

Концепция менеджмента в управлении развитием предприятия

Наталья Н. Кудрявцева ¹	konnat@mail.ru
Юлия В. Пахомова ²	yulia198007@mail.ru
Юлия Н. Дуванова ³	dyvanova@mail.ru

¹ Военно-воздушная академия имени профессора Н.Е. Жуковского и Ю.А. Гагарина, ул. Старых Большевиков, 54а, г. Воронеж, Россия

² Воронежский государственный технический университет, ул. Московский проспект, 14, г. Воронеж, Россия

³ Воронежский государственный университет инженерных технологий, пр-т Революции, 19, 394036, г. Воронеж, Россия

Аннотация. Применение инновационного подхода дает возможность получить конкретные результаты деятельности предприятий, такие как предложение товаров и услуг высокого качества, конкурентоспособные преимущества, позволяющие более гибко реагировать на изменения внутренней и внешней среды. Важным в контексте управления развитием регионального рынка услуг являются определение и анализ инвестиционной привлекательности отрасли услуг. Чем она выше, тем больше вероятность притока финансовых ресурсов в экономику отрасли. В связи с этим большое значение приобретает взаимосвязь понятий «инвестиционная привлекательность отрасли» и «конкурентоспособность отрасли». Поэтому актуальной является проблема управления рынком услуг. Анализ указанных проблем показал отсутствие эффективного управления предприятиями на рынке. В настоящее время не существует эффективных методик и моделей управления предприятием, представляющих собой отношения экономического субъекта, предполагающего взаимосвязь в предоставлении и потреблении товаров и услуг. В данной статье рассмотрены основные аспекты государственного влияния на деятельность рынка услуг. Регуляторами рыночной деятельности не создаются условия, способствующие развитию сферы услуг. Поэтому, предложена модель, позволяющая регулировать отношения предприятия на основе инновационной стратегии управления предприятием, расширяющей возможности и пути повышения эффективности управления как рынком сферы услуг, так и сектором экономики в целом. В статье дана оценка конкурентоспособности рынка услуг, определён экономический потенциал регионального рынка услуг, представлен алгоритм разработки стратегии менеджмента, предложена модель развития регионального рынка услуг.

Ключевые слова: управление, предприятие, стратегия, модель, экономика

The concept of management development management enterprise

Natal'ya N. Kudryavtseva ¹	konnat@mail.ru
Yuliya V. Pakhomova ²	yulia198007@mail.ru
Yuliya N. Duvanova ³	dyvanova@mail.ru

¹ Air Force, Military Training and Research Center of the Air Force, Air Force Academy named after Professor N. E. Zhukovskiy and Y. A. Gagarin, Starich Bolshevnikov str., 54a, Voronezh

² Voronezh state technical university, Moskovsky av., 14, Voronezh, Russia

³ Voronezh state university of engineering technologies, Revolution Av., 19 Voronezh, 394036, Russia

Abstract. The use of an innovative approach makes it possible to obtain specific results of enterprises, such as the supply of goods and services of high quality, competitive advantages, allowing more flexible response to changes in the internal and external environment. Important in the context of managing the development of the regional market of services are the definition and analysis of the investment attractiveness of the service industry. The higher it is, the more likely the inflow of financial resources into the economy of the industry. In this regard, the relationship between the concepts of "investment attractiveness of the industry" and "competitiveness of the industry" is of great importance. Therefore, the actual problem is the management of the market of services. Analysis of these problems showed the lack of effective management of enterprises in the market. Currently, there are no effective methods and models of enterprise management, representing the relationship of an economic entity, involving the relationship in the provision and consumption of goods and services. This article describes the main aspects of the state influence on the services market. Market regulators do not create conditions conducive to the development of the service sector. Therefore, a model is proposed that allows to regulate the relations of the enterprise on the basis of an innovative strategy of enterprise management, expanding the opportunities and ways to improve the efficiency of management of both the market of services and the sector of the economy as a whole. The article assesses the competitiveness of the services market, defines the economic potential of the regional services market, presents an algorithm for developing a management strategy, and proposes a model for the development of the regional services market.

