — Ч. 1. — С. 139–142.

23–А. Вайлунова, Ю. Г. Интеграционное взаимодействие бизнес-субъектов в рыночной экономике / Ю. Г. Вайлунова // Перспективы инновационного развития Республики Беларусь : сб. науч. статей V Международной научно-практической конференции, Брест, 24–25 апреля 2014 г. ; редак. М. Омелянюк [и др.]. — Брест : Альтернатива, 2014. — С. 15–17.

24–А. Вайлунова, Ю. Г. Event-marketing как инструмент прямой коммуникации с клиентами [Электронный ресурс] / Ю. Г. Вайлунова // Корпоративные стратегические коммуникации : сб. науч. ст. / БГУ ; редкол.: С. В. Дубовик [и др.]. — № 2. — Электрон. дан. (10,93 Мб). — Минск : Изд. центр БГУ, 2016. — С. 42–46.

Материалы конференций

25–А. Коноплева, Ю. Г. Конкурентоспособность предприятий: оценка и направления повышения (на примере легкой промышленности) / Ю. Г. Коноплева, Г. А. Яшева // Образование XXI века : материалы X(55) итоговой научно-практической конференции, Витебск, 24–25 марта 2010 г. / УО «ВГУ

им. П. М. Машерова» ; редкол.: А. П. Солодков (гл. ред.) [и др.]. — Витебск, 2010. — С. 282–284.

26–А. Коноплева, Ю. Г. Оценка эффективности маркетинга на предприятии / Ю. Г. Коноплева, Г. А. Яшева // Модели посткризисного развития стран: анализ и прогноз : материалы I Международной научно-практической конференции молодых ученых и студентов, Таллин, 13–14 мая 2010 г. / Институт экономики и управления ЕСОМЕН ; редкол.: Х. З. Барабанер [и др.]. — Таллин, 2010. — С. 165–168.

27–А. Коноплева, Ю. Г. Роль маркетинга партнерских отношений в повышении конкурентоспособности предприятий / Ю. Г. Коноплева, Г. А. Яшева // Твой бизнес : материалы докладов III Международного экономического форума, Витебск, 24 ноября 2010 г. / ККУП «Витебский областной центр маркетинга» ; редкол.: В. В. Пятов [и др.]. — Витебск, 2010. — С. 30–32.

28–А. Коноплева, Ю. Г. Анализ партнеров и партнерских отношений на РУПТП «Оршанский льнокомбинат» / Ю. Г. Коноплева, Г. А. Яшева // 44 НТК преподавателей и студентов университета : материалы докладов, Витебск, 20 апреля 2011 г. / УО «ВГТУ» ; редкол.: В. В. Пятов [и др.]. — Витебск, 2011. — С. 151–153.

29–А. Коноплева, Ю. Г. Основные направления формирования маркетинга баз данных в организации / Ю. Г. Коноплева, Г. А. Яшева // Молодые ученые – развитию текстильной и легкой промышленности (ПОИСК-2011) : сборник материалов межвузовской научн. конф., Иваново, 26–28 апреля 2011 г. : в 2 ч. / ИГТА ; редкол.: Г. И. Чистобородов [и др.]. — Иваново, 2011. — Ч. 2. — С.8–10.

30–А. Коноплева, Ю. Г. Формирование клиентской базы с использованием CRM-технологий / Ю. Г. Коноплева // Социально-экономическое развитие организаций и регионов Беларуси: цели, приоритеты, механизмы структурных преобразований : материалы докладов Международной научно-практической конференции, Витебск, 27–28 октября 2011 г. : в 2 ч. / УО «ВГТУ» ; редкол.: В. В. Пятов [и др.]. — Витебск, 2011. — Ч. 1. — С. 216–219.

31–А. Вайлунова, Ю. Г. Роль теории заинтересованных сторон в процессе реализации стратегии предприятия / Ю. Г. Вайлунова // XV (пятнадцатая) научная сессия преподавателей и студентов : материалы, Витебск, 20 апреля 2012 г. / ВФ УО ФПБ «Международный университет «МИТСО» ; редкол.: В. А. Космач (отв. ред.) [и др.]. — Витебск, 2012. — С. 76–78.

