

Бари Г. Хаиров  
**КОНЦЕПЦИИ ЛОГИСТИКИ И МАРКЕТИНГА  
В ФОРМИРОВАНИИ ОТНОШЕНИЙ ВЛАСТНЫХ  
И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР**

*В статье сделан вывод о том, что стандартные модели рыночной координации и ценовой настройки, где каждое предприятие является обособленной и независимой производственной единицей, экономически нецелесообразны в условиях глобализации и интеграции экономики. Предложено рассмотреть концепции логистики и маркетинга как объективную необходимость при формировании паритетных отношений между предпринимательством и государством.*

*Ключевые слова:* логистика; маркетинг; властные структуры; предпринимательские структуры; государственно-частное сотрудничество; многостороннее партнерство.

*Табл. 3. Лит. 19.*

Бари Г. Хаиров  
**КОНЦЕПЦІЇ ЛОГІСТИКИ І МАРКЕТИНГУ У ФОРМУВАННІ  
ВІДНОСИН ВЛАДНИХ І ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР**

*У статті зроблено висновок про те, що стандартні моделі ринкової координації та цінового налаштування, коли кожне підприємство є відокремленою та незалежною виробничою одиницею, є економічно недоцільними в умовах глобалізації та інтеграції економіки. Запропоновано розглянути концепції логістики та маркетингу як об'єктивну необхідність при формуванні паритетних відносин між підприємництвом та державою.*

*Ключові слова:* логістика; маркетинг; владні структури; підприємницькі структури; державно-приватне співробітництво; багатостороннє партнерство.

Bari G. Khairov<sup>1</sup>  
**CONCEPTS OF LOGISTICS AND MARKETING  
IN THE FORMATION OF RELATIONSHIPS BETWEEN  
PUBLIC AUTHORITIES AND BUSINESS STRUCTURES**

*The article argues that the standard models of market coordination and price adjustments where each enterprise is a separate and independent production unit, are economically not feasible under the conditions of globalization and economies' integration. The author offers to consider the concepts of logistics and marketing as an objective necessity at the formation of partner relations between entrepreneurship and state.*

*Keywords:* logistics; marketing; public authorities; business organizations; public-private partnership; multi-lateral partnership.

**Постановка проблеми.** В условиях глобализации структура экономики становится более сложной. Главным субъектом становятся мезоэкономические структуры – межотраслевые хозяйственные объединения, осуществляющие стратегическое управление технологическими цепями – от добычи сырья и разработки новой продукции до ее производства, оптовой и розничной (для индивидуальных продуктов особой сложности и высокой стоимости) продажи. Главная особенность этих структур – трансформация отношений между их участниками на организационно-плановой, а не стихийно-рыночной основе [1].

<sup>1</sup> Financial University under the Government of the Russian Federation, Omsk, Russia.

Стандартные модели рыночной координации и ценовой настройки, при которых каждое предприятие является обособленной и независимой производственной единицей, экономически нецелесообразны в современных условиях. Если для отдельного предприятия процессы системного объединения, интеграции и диверсификации являются способом экономического роста и развития, то для общественного хозяйства в целом процессы интеграции и формирование интегрированных экономических структур выступают наиболее перспективным способом модернизации экономики.

Доля расходов государственного предпринимательства в ВВП развитых стран и его участие в капитале организаций выросла более чем на 50%. Становление отношений сотрудничества способствует активизации предпринимательства в направлении стратегий интеграции и создания предпринимательских сетей. Государство и предпринимательство как партнеры понимают, что экономика в данный момент не может обойтись без них в решении совместных вопросов, которые возникают в текущей практике экономической и общественной жизни [16]. Таким образом, рыночный либерализм, отделяющий государство от вмешательства в экономику и частное предпринимательство, в современной экономике нецелесообразен, что объясняется усилением государственного влияния на экономику в постиндустриальных странах за последнее столетие.

Автор считает объективной необходимостью становление паритетных отношений между предпринимательством и государством. Необходимость паритетного взаимодействия этих субъектов хозяйствования вызвана такими современными особенностями мировой и отечественной экономики, как открытость рынков, ограниченность ресурсов, глобализация, внедрение информационных технологий. Эти условия создают качественно новые требования адаптации предпринимательства к быстрым изменениям рынка.

Можно утверждать, что перечисленные задачи вряд ли будут решены без активного регулирующего участия государства в хозяйственной деятельности предпринимательских структур на условиях паритетного взаимодействия, выражением которого является форма многостороннего партнерства.

