

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ МЕНЕДЖМЕНТА В СФЕРЕ УСЛУГ НА РЕГИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ

Аннотация: развитие межрегиональных коммуникационных связей обусловлено применением инструментов менеджмента для повышения привлекательности региона, в частности, регионального рынка услуг, в контексте улучшения имиджа.

Стратегии развития репутации предприятий и бренда территории в сфере услуг должны разрабатываться в соответствии с условиями конкурентной экономики. Важной предпосылкой к их эффективной деятельности является внедрение инноваций. Появление новых технологий, новых методов менеджмента, новых товаров и услуг инициирует перемены в деятельности предприятий, занятых предоставлением услуг.

В статье рассматриваются основные принципы организации менеджмента, проводится оценка инвестиционной привлекательности рынка услуг, предложена методика определения емкости регионального рынка услуг, представлены концептуальные аспекты организации менеджмента в сфере услуг связи.

Ключевые слова: принципы, менеджмент, рынок услуг связи, инвестиционная привлекательность, емкость рынка услуг.

UDK 338.242

Yu. V. Pakhomova

CONCEPTUAL ASPECTS OF ORGANIZATION OF SERVICES MANAGEMENT IN THE REGIONAL MARKET

Abstract: the development of interregional communication links is due to the application of management tools to increase the attractiveness of the region, in particular the regional market for services, in the context of improving the image.

Strategies for the development of the reputation of enterprises and the brand of the Territory in the sphere of services should be developed in accordance with the conditions of a competitive economy. Innovation is an important prerequisite for their effective operation. The emergence of new technologies, new management methods, new goods and services initiates changes in the activities of enterprises engaged in the provision of services.

The article discusses the basic principles of management organization, assesses the investment attractiveness of the service market, proposes a methodology for determining the capacity of the regional service market, presents conceptual aspects of management organization in the field of communication services.

Keywords: principles, management, communication services market, investment attractiveness, service market capacity.

DOI: 10.22394/1997-4469-2019-47-4-172-176

Введение

Интеграция в экономику мира требует от регионов РФ проведения активной конкурентной политики по поводу привлечения инвестиционных ресурсов, способной привести к модернизации экономики, увеличению конкурентных преимуществ.

Региональная экономика связана с применением соответствующих мер и создани-

ем благоприятных условий для инвестирования, способствующих привлечению иностранных вложений, в формате стратегического курса внедрения в рынок инвестиций, которому свойственны специфические законы и условия.

В связи с этим региональные социально-экономические системы должны проводить новаторскую инвестиционную полити-

ку, удовлетворяющую требованиям кредиторов на уровне региона и федерации.

Эффективный и комплексный инвестиционный резерв, которым является иностранный капитал, является финансовым источником, способствующим развитию технических, технологических, интеллектуальных возможностей, а также менеджмента.

1. Анализ инвестиционной привлекательности регионального рынка услуг

Менеджмент, как система принятия решений, является эффективным инструментом управления развитием предприятия услуг. Он позволяет определить технологические и технические возможности производственных систем, потребности регионального рынка в контексте микроэкономической деятельности, получить информацию о рынках, находящихся на более высоком уровне, региональных конкурирующих структурах, и позволит осуществить анализ и выбор стратегии управления развитием.

Если представить, что покупатель — это потенциальный кредитор, а в качестве товара принять региональный ресурс, обладающий стоимостью и полезностью, то для региональных и местных органов самоуправления, компетентных ведомств эффективным способом повышения инвестиционной привлекательности является системная организация менеджмента (система менеджмента).

Основными принципами системы менеджмента, характерными для управленческой деятельности предприятия услуг, являются:

- потребитель — основное звено в системе, когда необходимо сочетать тактические и стратегические подходы к удовлетворению его требований с учетом одновременного, целенаправленного воздействия на них;
- использование системного подхода, согласно которому необходимо учитывать взаимосвязь и взаимозависимость происходящих процессов и явлений;
- долгосрочное планирование, с определением целей на принятый период, прогнозирование;
- результат деятельности и осуществление контроля.

Система менеджмента позволяет найти ответ на вопрос: каким образом соотносится спектр предоставляемых услуг предприятия и платежеспособный спрос потребителей? От эффективного соотношения этих факторов зависит развитие предприятия услуг.

Инвестиционная привлекательность предприятий как особый приоритет в системе управления развитием регионального рынка услуг показывает, насколько вероятно привлечение денежных средств в региональную экономику. Повышая инвестиционную привлекательность можно увеличить и поступление денежных средств, и конкурентные преимущества рынка услуг.

На конкурентные преимущества рынка услуг оказывают влияние следующие составляющие микро и мезо среды:

- природные ресурсы;
- издержки производственной деятельности;
- производимые товары и услуги.