32–А. Vailunova, Y. G. Use of CRM-systems for formation of customer base / Y. G. Vailunova, G. Yashava // European and national context in research materials

of IV junior researchers conference, Novopolonsk, 27–28 april 2012 : 3 part / Polotsk State University ; publ.: D. N. Lazouski [other]. — Novopolonsk, 2012. — P. 2. — С. 30–32.

33–А. Вайлунова, Ю. Г. Использование концепции маркетинга партнерских отношений в повышении эффективности деятельности предприятий текстильной и легкой промышленности / Ю. Г. Вайлунова // Молодые ученые – развитию текстильной и легкой промышленности» (Поиск-2012) : сборник материалов межвузовской научно-технической конференции аспирантов и студентов, Иваново, 23–25 апреля 2012 г. : в 2 ч. / ИГТА ; редкол.: Г. И. Чистобородов [и др.]. — Иваново, 2012. — Ч. 1. — С. 275–276.

34–А. Вайлунова, Ю. Г. Обоснование использования маркетинга баз данных на предприятиях текстильной и легкой промышленности / Ю. Г. Вайлунова // Современные наукоемкие технологии и перспективные материалы текстильной и легкой промышленности» (Прогресс – 2012) : сборник материалов Международной научно-технической конференции, Иваново, 23–25 апреля 2012 г. : в 2 ч. / ИГТА ; редкол.: Г. И. Чистобородов [и др.]. — Иваново, 2012. — Ч. 2. — С. 132–133.

35–А. Вайлунова, Ю. Г. Повышение конкурентоспособности предприятия на основе теории заинтересованных сторон / Ю. Г. Вайлунова // 45 Республиканская научно-техническая конференция преподавателей и студентов, посвященная Году книги : материалы докладов, Витебск, 27 апреля 2012 г. / УО «ВГТУ» ; редкол.: Е. В. Ванкевич [и др.]. — Витебск, 2012. — С. 307–310.

36–А. Вайлунова, Ю. Г. Клиентоориентированный подход к ведению бизнеса с использованием CRM-систем / Ю. Г. Вайлунова // Устойчивое развитие экономики: международные и национальные аспекты : материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 20-летию финансово-экономического факультета, Новополоцк, 25–26 октября 2012 г. : в 2 ч. / Полоцкий государственный университет ; редкол.: Д. Н. Лазовский [и др.] ; под общ. ред. Н. Л. Белорусовой. — Полоцк, 2012. — Ч. 2. — С. 17–21.

37–А. Вайлунова, Ю. Г. Теоретические аспекты развития интеграционных связей на микроуровне / Ю. Г. Вайлунова // Теоретико-методологические и прикладные аспекты государственного управления : материалы XVII Респ. науч.-практ. конф. молодых ученых, аспирантов и студ., Минск, 22 марта 2013 г. / Акад. Упр. при Президенте Респ. Беларусь ; редкол.: Ю. К. Абухович [и др.] ; под общ. ред. А. Н. Рябовой. — Минск, 2013. — С. 271–273.

38–А. Вайлунова, Ю. Г. Роль интеграции в деятельности предприятия / Ю. Г. Вайлунова // XVI научная сессия преподавателей и студентов : сборник Материалов докладов, Витебск, 18–19 апреля 2013 г. : в 2 ч. / Витебский

филиал Международного университета «МИТСО» ; редкол.: В. А. Космач (отв. ред.) [и др.]. — Витебск, 2013. — Ч. 1. — С. 81–82.

39–А. Вайлунова, Ю. Г. Управление партнерскими отношениями на предприятиях легкой промышленности / Ю. Г. Вайлунова // 46 Республиканская научно-техническая конференция преподавателей и студентов: материалы докладов, Витебск, 24 апреля 2013 г. / УО «ВГТУ» ; редкол.: Е. В. Ванкевич [и др.]. — Витебск, 2013. — С. 124–126.