**Анализ последних публикаций.** Исследованиям, проводимым в области логистики, посвящены труды зарубежных авторов В. Алдерсона [17], Д. Баурсокса [18], Е. Крикавского [5], Т. Тайха [19], а также российских исследователей: Б. Аникина [2], Л. Миротина [7], Д. Новикова [10], Т. Прокофьевой [12], О. Проценко [10], В. Сергеева [12].

Эволюцию производственно-логистических концепций на примере стран с развитой рыночной экономикой в своей работе рассмотрел Т. Тайх [19]. Работы В. Алдерсона по развитию отложенной дифференциации продукции (postponement) [17], Д. Баурсокса в области взаимодействия и кооперации стали отправными пунктами в появлении и развитии концепции управления цепями поставок [18].

По проблеме институциональных аспектов отношений между государством и частным сектором опубликованы фундаментальные труды Д. Кейнса [4], Д. Локка [6], А. Смита [13] и др.

Проблемы сотрудничества институтов предпринимательства и власти с разных позиций анализировались в трудах таких ученых, как В. Варнавский

[3], В. Михеев [8], М. Портер [9], А. Радыгин [11] и др. В их исследованиях уделено внимание проблемам формирования и функционирования интегрированных групп в условиях рыночной экономики.

Комплексные и всеобъемлющие исследования проблем взаимодействия предпринимательских и властных структур, по мнению автора, не дают полной картины состояния и динамики развития такого сотрудничества. Исследования по данной теме либо носят общесистемный характер, либо затрагивают отдельные аспекты прикладного использования, что не позволяет увязать теоретические и методологические положения с актуальными проблемами реального развития логистики и маркетинга во взаимодействии с этапами изменений отношений власти и бизнеса.

**Целью исследования** является изучение форм сотрудничества властных и предпринимательских структур; анализ их взаимосвязи с концепциями логистики и маркетинга; исследование уровней развития логистики и маркетинга во взаимосвязи с предпосылками и факторами становления многостороннего партнерства в России.

**Основные результаты исследования.** Единых общепризнанных определенных форм частно-государственного сотрудничества до сих пор не сложилось. Государственно-частное сотрудничество начинается с момента возникновения взаимодействия между предпринимательскими и властными структурами. Период осуществления данного взаимодействия определяется масштабом решаемых проблем. Однако в динамичной среде развития экономики сроки перехода могут быть сокращены в связи с возросшей международной конкуренцией и проявлениями благоприятных условий процесса глобализации.

Поэтому автор предлагает сотрудничество предпринимательских структур и органов государственной власти рассмотреть как составляющую общих тенденций экономического развития, что предполагает деление периода его становления на 3 этапа (табл. 1).

Представители власти, предпринимательства и науки под сотрудничеством властных и предпринимательских структур с целью экономически более эффективного выполнения общественных задач понимают государственно-частное партнерство.

Единое общепризнанное понимание английского термина "Public-Private Partnership" (PPP) в литературе отсутствует вследствие неоднозначного перевода на другие языки.

Существуют различные подходы к трактовке в законодательных актах федерального и регионального уровней сотрудничества с выделением в определении прикладных свойств:

- любое сотрудничество властных и предпринимательских структур, а также безвозмездная помощь (благотворительность), государственные вложения в приоритетные отрасли;
- долгосрочное сотрудничество, определенное договором, объединяющее все ресурсы (финансовые средства, персонал и др.) и снижение рисков за счет распределения их равномерно между партнерами;
- приватизация с перераспределением функций между предпринимательством и государством в приоритетных отраслях развития, для чего у госу-

дарства отсутствуют финансовые средства, необходимые обществу, но приватизация при этом невозможна (социальная сфера, транспорт, объекты культурного наследия и др.).

**Таблица 1. Формы государственно-частного сотрудничества в становлении многостороннего партнерства, авторская разработка**

