

DOI: 10.5281/zenodo.3757998

UDC: 657.6

JEL: M 41

SOCIALLY RESPONSIBLE MARKETING IN THE METALWORKING INDUSTRY AND ITS IMPACT ON THE PROFIT OF A MACHINE-BUILDING ENTERPRISE

СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ В МЕТАЛООБРОБНОМУ ВИРОБНИЦТВІ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ПРИБУТОК МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Dmytro F. Novikov

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Kharkiv, Ukraine

ORCID: 0000-0002-7228-5813

Email: Novikovdf@i.ua

Received 20.07.2019

Новіков Д. Ф. Соціально-відповідальний маркетинг в металообробному виробництві та його вплив на прибуток машинобудівного підприємства. Оглядова стаття.

Розглянуто основні переваги соціально-відповідального маркетингу в металообробному виробництві машинобудівних підприємств. Описано шляхи підвищення якості продукції, які дозволяють підприємству збільшити свій прибуток. Показано, що внаслідок застосування застарілих конструкцій лезових інструментів підприємство виготовляє продукцію зі зниженою продуктивністю або ж свідомо виготовляє браковані деталі машин, що змушує застосовувати різні махінації для просування продукції. Запропоновано математичні моделі, що дозволяють ще на етапі планування виробництва оцінити якість виготовлених деталей і технологічну собівартість обробки. Математично визначено параметри якості обробки деталей на операціях шліфування й встановлено умови зменшення технологічної собівартості обробки і підвищення прибутку підприємства.

Ключові слова: прибуток, маркетинг, собівартість, соціальна відповідальність, якість, машинобудування, ефективність.

Novikov D.F. Socially responsible marketing in the metalworking industry and its impact on the profit of a machine-building enterprise. Overview article.

The main advantages of socially responsible marketing in the metal-working production of machine-building enterprises are considered. The ways of improving the quality of products that allow the company to increase their profits are described. It is shown that due to the use of obsolete structures of blade tools, the enterprise produces products with reduced productivity or deliberately produces defective parts of machines, which makes use of various machinations for the promotion of products. The mathematical models are proposed, which allow at the stage of production planning to evaluate the quality of the manufactured parts and the technological cost of processing. The parameters of the quality of parts processing on grinding operations are mathematically determined and the conditions for reducing the technological cost of processing and increasing the profit of the enterprise are established.

Keywords: profit, marketing, cost, social responsibility, quality, engineering, efficiency.

Соціально відповідальний маркетинг є одним з інструментів контролю ринку за діяльністю підприємства. Виконання умов соціально відповідального маркетингу дозволяє підприємствам отримати максимально можливий прибуток. Значною мірою це відноситься до машинобудівних підприємств, де в сучасних умовах гострою проблемою є забезпечення високої якості продукції, що виготовляється, в зв'язку з безпекою життєдіяльності людства, екологією навколишнього середовища та іншими чинниками. Це вимагає суттєвого підвищення якості виготовлення машинобудівної продукції, особливо на етапі металообробки деталей машин, де остаточно формуються параметри якості машин, що виготовляються.

Як показує практика, оптимізація витрат на металообробку в машинобудуванні здатна значно впливати на загальні показники витрат підприємства, і в результаті забезпечувати підвищення прибутку підприємства. Однак в процесі оптимізації витрат на виконання конкретної технологічної операції металообробки в основному всю увагу зосереджують на технічних вимогах, зазначених в кресленні деталі, що виготовляється. При цьому вплив умов металообробки деталей машин на конкурентоспроможність готового виробу і величину прибутку підприємства практично не розглядаються. Також мало уваги приділяється питанню зниження негативного впливу виготовленої продукції на навколишнє середовище і суспільство в процесі експлуатації цієї продукції. Тому дану роботу присвячено вирішенню актуальної науково-практичної задачі підвищення ролі соціально-відповідального маркетингу в збільшенні прибутку машинобудівного підприємства за рахунок вдосконалення металообробного виробництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

У науковій літературі питання про соціальну відповідальність суб'єктів господарювання та, зокрема, соціальну відповідальність маркетингу підприємства розглядається багатьма авторами. Серед них роботи:

Р. Рейденбаха [R. Reydenbakh], П. Робина [P. Robin], Ф. Котлера [F. Kotler], К. Л. Келлера [K.L. Keller], Ж.-Ж. Ламбена [Zh.-Zh. Lamben], Р.А. Фатхутдинова, В. Руделиуса, Е.Н. Азарян, А.Ф. Павленко, Д.И. Акімова, М.І. Белявцева, М.А. Окландера, П.А. Орлова і багатьох інших відомих вітчизняних і зарубіжних авторів [1-8].