На конкурентные преимущества рынка услуг влияют также составляющие макросреды, включающие методы государственного воздействия, систему финансовых показателей, институциональные изменения.

Атрибуты рынка услуг отражают, в частности:

- региональную необходимость в развитии данного отраслевого сегмента;
- необходимость обеспечения доходности проинвестированных предприятий.

Инвестиционная привлекательность на рынке услуг характеризуется объемом инвестиционной деятельности, ценами товаров и услуг, объемом потребления, издержками предприятия, динамикой привлечения денежных средств.

Инвестиционная привлекательность отраслевого сегмента характеризуется:

- возможностью появления конкурирующих предприятий, предоставляющих товары и услуги;
- наличием внутриотраслевой конкуренции;
- структурой и динамикой спроса потребителей в сфере услуг;
- влиянием макроэкономических условий развития.

Региональное развитие зависит от конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности предприятий, служит доминирующей

нантным показателем, так как повышение конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности влечет за собой увеличение межрегиональных и межгосударственных конкурентных преимуществ.

Система менеджмента предприятия предполагает в качестве необходимого условия непрерывное развитие инфраструктуры. Инфраструктура (отрасли и службы) позволяет обеспечить взаимодействие производителей и потребителей, сформировать информационные потоки.

Эффективное функционирование рынка услуг зависит, прежде всего, от конкурентной среды, отличающейся доступностью информационных потоков. На развитие рыночной инфраструктуры влияет информация о товарах и услугах, ценовом диапазоне, об осуществлении платежных операций. Информационная прозрачность деятельности рынка услуг является одним из необходимых условий функционирования рыночной инфраструктуры.

На основе эффективной деятельности хозяйствующих субъектов осуществляется развитие и самого рынка региона. Предприятия разрабатывают и внедряют технические инновации, уникальные торговые марки, предоставляют новые высококачественные услуги. Все это способствует повышению конкурентных преимуществ предприятий услуг в регионе.

Спрос и предложение, конъюнктура, организация сбытовых операций являются предметами анализа и прогноза развития предприятий рынка услуг с учетом факторов внешней и внутренней среды.

Финансовые, материальные ресурсы, реальная экономическая ситуация в регионе оказывают влияние на разработку стратегий менеджмента.

Особенностью системы менеджмента является способность постоянного возобновления процесса, предполагающего продолжение исследования предприятий рынка услуг для определения и устранения новой проблемы, даже в процессе проведения выбранной стратегии.

Результаты проводимого анализа показывают, насколько потенциальные возможности предприятий услуг соответствуют требованиям потребителей.

Емкость и потенциал рынка услуг определяют спрос и предложение на товары

и услуги. Расширение емкости рынка и увеличение потенциала предложения способствует эффективному функционированию рынка услуг.

2. Методика определения емкости рынка услуг в регионе

Рыночный спрос является предельным значением платежеспособного спроса населения и поэтому определяет емкость рынка услуг. Формируя политику продажи товаров и услуг, ориентируются на показатели емкости рынка и принимают соответствующие меры.

Автором предложена методика, позволяющая определить емкость рынка услуг в регионе с учетом суммарной емкости по j -м предприятиям услуг (формула 1):

$$I = \sum_{j=1}^m I_j, \quad (1)$$

где I_j — емкость по j -му предприятию услуг;

m — количество предприятий услуг.

Емкость рынка услуг в регионе определяется методом цепных подстановок (формула 2):

$$I_j = K_j \times R \times L_1 \times L_2 \times L_3 \times L_{4j}, \quad (2)$$

где K_j — численность населения — потребителей услуг, чел;

R — средний показатель дохода на душу населения, руб.;

L_1 — показатель доли накоплений в структуре дохода на душу населения;

L_2 — показатель сбережений в структуре накопления на товары длительного пользования, или в доле накоплений, определяемых коэффициентом L_1 ;

L_3 — удельный вес сбережений в структуре коэффициента L_2 ;

L_{4j} — прогнозируемый удельный вес сбережений на потребление услуги в структуре сбережений коэффициента L_3 .

3. Система менеджмента в сфере услуг на региональном рынке

Система менеджмента в сфере услуг на региональном рынке включает все вышеперечисленные составляющие, находящиеся в отношениях соподчиненности, последовательность выполнения которых можно представить в виде концептуальной схемы управления (рис.).



Рис. Система менеджмента качества

Внутренними факторами, учитываемыми в системе менеджмента в контексте привлекательности экономики региона и предприятий услуг территории присутствия, являются:

- показатели уровня развития экономики региона и емкости рынка;
- многообразие регионального ресурса;
- инфраструктура рынка;
- доступность информации;
- другой спектр социально-экономических факторов.