Keywords: management, enterprise, strategy, model, economy

Введение

В настоящее время определяющее воздействие на развитие рынка услуг оказывает применение законодательного регулирования. Законодательное регулирование рынка услуг содержит несколько факторов, определяющих риск развития бизнеса:

- противоречия положений местного, регионального и федерального нормативного характера;

- неполный учет результата судебных практик с применением правовых норм по вопросу, рассмотренному судом;

- неполная интерпретация судей в соответствии с новыми принятыми правилами;

- возможность государства воздействовать на решение, принимаемое судом;

- неполная проработка этапов, описывающих разорение предприятия.

Для цитирования

Кудрявцева Н.Н., Пахомова Ю.В., Дуванова Ю.Н. Концепция менеджмента в управлении развитием предприятия // Вестник ВГУИТ. 2019. Т. 81. № 1. С. 429–433. doi:10.20914/2310-1202-2019-1-429-433

For citation

Kudryavtseva N.N., Pakhomova Yu.V., Duvanova Yu.N. The concept of management development management enterprise. *Vestnik VGUIT* [Proceedings of VSUET]. 2019. vol. 81. no. 1. pp. 429–433. (in Russian). doi:10.20914/2310-1202-2019-1-429-433

Рынок услуг

Подзаконные нормативные акты, а также законы становятся действующими с задержкой, что является существенным пробелом в их применении.

Указанный недочет неблагоприятно отражается на реализации лицензий и контрактов и является необходимой защитой при предъявлении претензии.

Проблема в развитии рынка услуг – это многоступенчатая и непрозрачная процедура при получении лицензии.

Вышеизложенное свидетельствует, что техническая политика создает административный барьер в виде дискриминирующих условий, снижая оценку инвестиционной привлекательности рынка услуг. Потребитель лишается использования современной технологии, предоставляющей дополнительные услуги.

Рыночный риск предприятия находится на низком уровне и обуславливается его позицией. Стабильный спрос на продукцию является гарантией постоянного минимального уровня дохода, на который не оказывают влияние экономические условия и политическая ситуация страны.

Существенное влияние государственных органов управления формирует политические риски предприятий.

Сферу рынка услуг определяют экономические, правовые и организационные отношения продажи, информационные данные [7].

Рынок услуг формируется экономическими отношениями, связанными со спросом, предложением, ценой посредством обмена товара или услуги [8].

С учетом национальной специфики рынок услуг характеризуется отношениями экономических субъектов, предполагающих осуществление взаимодействия в предоставлении и потреблении продукта, регулируемого органами государственной власти [6].

Инвестиционная привлекательность рынка услуг

Инвестиционная привлекательность на рынке услуг характеризуется объемом инвестиционной деятельности, ценами товаров и услуг, объемом потребления, издержками предприятия, динамикой привлечения денежных средств [8].

Инвестиционная привлекательность отраслевого сегмента оценивается следующим образом [9]:

- определяется возможность появления конкурирующих предприятий, предоставляющих товары и услуги;
- наличие внутриотраслевой конкуренции;
- влияние потребителей предприятий, воздействие макроэкономических условий развития.

Региональное развитие зависит от конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности предприятий, служит определяющим показателем, влечет за собой увеличение межрегиональных и межгосударственных конкурентных преимуществ (таблица 1).

Потребителей интересует качественный продукт, имеющий минимальную цену. В то же время предприятия планируют осуществить продажу продукта по высоким ценам, обеспечивающим доходность и увеличение платежеспособного спроса [2].

Таблица 1.

Регулирование управленческой деятельности рынка услуг

Table 1.