В основному в цих роботах досліджуються загальні ситуації соціальної відповідальності маркетингу машинобудівного підприємства з мінімальним обґрунтуванням причин, через які керівники підприємств йдуть на обман покупців. Тому для обґрунтування цих причин необхідно поглиблено розглянути питання машинобудівного виробництва, яке характеризується значною питомою вагою металообробки деталей машин. Слід зазначити, що в класичних роботах з технологій металообробки [9, 10] недостатньо вивчено вплив умов оптимізації витрат на металообробку на конкурентоспроможність продукції й підприємства в цілому. У зв'язку з цим, створення позитивного іміджу за рахунок соціально-відповідального маркетингу у підприємства або у конкретного продукту дозволить підвищити прибуток підприємства. Дисципліну «Інтегрована звітність: принципи складання на основі інформації управлінського обліку».

Не зменшуючи вагомість наукових напрацювань провідних авторів, доречно зауважити, що питання інтегрованої звітності як нової навчальної дисципліни не знайшло достатнього відображення в їхніх дослідженнях.

Метою статті є подальший розвиток теоретико-методичних підходів і практичних рекомендацій щодо підвищення якості управління прибутком машинобудівного підприємства завдяки соціально-відповідального маркетингу та посиленню конкурентних позицій підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження

У попередніх дослідженнях було розглянуто питання формування практичних компетенцій фахівців з обліку і оподаткування при вивченні дисципліни «Облік і звітність в оподаткуванні» та дисципліни «Звітність підприємств», а також ХХІ століття можна охарактеризувати як прорив в напрямку соціальної відповідальності. В рамках ООН підписуються глобальні документи про соціальну відповідальність в різних сферах. Більшість країн ратифікують ці угоди і виконують їх на рівні державних органів, а також на рівні приватного бізнесу. Всі ці ініціативи спрямовані на захист населення і навколишнього середовища. З кожним роком все більше власників підприємств усвідомлюють свою безпосередню відповідальність перед країнами, на території яких

ведуть свою діяльність, населенням, потенційними покупцями, співробітниками та їх родинами. Багато власників підприємств беруть на себе виконання деяких соціальних зобов'язань держави перед населенням, оскільки відчувають, що можуть більш оперативним чином вирішити ці питання через низький бюрократизм.

Одним з основних напрямів соціальної відповідальності бізнесу є його маркетингова діяльність (соціально-відповідальний маркетинг – СОМ). Основне завдання СОМ – забезпечення споживачів якісною та безпечною продукцією. Розглядаючи різні галузі, можна виділити машинобудування, яке здатне найбільш негативно впливати на населення і навколишнє середовище в разі експлуатації неякісної машинобудівної продукції. Практично будь-яка техногенна катастрофа чи звичайна аварія безпосередньо чи опосередковано пов'язана з експлуатацією неякісної машинобудівної продукції. Тому дотримання принципів СОМ в машинобудуванні дозволило скоротити кількість аварій, пов'язаних з експлуатацією машинобудівної продукції. В даний час аварії відбуваються, але вони частіше пов'язані не з роботою простих елементів, а з високонауковими технологіями, які ще мало вивчені.