40–А. Вайлунова, Ю. Г. Роль поставщиков и клиентов в деятельности предприятия легкой промышленности / Ю. Г. Вайлунова // Современные наукоемкие технологии и перспективные материалы текстильной и легкой промышленности (Прогресс – 2013) : сборник материалов Международной научно-технической конференции, Иваново, 28–30 мая 2013 г. : в 2 ч. / Текстильный институт ИВГПУ ; редкол.: Г. И. Чистобородов [и др.]. — Иваново, 2013. — Ч. 1. — С. 447–449.

41–А. Вайлунова, Ю. Г. Межорганизационные сетевые взаимодействия в условиях новой экономики / Ю. Г. Вайлунова // Міжнародна стратегія економічного розвитку регіону : матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції, Суми, 3–5 вересня 2013 р. / СумДУ ; за заг. ред. О. В. Прокопенко. — Суми, 2013. — С. 98–100.

42–А. Вайлунова, Ю. Г. Формирование партнерских отношений во внутренней среде предприятия / Ю. Г. Вайлунова // Економіка та менеджмент: перспективи розвитку : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції, Суми, 6–8 вересня 2013 р. / СумДУ ; за заг. ред. О. В. Прокопенко. — Суми, 2013. — с. 165–167.

43–А. Вайлунова, Ю. Г. Партнерские отношения между предприятиями Евразийского пространства: значение, направления развития / Ю. Г. Вайлунова // Исследования молодых ученых Евразии: успехи, проблемы, перспективы : материалы научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 28–29 ноября 2013 г. / МИЭП при МПА ЕврАзЭС ; под ред. М. Ю. Спириной, А. А. Торопыгиной. — Санкт-Петербург, 2013. — С. 45–52.

44–А. Вайлунова, Ю. Г. Маркетинговый подход к интеграции хозяйствующих субъектов / Ю. Г. Вайлунова, Г. А. Яшева // Теоретико-методологические и прикладные аспекты государственного управления: материалы XVIII Респ. науч.-практ. конф. молодых ученых, аспирантов и студ. [Электронный ресурс], Минск, 21 марта 2014 г. / Акад. упр. при Президенте РБ ; редкол.: С. М. Алейникова [и др.]; под общ. ред. А. Н. Рябовой. — Минск, 2014. — С. 285–287.

45–А. Вайлунова, Ю. Г. Направления развития межфирменного сотрудничества в текстильной и швейной промышленности / Ю. Г. Вайлунова // Молодые ученые – развитию текстильно-промышленного кластера (Поиск–

2014) : сборник материалов межвузовской научно-технической конференции аспирантов и студентов, Иваново, 23–25 апреля 2014 г. : в 2 ч. / Иванов. гос. политехн. ун-т ; редкол.: Р. М. Алоян [и др.]. — Иваново, 2014. — Ч. 1. — С. 183–184.

46–А. Вайлунова, Ю. Г. Партнерство как механизм повышения конкурентоспособности высших учебных заведений / Ю. Г. Вайлунова // Перспективы, организационные формы, эффективность развития сотрудничества российских и зарубежных ВУЗов : сборник материалов Международной научно-практической конференции, Королев, 24–25 апреля 2014 г. / Финансово-технологическая академия. — Королев МО : Канцлер, 2014. — С. 312–319.

47–А. Вайлунова, Ю. Г. Маркетинговая стратегия взаимоотношений с клиентами предприятия / Ю. Г. Вайлунова // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції імені проф. О. Ф. Балацького, Суми, 6–8 травня 2014 р. : у 2 т. / Сумський державний університет ; за заг. ред. О. В. Прокопенко, О. В. Люльова. — Суми, 2014. — Т. 1. — С. 196–198.

48–А. Вайлунова, Ю. Г. Повышение конкурентоспособности легкой промышленности на основе использования концепций межфирменного взаимодействия / Ю. Г. Вайлунова // Экономическая теория в XXI веке: поиск эффективных механизмов хозяйствования : материалы международной научно-практической конференции, Новополюцк, 23–24 октября 2014 г. : в 2 ч. / Полоцкий государственный университет ; редкол.: Д. Н. Лазовский [и др.] ; под общ. ред. И. В. Зеньковой. — Ч. 1. — С. 225–228.