В частности, для предприятий в сфере услуг сотовой связи одним из важнейших факторов является управление брендом, высокий уровень которого существенно влияет на объем предоставляемых услуг. Так, например, эффективность брендинга локально проявляется в увеличении количества абонентов ОАО «МТС» и «Вымпелком», доля которых на российском рынке услуг сотовой связи составляет соответственно 33 % и 25 %.

Заключение

1. От выбора концепции организации менеджмента зависит формат стратегии и точность прогноза развития предприятий услуг сотовой связи.

В качестве локальной модели прогнозирования предлагается модель определения емкости рынка услуг в регионе.

2. Предприятиям услуг, как на региональном уровне, так и на федеральном для устойчивого позиционирования следует придерживаться стратегии минимизации стоимости услуг. Также необходимо

обеспечить конкурентные преимущества за счет расширения спектра дополнительных услуг.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алтухов А. И. Развитие продовольственного рынка России. Ч. 2 / А. И. Алтухов, Г. И. Макин, М. А. Бабков. — М.: Агри-Пресс, 2000. — 444 с.
2. Беркович М. И. Макроэкономическая дестабилизация и отраслевой кризис: монография. — Кострома: Изд-во Костромского государственного технологического университета, 1997. — 272 с.
3. Беркович М. И. Инвестиционная привлекательность отраслей промышленности / М. И. Беркович, А. А. Рубцова // Проблемы экономики, финансов и управления производством: сборник научных трудов. — Вып. 17. — Иваново, 2005. — С. 64—66.
4. Скопина И. В. Инструментальное обеспечение управления развитием региональных потребительских рынков / И. В. Скопина, Ю. О. Бакланова, А. О. Скопин // Вестник Нижегородского государственного университета. — 2005. — С. 385—396.
5. Грабауров В. А. Информационные технологии для менеджеров / В. А. Грабауров. — М.: Финансы и статистика, 2001. — 368 с.
6. Бараненко С. П. Инновационный менеджмент: учеб.-метод. комплекс / С. П. Бараненко, М. Н. Дудин, Н. В. Лясников. — М.: Центрполиграф, 2010. — 287 с.
7. Пахомова Ю. В. Модель прогнозирования для менеджмента развития региональ-

ного рынка услуг сотовой связи / Ю. В. Пахомова, Б. Г. Преображенский // Регион, системы, экономика, управление. — 2014. — № 3 (26). — С. 162—167.

8. Веснин В. Р. Менеджмент : учеб. / В. Р. Веснин. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : Проспект, 2011. — 613 с.

Воронежский государственный технический университет

Пахомова Ю. В., кандидат экономических наук, доцент кафедры инженерной экономики

E-mail: yulia198007@mail.ru

Тел: 8-950-771-72-92

УДК 332.133.6

А. В. Полянин,
Л. И. Проняева,
О. А. Федотенкова,
А. В. Павлова

ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ КЛАСТЕРОВ

Аннотация: проведенное в статье исследование основано на научной гипотезе, заключающейся в том, что современное состояние и развитие промышленности в стране во многом определяется наличием в ней процессов создания кластеров, объединяющих ресурсы и капитал различных экономических субъектов с целью повышения конкурентоспособности производимой промышленной продукции. Анализ современных тенденций и основных проблем в развитии инновационных промышленных кластеров позволил авторам дать оценку специализациям, темпам развития, географии расположения, основным результатам их деятельности в стране. Сравнительная характеристика применяемых мер государственной поддержки кластерных структур в промышленности показала, что государственные программы поддержки инновационных промышленных кластеров способствуют более активному привлечению частного капитала в реализацию кластерных проектов. В исследовании обоснован вывод, что важным условием для дальнейшего успешного развития кластеров в промышленности является обеспечение высокого уровня их инновационной активности, способствующего получению эффекта «двойной» синергии за счет концентрации ресурсов и интеллектуального капитала. Авторами определены принципы и задачи управления в инновационных промышленных кластерах. Управленческие задачи сориентированы на ожидаемые результаты развития инновационных промышленных кластеров.

Ключевые слова: кластеры, промышленность, развитие, проблемы, инновации, управление, государственная поддержка.

UDK 332.133.6

A. V. Polyinin,
L. I. Pronyayeva,
O. A. Fedotenkova,
A. V. Pavlova

TRENDS AND PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF INNOVATIVE INDUSTRIAL CLUSTERS

Abstract: the research conducted in article is based on the scientific hypothesis which is that the current state and development of the industry in the country in many respects is defined by existence of processes of creation of the clusters in it uniting resources and the capital of various economic subjects for the purpose of improving competitiveness of the made industrial output. The analysis of current trends and main problems in development of innovative industrial clusters allowed authors to give an assessment to specializations, rates of development, arrangement geog-