Regulation management services market activity

Принцип Principle	Инструменты принципа Tools principle
Целостность Integrity	Исследование системы как единого организма, учитывая проявление свойства, внутренней связи элементов и внешней связи других объектов The research system as a single organism, given the manifestation of the properties of elements of internal communication and external communication of other objects
Иерархическая упорядоченность Hierarchical ordering	Различный иерархический уровень каждого элемента системы Different hierarchical level of each element of the system
Целевая направленность Targeting	Функционирование элементов в системе в виде единого целого Operation of the elements in the system as a whole
Необходимое разнообразие Requisite variety	Разнообразные элементы системы, ограниченные минимумом и максимумом Various elements of the system, limited to the minimum and maximum
Эмергентность Emergent	Несовпадение критериев в отдельных элементах, таких как глобальная цель и системные составляющие Do not match the criteria in separate elements, such as a global goal and system components
Обратная связь Feedback	Взаимодействие взаимосвязанных элементов в системе The interaction of interrelated elements in the system
Альтернативность Alternativity	Варианты возможного решения проблем Options for possible solutions to problems

Поэтому необходимо создавать субъективные и объективные элементы, формирующие управленческую культуру, включающую стили и стратегии управления [4, 5, 8] (рисунок 1).

Современное демократическое государство может эффективно развиваться при наличии открытого информированного общества, которому способствует развитая информационная, телекоммуникационная инфраструктура.

Общественной информированностью определяется общественный интеллект, социальная воля, целенаправленность.

Рост информации, знания, информационных услуг, всех отраслей, связанных с производственной деятельностью (телекоммуникационной, компьютерной, телевизионной), является доминирующим фактором экономического развития [1]

Информационные технологии имеют всепроникающий характер и скорость проникновения на предприятия, в каждый сектор промышленности, государственного управления [3, 7].

Внутренними факторами системы, учитывающими привлекательность экономики региона и предприятий в регионе, являются:

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

Поэтому необходимо создавать субъективные и объективные элементы, формирующие управленческую культуру, включающую стили и стратегии управления [4, 5, 8]. Социально-экономический потенциал региона охватывает все ресурсы (средства, запасы, источники) – материальные, человеческие, природные, уже вовлеченные в процессы производства и социального развития, а также ресурсы, используемые для роста экономической эффективности, позволяющие укрепить социально-политическую стабильность, повысить уровень и качество жизни населения региона [4–6].

Предложенный подход к оценке социально-экономического потенциала региона включает следующие этапы [8–10].

I этап. Применение функционально-целевого подхода и возможность оценки отдельных задач.

II этап. Анализ потенциала региона. Позволяет оценить пропорциональность, сбалансированность ресурсов региона.

III этап. Разработка концепции менеджмента оценки потенциала (рисунок 1).

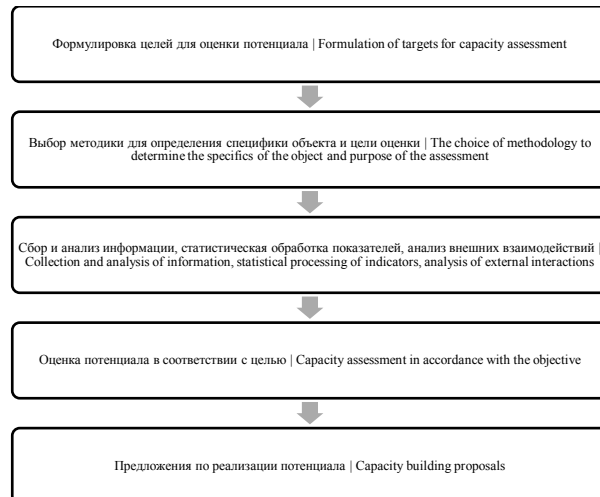


Рисунок 1. Алгоритм разработки концепции менеджмента

Figure 1. Algorithm for developing a management concept

IV этап. Реализация подхода, позволяющего определить сумму отдельных (локальных) потенциалов и отразить их взаимосвязь. Применяется для оценки потенциала и инновационной стратегии развития регионального рынка услуг.