При виробництві деталей машин широко використовуються методи металообробки. Розробка сучасних технологій обробки деталей машин та дотримання послідовності у виконанні технологічних операцій дозволяє підприємствам виготовляти високоякісну машинобудівну продукцію, тим самим підвищуючи конкурентоспроможність товару і підприємства в цілому. Споживачі цієї продукції (замовники) отримують товар, який максимально відповідає їх вимогам. Згідно з численними аналізами ринку, машинобудівне підприємство, яке в основу своєї маркетингової діяльності відносить дотримання принципів СОМ, і як результат цього виготовляє високоякісну продукцію – отримує максимально вигідні для себе замовлення і тим самим підвищує фінансові результати підприємства. З цього випливає, що СОМ відіграє важливу роль в процесі управління прибутком підприємства. Тому багато керівників машинобудівних підприємств, усвідомлюючи роль СОМ, прагнуть до підвищення якості своєї продукції, і зокрема поліпшення процесів металообробки як одного з головних чинників підвищення якості продукції, а, відповідно, й прибутку підприємства.

Металообробку можна умовно розділити на три етапи: ковальсько-заготівельну, лезову та доводочну. Ковальсько-заготівельна обробка формує попередню форму деталі й мало впливає на її кінцеву якість. На етапах лезової та доводочної обробки формується остаточна якість деталі. У деяких випадках доводочні операції (особливо, шліфування) не потрібні.

Порівнюючи собівартості лезової та доводочної обробок [11], встановлено, що лезова обробка характеризується найменшою

собівартістю за рахунок високої продуктивності та в той же час – відносно низькою якістю оброблених поверхонь. Тому лезова обробка може бути остаточною операцією лише для обмеженого переліку деталей, які не потребують високої якості. Для деталей, при виготовленні яких використовуються доводочні операції, зокрема шліфування, різко підвищується собівартість

виробництва, що в підсумку знижує прибуток підприємства.

Одним з основних показників якості при металообробці є шорсткість обробленої поверхні, тобто наявність мікронерівностей на поверхні деталі. На рис. 1 графічно показано умови утворення мікронерівностей на поверхні деталі при точінні [11].

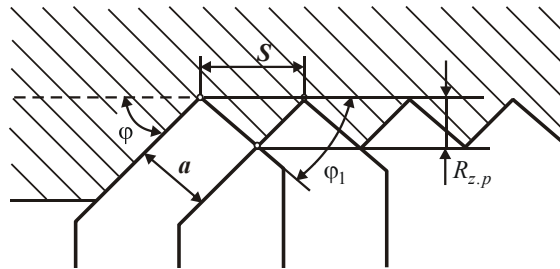


Рис. 1. Схема утворення мікронерівностей на поверхні деталі при точінні
Джерело: складено автором за матеріалами [11]

Для аналізу математичної моделі визначення параметра шорсткості обробленої поверхні $R_{z.p}$ (1) при точінні [11] перетворимо її для отримання оптимальної величини подачі S інструменту (2):

$$R_{z.p} = \frac{S \cdot \sin \varphi \cdot \sin \varphi_1}{\sin(\varphi + \varphi_1)} \quad (1)$$

$$S = \frac{R_{z.p} \cdot \sin(\varphi + \varphi_1)}{\sin \varphi \cdot \sin \varphi_1} \quad (2)$$

де φ , φ_1 – головний і допоміжний кути різця в плані, градус.

Після підстановки залежності (2) в класичну залежність продуктивності обробки $Q = S \cdot t \cdot V$ при точінні, отримано:

$$\begin{aligned} Q &= S \cdot t \cdot V = \frac{R_{z.p} \cdot t \cdot V \cdot \sin(\varphi + \varphi_1)}{\sin \varphi \cdot \sin \varphi_1} = \\ &= R_{z.p} \cdot t \cdot V \cdot \frac{(\sin \varphi \cdot \cos \varphi_1 + \cos \varphi \cdot \sin \varphi_1)}{\sin \varphi \cdot \sin \varphi_1} = \quad (3) \\ &= R_{z.p} \cdot t \cdot V \cdot \left(\frac{\cos \varphi_1}{\sin \varphi_1} + \frac{\cos \varphi}{\sin \varphi} \right) = \frac{R_{z.p} \cdot t \cdot V}{\operatorname{tg} \varphi + \operatorname{tg} \varphi_1} \end{aligned}$$

де t – глибина різання, м;
 V – швидкість різання, м/с.