49–А. Вайлунова, Ю. Г. Критерии оценки уровня и качества развития интеграционных связей с партнерами / Ю. Г. Вайлунова // Економіка та менеджмент: перспективи розвитку : матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції, Суми, 20 листопада 2014 р. / СумДУ ; за заг. ред. О. В. Прокопенко. — Суми, 2014. — С. 89–91.

50–А. Вайлунова, Ю. Г. Обоснование оценки маркетингового потенциала на предприятиях легкой промышленности / Ю. Г. Вайлунова, Г. А. Яшева // Теоретико-методологические и прикладные аспекты государственного управления : материалы XIX Респ. науч.-практ. конференции молодых ученых и студентов, Минск, 20 марта 2015 г. / Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь ; редкол.: С. В. Борико [и др.] ; под общ. ред. И. И. Ганчеренка. — Минск, 2015. — С. 296–297.

51–А. Вайлунова, Ю. Г. Маркетинг взаимодействия как объект стратегического планирования предприятий текстильного и швейного производства / Ю. Г. Вайлунова // Молодые ученые – развитию текстильно-промышленного кластера (Поиск – 2015) : сборник материалов межвузовской

научно-технической конференции аспирантов и студентов, Иваново, 21–23 апреля 2015 г. : в 2 ч. / Иванов. гос. политехн. ун-т ; редкол.: Р. М. Алоян [и др.]. — Иваново, 2015. — Ч. 2. — С. 5–6.

52–А. Вайлунова, Ю. Г. Направления повышения эффективности текстильного и швейного производства на основе концепции маркетинга партнерских отношений / Ю. Г. Вайлунова // 48 Международная научно-техническая конференция преподавателей и студентов, посвященная 50-летию университета : материалы докладов, Витебск, 22 апреля 2015 г. : в 2 т. / УО «ВГТУ» ; редкол.: Е. В. Ванкевич [и др.]. — Витебск, 2015. — Т. 1. — С. 189–191.

53–А. Яшева, Г. А. Интеграционные структуры в повышении конкурентоспособности предприятий текстильного и швейного производства / Г. А. Яшева, Ю. Г. Вайлунова, К. В. Дворянкина // Земля, труд и капитал: трансформация факторов производства в новой экономике. Вызовы и решения: материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 150-летию К.К. Незабытовского, Витебск, 27 июня 2015 г. / Полоцкий государственный университет ; редкол.: Г. А. Яшева [и др.]. — Витебск : ООО «Центр ЭСТИС», 2015. — С. 38–41.

54–А. Яшева, Г. А. Повышение эффективности текстильного производства Витебского региона на основе создания холдинга / Г. А. Яшева, Ю. Г. Вайлунова // Социально-экономическое развитие организаций и регионов Беларуси: эффективность и инновации : материалы докладов Международной научно-практической конференции, Витебск, 28–29 октября 2015 г. / УО «ВГТУ» ; редкол.: Е. В. Ванкевич [и др.]. — Витебск, 2015. — С. 367–370.

55–А. Ставров, М. Н. Значение и методы трейд маркетинговых мероприятий для целевых стейкхолдеров / М. Н. Ставров, Ю. Г. Вайлунова // Молодежь СНГ: вектор – на интеграцию : материалы Международного научного симпозиума, Санкт-Петербург, 18 декабря 2015 г. : в 2 ч. / МИЭП при МПА ЕвразЭС ; редкол.: М. Ю. Спирина [и др.]. — Санкт-Петербург, 2016. — Ч. 2. — С. 99–103.

56–А. Яшева Г. А. Инновационные маркетинговые технологии как фактор развития малого и среднего бизнеса в Республике Беларусь / Г. А. Яшева, Ю. Г. Вайлунова // Инновационное предпринимательство и защита интеллектуальной собственности в Евразийском экономическом союзе : сборник материалов Международной научно-практической конференции, Архангельск, 24–25 марта 2016 г. : в 2 ч. / Институт управления ; редкол.: Н. А. Голикова [и др.]. — Архангельск, 2016. — Ч. 1. — С. 33–41.