Экономический потенциал регионального рынка услуг можно оценить путем определения пяти коэффициентов [3, 7].

Экономический потенциал региона определяется по формуле:

$$K_{\text{ЭП}} = \frac{\text{ВВП}}{\text{ЭП}},$$

где ВВП – валовой внутренний продукт региона в текущем году; ЭП – экономический потенциал территории в годовом измерении.

Активная часть экономического потенциала региона определяется по следующей формуле:

$$K_{\text{ЭПа}} = \frac{\text{ВВП}}{\text{ЭПа}},$$

где ЭПа – экономический потенциал региона (активная часть).

Экономические ресурсы региона оцениваются коэффициентом:

$$K_a = \frac{\text{ЭПа}}{\text{ЭП}}.$$

Эффективность экономических ресурсов региона определяется в виде следующего коэффициента:

$$K_{\text{ЭР}} = \frac{\text{ЭП}}{P},$$

где P – стоимостное выражение экономических ресурсов, имеющихся в наличии на данной территории.

Локальный потенциал i -го вида представлен коэффициентом:

$$K_{\text{эп}i} = \frac{D_i}{\text{ЭП}i},$$

где D_i – фактический годовой доход, приходящийся на i -й вид экономического ресурса; $\text{ЭП}i$ – экономическая оценка локального потенциала i -го вида в годовом измерении.

Суммарный экономический потенциал региона детерминирован как сумма локальных потенциалов.

Однако конкурентоспособность отрасли не всегда характеризуется конкурентоспособностью предлагаемых в данном сегменте товаров и услуг, а также спросом на них.

Конкурентоспособным является то предприятие, которое предоставляет услуги на рынке, характеризующимся технико-функциональными, экономическими, организационными и другими характеристиками, адекватными ожиданиям потребителя, определяющим его рыночную долю и препятствующим распределению в пользу другого субъекта рынка услуг.

Конкурентоспособность предприятия идентифицируется комплексом показателей функционирования на рынке услуг. Потребители выбирают предприятие, способное в полной мере удовлетворить их потребности. Факторы, определяющие успех предприятия, обусловлены новыми технологиями и инструментами в управлении, низкой ценой товаров и услуг, высоким качеством предоставляемых дополнительных услуг, индивидуальным подходом к потребителям. Данные факторы позволяют оценить конкурентную позицию и преимущества предприятия услуг и свидетельствуют об увеличении количества конкурентов. Так как на деятельность предприятия большое влияние оказывает макросреда (внешняя среда), большое значение приобретает применение эффективных методов управления, включающих способы и действия, позволяющие предприятиям адаптироваться к внешним воздействиям и усилить конкурентную позицию. Эффективным в данном контексте является управление на основе инновационного подхода, позволяющее разработать миссию, ключевые цели, стратегию развития и способы её реализации, обеспечивающие функционирование предприятия с учетом воздействий макросреды, приводящих к изменениям внутренней среды самого предприятия.

Управление на основе инновационного подхода предполагает использование повторяющихся процедур, фаз, функций. Результатом реализации таких функций управления, как анализ, является оценка конкурентоспособности

предприятия; прогнозирования – прогноз возможных состояний; планирования – разработка плана и стратегии развития; организации и мотивации – функционирование, мотивация, финансирование, организационное и инвестиционное проектирование; контроля и регулирования – корректировка и разработка программы, механизма деятельности.

Управление предприятием услуг на основе инновационного подхода состоит из подготовительного этапа, обеспечивающего разработку стратегии; основного этапа – реализации стратегии; заключительного этапа, в формате которого осуществляется корректировка и обратная связь.

Каждый этап включает реализацию определенных функций управления: первый этап – анализ и прогнозирование микросреды и макросреды; второй – планирование; третий – организация и мотивация, контроль и регулирование.

Макроокружение и рыночная среда подвергаются постоянному анализу.