Із залежності (3) видно, що зі збільшенням кутів φ і φ_1 продуктивність обробки зменшується, що є обмежуючим фактором процесу точіння та знижує продуктивність обробки при використанні інструментів радянського зразку, які мають загострену ріжучу кромку леза. Або ж можна підвищити

продуктивність обробки шляхом збільшення подачі S , але при цьому через збільшення параметра шорсткості обробленої поверхні $R_{z.p}$ буде знижуватися якість деталі.

Рішенням проблеми одночасного підвищення продуктивності та якості обробки при точінні є застосування ріжучих інструментів із закругленою різальною кромкою. Зараз зарубіжний металорізальний лезовий інструмент в основному виготовляється із закругленою різальною кромкою. В результаті його застосування підприємствам вдалося в кілька разів збільшити продуктивність та зменшити собівартість обробки при одночасному підвищенні якості обробленої поверхні. Все частіше підприємства відмовляються від операції шліфування, оскільки вже після операції точіння деталь має необхідний рівень якості.

Підприємства, які до теперішнього часу використовують застарілі конструкції ріжучих лезових інструментів, обмежені в здійсненні високопродуктивної обробки. А підприємства, які використовують застарілий ріжучий лезовий інструмент, та ще й прагнуть максимально підвищити продуктивність й знизити собівартість обробки, свідомо виготовляють браковану продукцію, яка не відповідає вимогам якості. Це явне порушення соціально-відповідального маркетингу. Як приклад такого підприємства – ПрАТ «Плінфа», яке в основному використовує застарілі ще радянські зразки ріжучих лезових інструментів, відмовляючись від пропозицій застосовувати на підприємстві сучасні інструменти. В результаті це підприємство щороку втрачає своїх клієнтів, знижуючи завантаженість підприємства.

Протилежна ситуація складається на підприємстві ПАТ «ФЕД», яке фактично на 100% оснащене сучасним обладнанням і

ріжучими інструментами й постійно здійснює пошук новітніх світових розробок для впровадження в своє виробництво. В результаті підприємство має стабільний пакет замовлень і є прикладом для багатьох інших підприємств.

На рис. 2 наведено схеми мікронерівностей поверхні після операцій точіння інструментом з гострою кромкою (а) і закругленою кромкою (б).



Рис. 2. Схеми мікронерівностей поверхні після операцій точіння

Джерело: Власна розробка автора

Одним з нововведень у виробництві металорізальних інструментів є інструмент з геометрією Wiper (рис. 3), де на змінних металорізальних пластинах вершини ріжучих

частин виготовлені з декількох закруглень [12], що значно зменшує величину мікронерівностей на обробленій поверхні.

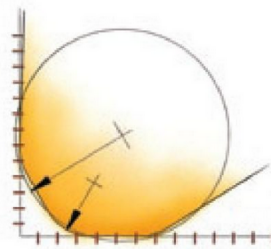


Рис. 3. Схема вершини різальної частини інструменту, виготовленого за технологією Wiper

Джерело: складено автором за матеріалами [13]

Підприємства, які використовують ріжучий інструмент з геометрією Wiper на чистових операціях точіння і фрезерування, значно підвищують якість продукції, що випускається, і значно збільшують продуктивність і зменшують собівартість обробки.

Згідно практичним даними, сучасний різальний лезовий інструмент більш коштовний порівняно з інструментом радянського зразка, але при цьому він у багато разів ефективніший, оскільки дозволяє зменшити кількість бракованих деталей, знизити споживання інструменту й підвищити продуктивність обробки. Все це призводить до зниження витрат на виробництво (зменшення собівартості обробки) і тим самим підвищує прибуток підприємства. Замовник отримує продукцію більш високої якості з меншим терміном виготовлення і у нього з'являється можливість здійснювати перемовини з виробником про зниження ціни продукції, що закуповується. Але головне – замовник отримує продукцію найвищої якості, в якій до мінімуму зведено можливість поломки і аварій в процесі експлуатації.