57–А. Вайлунова, Ю. Г. Обоснование методов прогнозирования и моделирования экономического эффекта интеграции / Ю. Г. Вайлунова, Г. А. Яшева // Моделирование в технике и экономике : материалы Международной

научно-практической конференции, Витебск, 23–24 марта 2016 г. / УО «ВГТУ» ; редкол.: Е. В. Ванкевич [и др.]. — Витебск, 2016. — С. 228–231.

58–А. Яшева Г. А. Создание межорганизационных альянсов как направление повышения конкурентоспособности бизнес-субъектов / Г. А. Яшева, И. Ю. Семенчукова, Ю. Г. Вайлунова // Коммуникация в социально-гуманитарном знании, экономике, образовании. Организационная коммуникация – 2016 : материалы Международной научно-практической конференции, Минск, 7–9 апреля 2016 г. / БГУ ; О. В. Терещенко (отв. ред.) [и др.]. — Минск : Изд. центр БГУ, 2016. — С. 396–399.

59–А. Вайлунова, Ю. Г. Значение и направление развития интеграционных процессов на предприятиях текстильного и швейного производства Республики Беларусь / Ю. Г. Вайлунова // Актуальные вопросы современной науки и образования : материалы Международной научно-практической конференции, Киров, 19–22 апреля 2016 г. : в 2 т. / Московский финансово-юридический университет МФЮА, Кировский филиал ; редкол.: О. К. Акулова [и др.]. — Киров : Старая Вятка, 2016. — Т. 1. — С. 733–738.

60–А. Вайлунова, Ю. Г. Направления сетевого сотрудничества в текстильном и швейном производстве / Ю. Г. Вайлунова // 49 Международная научно-техническая конференция преподавателей и студентов : материалы докладов, Витебск, 23 апреля 2016 г. ; в 2 т. / УО «ВГТУ» ; редкол.: Е. В. Ванкевич [и др.]. — Витебск, 2016. — Т. 1. — С. 271–273.

61–А. Вайлунова, Ю. Г. Бриджинг или взаимодействия со стейкхолдерами предприятия: значение и направления реализации / Ю. Г. Вайлунова // Молодые ученые – развитию текстильно-промышленного кластера (Поиск – 2016) : сб. материалов межвуз. науч.-техн. конф. аспирантов и студентов (с междунар. участием), Иваново, 25–29 апреля 2016 г. : в 2 ч. / Иванов. гос. политехн. ун-т ; редкол.: Р. М. Алоян [и др.]. — Иваново, 2016. — Ч. 1. — С. 290–291.

62–А. Ставров, М. Н. Формирование и продвижение брендов на рынке Республики Беларусь / М. Н. Ставров, Ю. Г. Вайлунова // Молодые ученые – развитию текстильно-промышленного кластера (Поиск – 2016) : сб. материалов межвуз. науч.-техн. конф. аспирантов и студентов (с междунар. участием), Иваново, 25–29 апреля 2016 г. : в 2 ч. / Иванов. гос. политехн. ун-т ; редкол.: Р. М. Алоян [и др.]. — Иваново, 2016. — Ч. 1. — С. 282–283.

63–А. Вайлунова, Ю. Г. Направления модернизации текстильной промышленности Беларуси на основе создания «гибридного» холдинга / Ю. Г. Вайлунова // Проблемы прогнозирования и государственного регулирования социально-экономического развития : материалы XVII Международной научной конференции, Минск, 20–21 октября 2016 г. : в 3 т. / НИЭИ

Министерства экономики Республики Беларусь ; редкол.: А. В. Червяков [и др.]. — Минск, 2016. — Т. 2. — С. 211–212.

64–А. Яшева, Г. А. Методы государственной поддержки инновационно-промышленных кластеров / Г. А. Яшева, Ю. Г. Вайлунова // Экономическая теория в XXI веке: поиск эффективных механизмов хозяйствования : материалы II Междунар. науч.-практ. конф., Полоцк, 20–21 октября 2016 г. : в 2 ч. / Полоц. гос. ун-т ; под ред. И. В. Зеньковой. — Новополоцк, 2016. — Ч. 1. — С. 169–175.