Предприятие услуг – это элемент макросреды. Соответствие деятельности предприятия условиям макросреды является необходимым требованием. Многие субъекты хозяйствования используют из макросреды ограниченные ресурсы, необходимые для того, чтобы поддержать продуктивную деятельность, а также внутренний потенциал на адекватном уровне. При разработке стратегий управления развитием предприятий услуг следует учитывать тенденции развития внешней среды и позицию, занимаемую предприятием в макросреде, что позволяет осуществить прогноз угроз и возможностей предприятия услуг на рынке [7–10].

Микросреда предприятия услуг характеризуется ресурсной возможностью, и потенциалом, позволяющими выиграть конкурентную борьбу. Основные составляющие микросреды предприятия услуг – это производственные, финансовые, инвестиционные, маркетинговые, организационные компоненты. Эффективное управление позволяет поддержать и расширить деятельность предприятия, обеспечить конкурентные преимущества в перспективе.

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

Рыночная деятельность является многоплановым экономическим понятием, объективным явлением экономической политики, включающим людей, осуществляющих покупку с учетом происходящих изменений, затрагивающих всех участников рынка. Сферу услуг составляет купля-продажа товара или услуги, удовлетворяющей потребность отдельного лица или организации.

Финансовые, материальные ресурсы, складывающаяся экономическая обстановка в регионе оказывают влияние на разработку стратегий менеджмента, что является результатом этого этапа. Исходя из этого отдается предпочтение стратегии менеджмента и рассматриваются планы по реализации стратегии.

ЛИТЕРАТУРА

- 1 Кудрявцева Н.Н., Артеменко В.Б., Лапыгина С.А. Информационное обеспечение инновационного развития предприятия на основе использования инструментов контроллинга бизнес-процессов // Экономика и предпринимательство. 2013. № 12. Ч. 4. С. 704–712.
- 2 Кудрявцева Н.Н. Реализация сбалансированной системы показателей на предприятии // Инновационный Вестник Регион. 2012. № 2. С. 27–34.
- 3 Пахомова Ю.В., Кудрявцева Н.Н. Стратегии менеджмента в управлении предприятием рынка услуг // Материалы IV междунар. науч.-практ. конф. Саратов, 2014. С. 73–74.
- 4 Балашов А.П. Основы менеджмента: учебное пособие, 2-е изд., перераб. и доп. М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. 288 с.
- 5 Kihn M. House of lies: how management consultants steal your watch and then tell you the time. 2012. 288 p.
- 6 Senor D. Start-up Nation. 2016. 198 p.
- 7 Peppard J., Ward J. The strategic management of information systems: Building a digital strategy. John Wiley & Sons, 2016.
- 8 Weng J., Liu T. Enterprise Strategy Analysis Based on SWOT Analysis // 2018 International Conference on Sports, Arts, Education and Management Engineering. Atlantis Press, 2018.
- 9 Bromiley P., McShane M., Nair A. et al. Enterprise risk management: Review, critique, and research directions // Long range planning. 2015. V. 48. № 4. P. 265–276.
- 10 Nickols F. Strategy, strategic management, strategic planning and strategic thinking // Management Journal. 2016. V. 1. № 1. P. 4–7.
- 11 Игошин А.Н., Черемухин А.Д. Особенности воспроизводства человеческого капитала в контексте оценки эффективности работы организации // Вестник НГИЭИ. 2017. № 5 (72). С. 96–113.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Наталья Н. Кудрявцева к.э.н., доцент, кафедра управления материально-техническим обеспечением ВВС, Военно-воздушная академия имени профессора Н.Е. Жуковского и Ю.А. Гагарина, ул. Старых Большевиков, 54а, г. Воронеж, Россия, konnat@mail.ru

Юлия В. Пахомова к.э.н., доцент, кафедра инженерной экономики, Воронежский государственный технический университет, Московский пр-т, 14, г. Воронеж, Россия, yulia198007@mail.ru