| Этапы сотрудничества бизнеса и власти   | Форма сотрудничества властных и предпринимательских структур   | Характеристика сотрудничества власти и бизнеса   |
|---|--|--|
| 1. Взаимодействие: субъекты экономики взаимодействуют на конкурентной основе в целях получения прибыли  | Частно-государственное взаимодействие (ЧГВ)  | Взаимодействие в рамках хозяйственно-экономических отношений властных и предпринимательских структур   |
| 2. Переходное сотрудничество: отсутствие у субъектов экономики эффективных управленческих и организационно-экономических механизмов реагирования на изменения внешней и внутренней среды не позволяют каждому в отдельности выступить в качестве полноценного участника | Частно-государственное партнерство (ЧГП) (51% – предприниматели; 49% – государство)<br><br>Государственно-частное партнерство (ГЧП) (51% – государство; 49% – предприниматели) | Ведущая роль отводится предпринимательству для решения социально-экономических задач, стоящих перед государством (данный подход уже был реализован в период становления рыночных отношений в России в 1990-х гг.)<br><br>Ведущая роль отводится государству в решении отраслевых задач, стоящих перед предпринимательством (предпринимательские структуры не способны реализовать инфраструктурные проекты, необходимые для развития отрасли)    |
| 3. Цивилизованное сотрудничество: субъекты экономики имеют достаточную самостоятельность для осуществления паритетного партнерства  | Многостороннее партнерство (МСП) (50% – предприниматели; 50% – государство)  | Добровольные и основанные на сотрудничестве взаимоотношения между различными субъектами, как представляющими государство, так и не связанными с ним, при которых все участники договариваются. Совместными усилиями добиваются общей цели или выполняют конкретную задачу, сообща преодолевая неблагоприятные факторы; несут общую ответственность, предоставляя на взаимовыгодной основе ресурсы и знания, пользуются достигнутыми результатами |

На наш взгляд, определение термина должно исходить из ведущей роли, которая отводится конкретной стороне при взаимодействии властных и предпринимательских структур.

Частно-государственное взаимодействие (ЧГВ) – это сотрудничество государства и частного бизнеса в условиях конкуренции.

Частно-государственное партнерство (ЧГП) – это конструктивное взаимодействие государства и предпринимательского сектора, целью которого является решение общественно значимых задач на национальном, региональном и местном уровнях, реализуемых в различных формах, обеспечивая конкурентоспособность страны и соблюдение интересов бизнеса (пример – ло-

гистический центр в г. Бремен, Германия, где 51% принадлежит предпринимателям, а 49% – муниципалитету) [3].

Государственно-частное партнерство (ГЧП) – совокупность форм средне- и долгосрочного взаимодействия государства и бизнеса для решения общественно значимых задач на взаимовыгодных условиях. Как правило, не государство подключается к проектам бизнеса, а, наоборот – государство приглашает бизнес принять участие в реализации общественно значимых проектов (пример – корпорация "Роснано") [1].

Многостороннее партнерство (МСП) – это союз между сторонами, представляющими правительство, бизнес, гражданское общество, в котором стратегически объединяются ресурсы и способности каждой с целью устойчивого развития, основанного на принципах паритетности разделения рисков, затрат и общей выгоды [8]. Сравнение критериев форм сотрудничества властных и предпринимательских структур, по мнению автора, возможно представить следующим образом (табл. 2).

**Таблица 2. Сравнительная характеристика форм сотрудничества властных и предпринимательских структур, авторская разработка**

| Критерии сотрудничества  | Частно-государственное взаимодействие | Частно-государственное партнерство | Государственно-частное партнерство | Многостороннее партнерство |
|--|---------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|----------------------------|
| 1. Условия сотрудничества:   |                                       |                                    |                                    |                            |
| а) равные для предпринимательства государства на конкурентной основе | +                                     |                                    |                                    |                            |
| б) ведущая роль отводится предпринимательству                        |                                       | +                                  |                                    |                            |
| в) ведущая роль отводится государству                                |                                       |                                    | +                                  |                            |
| г) паритетность отношений всех субъектов экономики                   |                                       |                                    |                                    | +                          |
| 2. Взаимовыгодные условия  | +                                     | +                                  | +                                  | +                          |
| 3. Экономическая независимость                                       | +                                     |                                    |                                    |                            |
| 4. Общая цель  |                                       | +                                  | +                                  | +                          |
| 5. Разделение ресурсов, ответственности и рисков                     |                                       | +                                  | +                                  | +                          |
| 6. Синергетический эффект  |                                       |                                    |                                    | +                          |

В 1990-х гг. происходило формирование конкурентной рыночной среды, что способствовало сотрудничеству власти и бизнеса в рамках первого этапа. В настоящее время проявление второго этапа характеризуется направлениями крупных капитальных вложений на нейтрализацию негативных внешних и внутренних воздействий. Третий этап подразумевает видоизменение конкурентных отношений в направлении интеграции с целью повышения рыночной определенности, что является ключевым фактором, объясняющим стремление к формированию многосторонних партнерств.

В России из-за отсутствия в отношениях бизнеса и власти эффективных управленческих и организационно-экономических механизмов реагирования

на изменения внешней и внутренней среды возникает необходимость осуществления заинтересованными сторонами реального сотрудничества.