Для отримання високої якості оброблюваних деталей, які у виробі забезпечують максимальну надійність в експлуатації, екологічність та ін., до

теперішнього часу існує необхідність застосовувати операції шліфування, що призводять до підвищення собівартості виготовлення деталі й, тим самим, зниження прибутку підприємства. Тому зменшення витрат на операціях шліфування дозволяє підприємству отримувати додатковий прибуток.

Розглядаючи структуру витрат при шліфуванні, можна виділити кілька статей витрат з максимальною питомою вагою – це заробітна плата робітника і соціальні відрахування з цієї заробітної плати, амортизація обладнання і пристосувань. При цьому витрати на електроенергію і різальний інструмент мають відносно невелику питому вагу. Отже, для зниження витрат на процес шліфування (й, відповідно, для збільшення прибутку підприємства) необхідно зменшувати витрати на заробітну плату і соціальні відрахування, на амортизацію обладнання, чого можна домогтися за рахунок підвищення продуктивності шліфування.

Для визначення умов зменшення витрат при шліфуванні (технологічної собівартості обробки C_m) з урахуванням обмеження за основними параметрами якості оброблюваних поверхонь: параметром шорсткості поверхні Ra

[14,], температурою різання θ [15] і похибкою обробки δ [14] слід використовувати їх аналітичні залежності:

$$R_a = 0,2 \cdot \sqrt[5]{\frac{10^5 \cdot \pi^2 \cdot \bar{X}^6 \cdot V_{dem}^2}{m^2 \cdot V_{кр}^2 \cdot R_{кр}}}, \quad (4)$$

де \bar{X} – зернистість шліфувального круга, м;
 m – об'ємна концентрація зерен в шліфувальному крузі;
 V_{dem} , $V_{кр}$ – швидкості деталі та шліфувального круга, м/с;
 $R_{кр}$ – радіус шліфувального круга, м;

$$\theta = \frac{\sigma}{c_m \cdot \rho} \cdot \sqrt{\frac{Q}{a \cdot B}} \cdot \sqrt{\frac{2 \cdot t}{R_{кр}}}, \quad (5)$$

де σ – енергоємність обробки, Н/м²;
 c_m – питома теплоємність оброблюваного матеріалу, Дж/(кг·град);
 ρ – щільність оброблюваного матеріалу, кг/м³;
 $a = \lambda / (c_m \cdot \rho)$ – коефіцієнт температуропровідності оброблюваного матеріалу, м²/с;
 λ – коефіцієнт теплопровідності оброблюваного матеріалу, Вт/(м·град.);
 $Q = B \cdot t \cdot V_{dem}$ – продуктивність обробки, м³/с;
 B – ширина шліфувального круга, м;
 t – глибина шліфування, м;

$$\delta = \frac{\sigma \cdot Q}{c \cdot K_{риз} \cdot V_{кр}}, \quad (6)$$

c – жорсткість технологічної системи, Н/м;
 $K_{риз} = P_z / P_y$ – коефіцієнт різання;
 P_y , P_z – радіальна й тангенціальна складові сили різання, Н.

Розглядаючи одну (основну) статтю витрат, пов'язану з заробітною платою робітника, технологічну собівартість обробки Cm можна аналітично подати [15, с. 29]:

$$Cm = A \cdot \tau = A \cdot \frac{g}{Q}, \quad (7)$$

де A – тарифна ставка робітника, грн.;
 $\tau = g / Q$ – час обробки деталі, с;
 g – об'єм металу, що видаляється з деталі в процесі обробки, м³.

Як видно, збільшення продуктивності обробки Q призводить до пропорційного зменшення технологічної собівартості обробки Cm .