65–А. Vailunova, Y. The competitiveness of textile and clothing industry in the Republic of Belarus: evaluation and ways to improve / Y. Vailunova // Національна економіка в умовах глобалізації: тенденції, проблеми та перспективи : Матеріали IV Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції студентів, аспірантів та молодих учених, Полтава, 23 листопада 2016 р. : в 2 т. / ПолтНТУ ; редкол.: І. Б. Чичкало-Кондрацька [и др.]. — Полтава, 2016. — Т. 2. — С. 8–9.

Тезисы конференций

66–А. Коноплева, Ю. Г. Оценка эффективности маркетинговой деятельности / Ю. Г. Коноплева, Г. А. Яшева // 43 НТК преподавателей и студентов университета : тезисы докладов, Витебск, 21 апреля 2010 / УО «ВГТУ» ; редкол.: В. В. Пятов [и др.]. — Витебск, 2010. — С. 74–75.

67–А. Коноплева, Ю. Г. Анализ ценности клиентов на РУПТП «Оршанский льнокомбинат» / Ю. Г. Коноплева, Г. А. Яшева // 44 НТК преподавателей и студентов университета : тезисы докладов, Витебск, 20 апреля 2011 г. / УО «ВГТУ» ; редкол.: В. В. Пятов [и др.]. — Витебск, 2011. — С. 83.

68–А. Коноплева, Ю. Г. Развитие маркетинга партнерских отношений в текстильной промышленности / Ю. Г. Коноплева, Г. А. Яшева // НИРС–2011 : сборник тезисов докладов Республиканской научной конференции студентов и аспирантов Республики Беларусь, Минск, 18 октября 2011 г. / БГУ ; редкол.: С. В. Абламейко [и др.]. — Минск, 2011. — С. 325.

69–А. Vailunova, Y. G. Use of CRM-systems for formation of customer base / Y. G. Vailunova // The 54 international scientific conference of Daugavpils university : abstracts, Daugavpils, 12 April 2012 / Daugavpils university ; publ.: A. Barševskis [other]. — Daugavpils, 2012. — P. 74.

70–А. Вайлунова, Ю. Г. Формирование конкурентоспособности предприятия на основе теории стейкхолдеров / Ю. Г. Вайлунова // Проблемы формирования и развития инновационной экономики : тезисы докл. Международн. науч.-практ. конф., Гомель, 11 октября 2012 г. / М-во

образования Респ. Белорус. гос. ун-т трансп. ; под ред. И. А. Елового. — Гомель, 2012. — С. 169–171.

71–А. Вайлунова, Ю. Г. Концепция стейкхолдеров в повышении конкурентоспособности предприятий / Ю. Г. Вайлунова, Г. А. Яшева // «Современные технологии и оборудование текстильной промышленности» (Текстиль–2012) : тез. докл. Международной научно-технической конференции, Москва, 13–14 ноября 2012 г. : в 2 ч. / ФГБОУ ВПО «МГТУ им. А.Н. Косыгина» ; под ред. К. Э. Разумеев. — Москва, 2012. — Ч. 2. — С. 96–97.

72–А. Вайлунова, Ю. Г. Обоснование развития интеграционных процессов на предприятии / Ю. Г. Вайлунова // The 55 international scientific conference of Daugavpils university : abstracts, Daugavpils, 10–12 April 2013 / Daugavpils university ; publ.: A. Barševskis [other]. — Daugavpils, 2013. — С. 114.

73–А. Вайлунова, Ю. Г. Управление интеграционными связями на предприятиях легкой промышленности / Ю. Г. Вайлунова // 46 Республиканская научно-техническая конференция преподавателей и студентов: тезисы докладов, Витебск, 24 апреля 2013 г. / УО «ВГТУ» ; редкол.: Е. В. Ванкевич [и др.]. — Витебск, 2013. — С. 57.

74–А. Вайлунова, Ю. Г. Маркетинг доверия как способ повышения эффективности взаимодействия партнеров / Ю. Г. Вайлунова // The 56 international scientific conference of Daugavpils university : abstracts, Daugavpils, 9–11 April 2014 / Daugavpils university ; publ.: A. Barševskis [other]. — Daugavpils, 2014. — С. 95.