Юлия Н. Дуванова к.э.н., доцент, кафедра экономической безопасности и финансового мониторинга, Воронежский государственный университет инженерных технологий, пр-т Революции, 19, г. Воронеж, Россия, dyvanova@mail.ru

КРИТЕРИЙ АВТОРСТВА

Все авторы в равной степени принимали участие в написании рукописи и несут ответственность за плагиат

КОНФЛИКТ ИНТЕРЕСОВ

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

ПОСТУПИЛА 16.01.2019

ПРИНЯТА В ПЕЧАТЬ 19.02.2019

Заключение

На основе анализа и контроля, показывающих эффективность применения стратегии и позволяющих определить тенденции и перспективы развития предприятий рынка услуг, можно определить, насколько соответствует проводимая политика запланированным целям.

REFERENCES

- 1 Kudryavtseva N.N., Artemenko V.B. Lapygina S.A. Information support of innovative enterprise development through the use of tools of controlling business processes. *Ekonomika i predprinimatel'stvo* [Economy and entrepreneurship]. 2013. no. 12. pp.704–712. (in Russian).
- 2 Kudryavtseva N.N. The implementation of a balanced scorecard for the enterprise. *Innovatsionny Vestnik Region* [Herald Innovative Region]. 2012. no. 2. pp. 27–34. (in Russian).
- 3 Pakhomova Yu.V., Kudryavtseva N.N. Management strategies in the management of pre-acceptance service market. *Materialy IV mezhdun. nauch.-prakt. konf.* [Proceedings of the IV Internat. scientific-practical. konf.]. Saratov, 2014. pp. 73–74. (in Russian).
- 4 Balashov A.P. Osnovy menedzhmenta [Fundamentals of management: 2nd ed.]. Moscow, Vuzovskiy uchebnik: NITS INFRA-M, 2014. 288 p. (in Russian).
- 5 Kihn M. House of lies: how management consultants steal your watch and then tell you the time. 2012. 288 p.
- 6 Senor D. Start-up Nation. 2016. 198 p.
- 7 Peppard J., Ward J. The strategic management of information systems: Building a digital strategy. John Wiley & Sons, 2016.
- 8 Weng J., Liu T. Enterprise Strategy Analysis Based on SWOT Analysis. 2018 International Conference on Sports, Arts, Education and Management Engineering. Atlantis Press, 2018.
- 9 Bromiley P., McShane M., Nair A. et al. Enterprise risk management: Review, critique, and research directions. Long range planning. 2015. vol. 48. no. 4. pp. 265–276.
- 10 Nickols F. Strategy, strategic management, strategic planning and strategic thinking. Management Journal. 2016. vol. 1. no. 1. pp. 4–7.
- 11 Igoshin A.N., Cheremukhin A.D. Features of the reproduction of human capital in the context of assessing the effectiveness of the organization. *Vestnik NGIEI* [Herald NGIEI]. 2017. no. 5 (72). pp. 96–113. (in Russian).

INFORMATION ABOUT AUTHORS

Natal'ya N. Kudryavtseva Cand. Sci. (Econ.), associate professor, logistics management department, Air Force Academy named after Professor N. Zhukovskiy and Yu. Gagarin, Old Bolsheviks str., 54a, Voronezh, Russia, konnat@mail.ru

Yuliya V. Pakhomova Cand. Sci. (Econ.), associate professor, engineering economics department, Voronezh state technical university, Moskovsky av., 14, Voronezh, Russia, yulia198007@mail.ru

Yuliya N. Duvanova Cand. Sci. (Econ.), associate professor, economic security and the financial monitoring department, Voronezh state university of engineering technologies, Revolution Av., 19 Voronezh, 394036, Russia, dyvanova@mail.ru

CONTRIBUTION

All authors equally participated in the writing of the manuscript and are responsible for plagiarism

CONFLICT OF INTEREST

The authors declare no conflict of interest.

RECEIVED 1.16.2019

ACCEPTED 2.19.2019