Вирішуючи залежності (4) і (5) відносно параметрів режиму різання V_{dem} і t , що входять в залежність для визначення обробки $Q = B \cdot t \cdot V_{dem}$, маємо:

$$V_{dem} = \frac{m \cdot V_{кр} \cdot R_{кр}^{0,5}}{\pi \cdot \bar{X}^3} \cdot \left(\frac{R_a}{2}\right)^{2,5}; \quad (8)$$

$$t = \left(\theta \cdot \frac{c_m \cdot \rho}{\sigma}\right)^{1,3} \cdot \left[\frac{\pi^2 \cdot a^2 \cdot \bar{X}^6}{m^2 \cdot V_{кр}^2} \cdot \left(\frac{2}{R_a}\right)^5\right]^{0,3}. \quad (9)$$

Тоді з урахуванням двох обмежуючих факторів θ і R_a продуктивність обробки $Q = B \cdot V_{dem} \cdot t$ визначається:

$$Q = B \cdot \left(\theta \cdot \frac{c_m \cdot \rho}{\sigma}\right)^{1,3} \cdot \left[\frac{a^2 \cdot m \cdot V_{кр} \cdot R_{кр}^{1,5}}{\pi \cdot \bar{X}^3} \cdot \left(\frac{R_a}{2}\right)^{2,5}\right]^{0,3} \quad (10)$$

Як видно, збільшити продуктивність обробки Q можна збільшенням параметрів B , θ , R_a , $R_{кр}$, m , $V_{кр}$ та зменшенням σ і \bar{X} .

Аналіз залежності (6) показує, що продуктивність обробки Q з урахуванням обмеження за похибкою обробки δ не залежить від швидкості деталі V_{dem} та глибини шліфування t , а визначається параметрами δ , c , $K_{риз}$, $V_{кр}$ і σ . Тому задане значення δ досягається за умови, якщо продуктивність обробки Q , що визначається залежністю (6), буде більше продуктивності обробки Q , яка визначається залежністю (10). У разі невиконання цієї умови, необхідно в залежності (6) збільшити параметри c , $K_{риз}$, $V_{кр}$ і зменшити σ . Якщо це неможливо, то слід, навпаки, зменшувати продуктивність обробки Q , яка визначається залежністю (10), шляхом зменшення параметрів B , m , $R_{кр}$ і збільшення \bar{X} . При виконанні цієї умови забезпечено три задані параметри якості обробки: δ , θ , R_a .

Після підстановки залежності (10) в залежність (7), можна визначити мінімально можливу технологічну собівартість обробки Cm :

$$Cm = A \cdot \frac{g}{B} \cdot \left(\frac{\sigma}{c_m \cdot \rho \cdot \theta}\right)^{1,3} \cdot \left[\frac{\pi \cdot \bar{X}^3}{a^2 \cdot m \cdot V_{кр} \cdot R_{кр}^{1,5}} \cdot \left(\frac{2}{R_a}\right)^{2,5}\right]^{0,3} \quad (11)$$

Як видно, всі параметри, що призводять до збільшення продуктивності обробки Q , зменшують технологічну собівартість обробки Cm .

Запропонована математична модель при заданих параметрах якості дозволяє встановити, які технологічні характеристики обладнання або інструментів потрібні для досягнення певної технологічної собівартості. Виходячи з цього, можна зробити висновок, чи зможе підприємство-виробник виготовити конкретну деталь на наявному обладнанні з певними параметрами якості та при цьому забезпечити задану

собівартість виготовлення. У свою чергу, з отриманої технологічної собівартості визначається повна собівартість деталі, а при її порівнянні з ціною, закладеною в контракті, можна оцінити, наскільки ефективно виготовлення цієї деталі на наявному обладнанні або ж воно збиткове. У разі отримання збитку при виготовленні цієї деталі у підприємства є три варіанти вирішення питання її виготовлення: відмовитися від збиткового контракту; використовувати різні варіанти махінацій, що дозволяють знизити собівартість виготовлення деталі; за допомогою запропонованої математичної моделі (11) скорегувати технічні показники обладнання та інструментів для зниження технологічної собівартості при постійних параметрах якості.

Використовуючи запропонований теоретичний підхід, підприємство-виробник ще на етапі розробки технічної документації для участі в тендері на виготовлення продукції може проаналізувати свої можливості та прийняти рішення про подальшу участь в тендері з метою отримання замовлення й, відповідно, прибутку. В

такому випадку у керівництва підприємства не виникають проблеми з неможливістю виконання замовлення згідно з вимогами контракту вже після його підписання. Якщо у підприємства недостатньо обладнання для виконання конкретного замовлення, то ще на етапі підготовки до участі в тендері підприємство формує список обладнання та інструментів, які необхідно придбати для успішного виконання умов тендеру, отримання мінімальної собівартості виготовлення, яка нижче ціни, заявленої в контракті, що дозволить виробнику отримати прибуток.