Многостороннее партнерство в рамках государственно-частного сотрудничества возможно при потенциально равных условиях его участников, однако, учитывая существующие проблемы отечественной промышленности, оно не представляется возможным [14].

Исследование становления и развития государственно-частного сотрудничества в России на федеральном и региональном уровнях позволяет утверждать, что государственно-частное партнерство – это наиболее приемлемая форма для переходного этапа сотрудничества предпринимательских и властных структур на современном этапе. Развитие многостороннего партнерства должно осуществляться во взаимосвязи с эволюцией концепций маркетинга, логистики и их принципов, формировавшихся в странах с рыночной экономикой в течение весьма длительного времени.

Становление концепции маркетинга явилось следствием постепенного перехода мировой экономики от рынка производителя к рынку покупателя. Логистика – конкурентная стратегия хозяйствующих субъектов, целеполагающим фактором которой является ресурсосберегающий алгоритм предпринимательства как системный подход, представляющий движение и развитие материальных, информационных, финансовых и трудовых ресурсов в категориях потоков и запасов. Каждый из этих рыночных инструментов решает конкретные задачи с помощью присущих ему приемов.

Перечисленные инструменты (маркетинг и логистика) наилучшим образом проявят себя, на наш взгляд, в условиях многостороннего партнерства, в силу его системности. Автор предлагает дополнить составляющие общих тенденций экономического развития, предложенные С.М. Хаировой [15], этапами становления форм сотрудничества властных и предпринимательских структур (табл. 3).

Современные условия развития экономики в условиях глобализации доказывают неэффективность обособленных предпринимательских структур, равно как и общественных или государственных. Структурные преобразования и формирование цивилизованного этапа отечественной экономики на принципах современных концепций логистики и маркетинга обуславливают необходимость сотрудничества властных и предпринимательских структур в этапах становления многостороннего партнерства, которое способно содействовать реализации программ социально-экономической модернизации страны и, как следствие, достижению соответствующего синергетического эффекта.

В отдельных отраслях и регионах для перехода к многостороннему партнерству необходимо внедрение и развитие механизма государственно-частного сотрудничества, формируя интегрированные системы менеджмента, что позволит предприятиям работать на опережение, учитывая тенденции на международных отраслевых рынках, а также сокращать финансовые затраты, сохранять рынки сбыта и заключать новые контракты.

**Выводы.** Сотрудничество предпринимательских структур и органов государственной власти автор рассматривает как составляющую общих тенденций

экономического развития, таким образом, предполагает деление периода его становления на 3 этапа: взаимодействие; переходное сотрудничество; цивилизованное сотрудничество. В соответствии с этим определены формы сотрудничества власти и бизнеса в следующих формах: частно-государственное взаимодействие; частно-государственное партнерство; государственно-частное партнерство; многостороннее партнерство.

**Таблица 3. Взаимосвязь эволюций логистики, маркетинга и сотрудничества властных и предпринимательских структур, авторская разработка**

| Годы                      | Эволюция концепции маркетинга  | Уровни развития логистики  | Этапы становления форм сотрудничества властных и предпринимательских структур   |
|---------------------------|--|--|---|
| 1930–1960                 | Сбытовая концепция. Главная цель – интенсификация сбыта товаров за счет маркетинговых усилий по продвижению и продаже товаров  | Интеграция складского хозяйства с транспортом и координация их использования   | Узаконивание лоббистской деятельности предпринимательских структур  |
| 1960–1980                 | Традиционный маркетинг. Ведущая идея – производству то, что нужно потребителю. Цель – удовлетворение нужд потребностей целевых рынков  | Управление потоком производимых предприятиями товаров от последнего пункта производственной линии до конечного потребителя   | Формирование и реализация промышленной и внешнеэкономической политики   |
| 1980–1995                 | Социально-этический маркетинг. Цель – удовлетворение нужд потребностей целевых рынков при условии сбережения человеческих, материальных, энергетических и других ресурсов, охраны окружающей среды | Совокупность материально-проводящих звеньев приобретает целостный характер. Управление осуществляется не по принципу непосредственного реагирования, а основано на планировании упреждающих воздействий  | Размещение государственных и муниципальных заказов посредством государственной и муниципальной контрактной системы. Деятельность правительственных экспертно-консультативных организаций с обязательным участием в них деловых кругов |
| С 1995 по настоящее время | Маркетинг взаимодействия. Цель – удовлетворение потребностей потребителей, интересов партнеров и государства в процессе их коммерческого и некоммерческого взаимодействия                          | Интеграция процессов планирования и контроля операций логистики с операциями маркетинга, сбыта, производства и финансов. Управление системой осуществляется на основе долгосрочного планирования. Компании осуществляют свою деятельность на глобальном уровне | Модель взаимодействия, предполагающая сотрудничество между обществом, предпринимателями и государством  |

Обобщение и проведенный анализ периодов сотрудничества, предпринимательских и властных структур во взаимосвязи с такими рыночными инструментами, как маркетинг и логистика выявил, что государственно-частное партнерство является необходимой переходной формой в становлении много-

стороннього партнерства на паритетних умовах між підприємцями, державою та суспільством в Росії.