75–А. Вайлунова, Ю. Г. Значение развития интеграционных связей на предприятии / Ю. Г. Вайлунова // 47 Международная научно-техническая конференция преподавателей и студентов : тезисы докладов, Витебск, 23 апреля 2014 г. / УО «ВГТУ» ; редкол.: Е. В. Ванкевич [и др.]. — Витебск, 2014. — С. 98–99.

76–А. Вайлунова, Ю. Г. Межфирменное сотрудничество: сущность, принципы, направления развития / Ю. Г. Вайлунова // The 57 international scientific conference of Daugavpils university : abstracts, Daugavpils, 16–17 April 2015 / Daugavpils university ; publ.: A. Barševskis [other]. — Daugavpils, 2015. — С. 56.

77–А. Яшева, Г. А. Формы маркетинга партнерских отношений в повышении конкурентоспособности предприятий / Г. А. Яшева, Ю. Г. Вайлунова, К. В. Дворянкина // Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу : збірник тез. доповідей ІХ Міжнародної науково-практичної конференції, Суми, 24–25 вересня 2015 р. / Сумський державний університет. — Суми : ФОП Ткачов О. О., 2015. — С. 205–209.

78–A. Vailunova, Y. Integration of communication as a tool to improve the competitiveness of enterprises of the Republic of Belarus / Y. Vailunova, G. Yaheva // 21st Century Challenges for Economics and Culture : conference abstracts proceedings. VI International Scientific Conference, Riga, 7–8 April 2016 / The University College of Economics and Culture ; publ.: G. Veismane [other]. — Riga, 2016. — 49 p. — P. 21.

Витебский государственный технологический университет

РЭЗІЮМЭ

Вайлунова Юлія Генадзьеўна

Арганізацыйна-эканамічны механізм павышэння канкурэнтаздольнасці прадпрыемстваў на аснове развіцця інтэграцыйных працэсаў у тэкстыльнай і швейнай вытворчасці Рэспублікі Беларусь

Ключавыя словы: тэкстыльная і швейная вытворчасць, інтэграцыя, сеткавае супрацоўніцтва, холдынг, кластар, канкурэнтаздольнасць, эфектыўнасць.

Мэта працы: распрацоўка арганізацыйна-эканамічнага механізму павышэння канкурэнтаздольнасці тэкстыльнай і швейнай вытворчасці на аснове стварэння «гібрыднага» холдынгу.

Метады даследавання: сістэмны падыход, агульнанавуковыя метады пазнання (аналіз, сінтэз, дэдукцыя, індукцыя), графічны і параўнальны аналіз, нарматыўны метады, метады эканамічнага аналізу, метады напісання сцэнарыя, метады абагульнення.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: развітыя тэарэтычныя асновы інтэграцыі арганізацый, уключаючы паняцце, адметныя характарыстыкі «гібрыднага» холдынгу і фактары фарміравання канкурэнтаздольнасці ў ім; распрацавана метадычнае забеспячэнне аналізу інтэграцыі арганізацый; абгрунтаваны арганізацыйны механізм стварэння «гібрыднага» холдынгу; прапанаваны эканамічны механізм стымулявання інтэграцыі прадпрыемстваў у «гібрыдных» холдынг.

Рэкамендацыі па выкарыстанні: вынікі даследавання, прадстаўленыя ў дысертацыі, выкарыстаны пры выкананні трох навукова-даследчых работ, ўкаранены на прадпрыемствах тэкстыльнай і швейнай вытворчасці Рэспублікі Беларусь, у адукацыйны працэс УА «Віцебскі дзяржаўны тэхналагічны ўніверсітэт», а таксама могуць быць выкарыстаны Камітэтам эканомікі Віцебскага аблвыканкама для абгрунтавання Стратэгіі ўстойлівага развіцця Віцебскай вобласці на 2016–2025 гады і суб'ектамі гаспадарання для абгрунтавання стратэгіі развіцця.

Галіна выкарыстання: вынікі даследавання могуць быць выкарыстаны суб'ектамі гаспадарання розных формаў уласнасці і відаў эканамічнай дзейнасці, органамі дзяржаўнага кіравання, аблвыканкамамі, канцэрнам «Беллегпрам», а таксама ў адукацыйным працэсе.