У зв'язку з тим, що в математичній моделі (11) є велика кількість змінних, можна вибрати необхідне обладнання та інструменти, які будуть відповідати всім параметрам, що входять в цю математичну модель. Це дозволить мінімізувати випадки, коли вже в процесі експлуатації обладнання виявляється неможливість виконання деяких функцій, що призводить до збою виробничого процесу, порушенню умов контракту, а також неможливості отримання прибутку.

Abstract

The author advises on the development of content of the discipline "Integrated Reporting" for the second (master) level of higher education in the field of knowledge 07 "Management and Administration", specialty 071 "Accounting and taxation" and the feasibility of its inclusion in the curriculum of training specialists in higher education institutions. In the course of this scientific research the author's vision of the content of the discipline "Integrated Reporting" is offered.

The theoretical and methodological basis of the research is a dialectical method of scientific knowledge and a systematic approach to developing the content of the discipline «Integrated Reporting». The method of knowledge of the object of the study is based on the system and synergetic approaches, according to which the development of the content of discipline «Integrated reporting» is considered inextricably linked with the provision of modern knowledge in the training of accounting and taxation specialists, which are demanded by employers.

The research result has theoretical and practical value in the part of developing the detailed content of the discipline "Integrated Reporting" for specialty 071 "Accounting and Taxation".

The scientific value of the study is the further development of the educational process for the qualitative training of specialists in the field of accounting and auditing. The practical value of the study is to ensure the training of accounting and taxation specialists in qualitatively new knowledge. Social value is manifested in informing and familiarizing all teachers of institutions of higher education.

The obtained result will be useful for using the teaching staff of institutions of higher education in the teaching of discipline "Integrated reporting", as well as courses for professional development of accounting and taxation. It is recommended for discussion and expediency to include the proposed discipline in the curriculum of higher education institutions in order to ensure the acquisition of modern knowledge by applicants of the second (master's) level of specialty 071 "Accounting and taxation".

Список літератури:

1. Kotler P. Marketing Management / P. Kotler. – 9th edn. Englewood Cliffs NJ, Prentice Hall. 1997.
2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – 12-е изд. – СПб.: Питер, 2008. – 816 с.
3. Reidenbach R. E. and Robin P. A. Conceptual Model of Corporate Moral Development // Journal of Business Ethics, April. 1991. – С. 30-37.
4. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Пер. с англ. под ред. В.Б. Колчанова / Ж.-Ж. Ламбен. – СПб. : Питер, 2004. – 800 с.
5. Маркетинг: Підручник / В. Руделіус, О. М. Азарян, Н. О. Бабенко та ін.; Ред.-упор. О.І. Сидоренко, Л. С. Макарова. – 2-ге вид. – Київ: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2008. – 648 с.
6. Акимов Д.И. Социальный маркетинг / Д.И. Акимов. – Киев: Наукова думка, 2008. – 143 с.

7. Маркетингова політика розподілу : навч. посібник / М.І. Белявцев, Г.Д. Леонова, А.М. Зайцева. – 2-е вид., перероб. і доп. – Донецьк : ООО «Норд Комп'ютер», 2010. – 280 с.
8. Орлов П.А. Качество государственного регулирования и социальная ответственность предприятий как важные факторы конкурентоспособности продукции и страны / П.А. Орлов // БизнесИнформ. – 2017. – №11. – С. 441-447.
9. Грановский Г.И. Резание металлов: учебник / Г.И. Грановский, В.Г. Грановский. – М.: Высшая школа, 1985. – 304 с.
10. Маталин А.А. Технология машиностроения: учебник / А.А. Маталин. – Ленинград: Машиностроение, 1985. – 496 с.
11. Бобров В.Ф. Основы теории резания металлов / В.Ф. Бобров. – М.: Машиностроение, 1975. – 344 с.
12. Технологии производства: проблемы и решения: монография / Ф.В. Новиков, В.А. Жовтобрюх, С.А. Дитиненко, А.Г. Крюк, Н. Ф. Савченко, В. Г. Шкурупий, В.И. Полянский, И.А. Рябенков, Д.Ф. Новиков. – Днепр : ЛИРА, 2018. – 536 с. <http://www.mip.zavod-vtuz.ru/>.
13. Новиков Ф.В. Основы математического моделирования технологических процессов механической обработки: монография / Ф. В. Новиков. – Днепр : ЛИРА, 2018. – 400 с.
14. Новиков Ф.В. Оптимальные решения в металлообработке: монография / Ф.В. Новиков, В.А. Жовтобрюх, Г.В. Новиков. – Днепр: ЛИРА, 2017. – 476 с.