Таким чином, еволюція концепцій логістики та маркетингу привела до посилення взаємодії між учасниками підприємницької діяльності на ринку в сучасних умовах господарювання: інтеграції та глобалізації. Зростаюча роль держави в економічних процесах, безумовно, визначає новий вектор розвитку концепцій логістики та маркетингу, а саме – застосування їх інструментів у відносинах між державою та підприємницькими структурами.

1. Амуц Д.М. Державно-приватне партнерство. Концесійна модель спільного участя держави та приватного сектора в реалізації фінансованих проєктів // Справочник керівника установ культури. – 2005. – №12. – С. 16–24.

2. Анікін Б.А., Баранчев В.П. Маркетингові та логістичні завдання, що вирішуються інноваційними моделями бізнесу // Маркетинг. – 2004. – №5. – С. 87–94.

3. Варнавський В.Г. Партнерство держави та приватного сектора: форми, проєкти, ризики. – М.: Наука, 2005. – 314 с.

4. Кейнс Д.М. Загальна теорія зайнятості, відсотка та грошей / Пер. з англ. Е.В. Виноградова та ін. – М.: Ексмо, 2007. – 960 с.

5. Крикавський Е.В. Економічний потенціал логістичних систем: Монографія. – Львів: ДУ «Львівська політехніка», 1997. – 168 с.

6. Локк Дж. Філософське насліддя: Сочинення в трьох томах / Пер. з англ. та латин.; Ред. та сост., авт. примеч. А.Л. Субботин. – М.: Мисль, 1988. – Т. 1. – 668 с.

7. Миротин Л.Б., Некрасов А.Г. Інтегрована логістика та її ресурси // Мир транспорту. – 2003. – Т. 1, №1. – С. 12–23.

8. Михеев В.А. Державно-приватне партнерство в реалізації пріоритетних національних проєктів // www.c-society.ru.

9. Портер М. Конкурентне перевага: як досягти високого результату та забезпечити його стійкість / Пер. з англ. Е. Калініна. – М.: РГБ, 2007. – 714 с.

10. Проценко О.Д., Новиков Д.Т., Казарновський А.С. Еволюція концепцій логістики // Російське підприємництво (М.). – 2003. – №7. – С. 58–60.

11. Рядьїн А.Д., Малгінов Г.Н. Смішана власність у корпоративному секторі: еволюція, управління, регулювання // Консорціум з питань прикладної економіки дослід., Канадське агентство з міжнародного розвитку та ін. – М.: ІЭПП, 2007. – С. 97–500.

12. Сергеев В.И., Прокофьева Т.А. Формат державно-приватного партнерства, як метод реалізації інвестиційних проєктів створення транспортно-логістичних центрів // Логістика та управління ланцюгами поставок. – 2010. – №1. – С. 7–24.

13. Смит А. Дослідження про природу та причини багатства народів / Пер. з англ.; Предисл. В.С. Афанасьєва. – М.: Ексмо, 2007. – 960 с.

14. Хаиров Б.Г. Формування відносин властних та підприємницьких структур регіону на принципах логістичного адміністрування // Вестник СибАДИ (Омск). – 2012. – №5. – С. 148–152.

15. Хаирова С.М. Розвиток маркетингових та логістичних підходів у управлінні матеріальними потоками // Російське підприємництво (М.). – 2005. – №5. – С. 67–72.

16. Хаирова С.М., Хаиров Б.Г. Становлення партнерсько-паритетних відносин між державою та підприємництвом // Сибірський торгово-економічний журнал. – 2007. – №6. – С. 144–147.

17. Alderson, W. (1950). Marketing efficiency and the principle of postponement. Cost and Profit Outlook, Vol. 3.

18. Bowersox, D.J. (1969). Emerging patterns of physical distribution. In: Management. Ed. by D.J. Bowersox, B.J. LaLonde, E.W. Smykay. London: Collier Macmillan. pp. 275–281.

19. Teich, T. (2003). Extended Value Chain Management (EVCМ). Verlag der GUC.

Стаття надійшла до редакції 11.11.2013.