РЕЗЮМЕ

Вайлунова Юлия Геннадьевна

Организационно-экономический механизм повышения конкурентоспособности предприятий на основе развития интеграционных процессов в текстильном и швейном производстве Республики Беларусь

Ключевые слова: текстильное и швейное производство, интеграция, сетевое сотрудничество, холдинг, кластер, конкурентоспособность, эффективность.

Цель работы: разработка организационно-экономического механизма повышения конкурентоспособности текстильного и швейного производства на основе создания «гибридного» холдинга.

Методы исследования: системный подход, общенаучные методы познания (анализ, синтез, дедукция, индукция), графический и сравнительный анализ, нормативный метод, методы экономического анализа, метод написания сценария, метод обобщения.

Полученные результаты и их новизна: развиты теоретические основы интеграции организаций, включая понятие, отличительные характеристики «гибридного» холдинга и факторы формирования конкурентоспособности в нем; разработано методическое обеспечение анализа интеграции организаций; обоснован организационный механизм создания «гибридного» холдинга; предложен экономический механизм стимулирования интеграции предприятий в «гибридный» холдинг.

Рекомендации по использованию: результаты исследования, представленные в диссертации использованы при выполнении трех научно-исследовательских работ, внедрены на предприятиях текстильного и швейного производства Республики Беларусь, в образовательный процесс УО «Витебский государственный технологический университет», а также могут быть использованы Комитетом экономики Витебского облисполкома для обоснования Стратегии устойчивого развития Витебской области на 2016–2025 годы и субъектами хозяйствования для обоснования стратегий развития.

Область применения: результаты исследования могут быть использованы субъектами хозяйствования различных форм собственности и видов экономической деятельности, органами государственного управления, облисполкомами, концерном «Беллепром», а также в образовательном процессе.

SUMMARY

Vailunova Yulia Gennadevna

Organizational-economic mechanism of improving competitiveness based on development of integration processes in the textile and clothing production of the Republic of Belarus

Key words: textile and clothing production, integration, network cooperation, holding, cluster, competitiveness, efficiency.

Research objective: development of organizational-economic mechanism to improve competitiveness of enterprises of textile and clothing production through the creation of a «hybrid» holding.

Research methods: system approach, scientific methods of obtaining knowledge (analysis, synthesis, deduction, induction), graphical and comparative analysis, standard method, methods of economic analysis, method of writing script, method of generalization.

Research findings and their novelty: the theoretical bases of organizations integration are developed, including the concept, distinctive characteristics of «hybrid» holding and factors of its competitiveness forming; methodical providing analysis of organizations integration is developed; the organizational mechanism for the creation of «hybrid» holding is justified; the economic incentive mechanism of integration of the enterprises in the «hybrid» holding is offered.

Recommendations for use: the research results presented in the thesis are used to complete three scientific research projects, implemented at the enterprises of textile and clothing production of the Republic of Belarus, in the educational process of Vitebsk State Technological University, and can also be used by the Economy Committee of the Vitebsk Oblast Executive Committee for substantiation of the strategy of sustainable development of Vitebsk region for 2016–2025 and business entities to justify development strategies.

Area of use: the research results can be used by business entities of various ownership forms and types of economic activity, government agencies, regional executive committees, the concern «Bellegprom», and in the educational process.

Научное издание

**Вайлунова
Юлия Геннадьевна**

**Организационно-экономический механизм повышения
конкурентоспособности предприятий на основе развития интеграционных
процессов в текстильном и швейном производстве Республики Беларусь**

Подписано в печать 18.05.2017 г. Формат 60×84¹/₁₆.
Бумага офсетная. Гарнитура Таймс. Печать офсетная.
Усл. печ. л. 1,8. Тираж 60 экз. Заказ № 71.

Полиграфическое исполнение
Государственное научное учреждение
«НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь»
ЛП № 02330/256 от 27 марта 2014 г.

220086, г. Минск, ул. Славинского, 1 корп. 1. Тел./факс (017) 267-02-78