References:

1. Kotler, P. (1997). Marketing Management. Englewood Cliffs NJ, Prentice Hall [in English].
2. Kotler, P., Keller, K. (2008) Marketing Management. 12th ed. SPb. Peter [In Russian].
3. Reidenbach, R.E. and Robin, P.A. (1991). Conceptual Model of Corporate Moral Development. Journal of Business Ethics, April. P. 30-37 [in English].
4. Lamben, Zh.-Zh. (2004). Management, market-oriented. Trans. from English by ed. V.B. Kolchanova. SPb. Peter [in Russian].
5. Rudelius, V., Azaryan, O.M., Babenko, N.A., and others. (2008). Marketing: Tutorial (Ed. O.I. Sidorenko, L.S. Makarova). Kyiv: Educational and Methodological Center "Consortium for the Improvement of Management-Education in Ukraine" [In Ukrainian].
6. Akimov, D.I. (2008). Social marketing. Kiev: Naukova Dumka [In Russian].
7. Belyavtsev, M.I., Leonova, G.D. And Zaitseva, A.M. (2010). Marketing policy of distribution. Donetsk: North Computer Ltd [In Ukrainian].
8. Orlov P.A. (2017). The quality of state regulation and the social responsibility of enterprises as important factors in the competitiveness of products and the country / BusinessInform. 11. Pp. 441–447. [In Russian].
9. Granovsky, G.I. and Granovsky, V.G. (1985). Metal cutting: a textbook. – М.: High School. – 304p. [In Russian].
10. Matalin A. A. (1985). Engineering technology. Leningrad: Mechanical Engineering [In Russian].
11. Bobrov V. F. (1975). Fundamentals of the theory of cutting metals. - М.: Mechanical Engineering, 1975. [in Russian].
12. Novikov, F.V., Zhovtobryukh, V.A., Ditinenko, S.A., Kruk, A.G., Savchenko, N.F., Shkurupiy, V.G., Polyanskiy, V.I., Riabekov, I.A. and Novikov, D.F. (2018). Production technology: problem solutions: monografiya. Dnipro: LIRA. Retrieved from: http://www.mip.zavod-vtuz.ru/catalog_of_the_tool_Sandvik [in Russian].
13. Novikov, F.V. (2018). Fundamentals of mathematical modeling of technological processes of mechanical processing, monografiya. Dnipro : LIRA [in Russian].
14. Novikov, F.V., Zhovtobryukh, V.A. and Novikov, G.V. (2017). Optimal solutions in metalworking, monografiya, Dnipro : LIRA [In Russian].

Посилання на статтю:

Новіков Д. Ф. Соціально-відповідальний маркетинг в металообробному виробництві та його вплив на прибуток машинобудівного підприємства / Д. Ф. Новіков // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2019. – № 4 (44). – С. 99-105. – Режим доступу до журн.: <https://economics.opu.ua/files/archive/2019/No4/99.pdf>. DOI: 10.5281/zenodo.3757998.

Reference a Journal Article:

Novikov D. F. Socially responsible marketing in the metalworking industry and its impact on the profit of a machine-building enterprise / D. F. Novikov // Economics: time realities. Scientific journal. – 2019. – № 4 (44). – P. 99-105. – Retrieved from <https://economics.opu.ua/files/archive/2019/No4/99.pdf>. DOI: 10.5281/zenodo.3757998.

