

УДК 332.05
ББК 65.20

DOI: 10.25683/VOLBI.2020.50.139

Dubova Yuliya Igorevna,
Candidate of Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Economics
and Entrepreneurship,
Volgograd State Technical University,
Russian Federation, Volgograd,
e-mail: DubovaUI@mail.ru

Дубова Юлия Игоревна,
канд. экон. наук, доцент,
доцент кафедры экономики
и предпринимательства,
Волгоградский государственный технический университет,
Российская Федерация, г. Волгоград,
e-mail: DubovaUI@mail.ru

Spitsyn Vyacheslav Valerievich,
Student of the Master's program of the Department
of Economics and Entrepreneurship,
Volgograd State Technical University,
Russian Federation, Volgograd,
e-mail: spitsyn-vefor2@mail.ru

Спицын Вячеслав Валерьевич,
магистрант кафедры экономики
и предпринимательства,
Волгоградский государственный технический университет,
Российская Федерация, г. Волгоград,
e-mail: spitsyn-vefor2@mail.ru

Mukaiilova Sabina Davudovna,
Student of the Master's program of the Department
of Economics and Entrepreneurship,
Volgograd State Technical University,
Russian Federation, Volgograd,
e-mail: 230112@mail.ru

Мукайилова Сабина Давудовна,
магистрант кафедры экономики
и предпринимательства,
Волгоградский государственный технический университет,
Российская Федерация, г. Волгоград,
e-mail: 230112@mail.ru

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ РЕАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

IMPROVING TOOLS OF IMPLEMENTATION OF THE ECONOMIC POTENTIAL OF VOLGOGRAD REGION

08.00.05 — Экономика и управление народным хозяйством

08.00.05 — Economics and national economy management

Основным резервом дальнейшего территориального развития в условиях недостаточности финансовых ресурсов, бюджетных средств и снижения инвестиционной активности является повышение эффективности использования внутреннего потенциала территорий [1]. Стратегия социально-экономического развития области должна быть направлена на повышение конкурентоспособности [2], обеспечение устойчивого роста ресурсного потенциала, повышение рейтинга инвестиционной привлекательности. Данные задачи являются приоритетными в деятельности областных и муниципальных органов власти.

Результаты устойчивого развития территории зависят от многих факторов, для изучения и оценки которых нужны системный подход и системный анализ [3]. Прежде всего они зависят от количественных и качественных характеристик ресурсов, технологий, внутренних и внешних факторов. Следовательно, эффективное использование ресурсного потенциала является объективным условием осуществления всех функций территории и может рассматриваться важнейшей предпосылкой эффективного территориального развития. Внедрение такого подхода происходит с помощью ресурсной концепции, которая направлена на эффективную реализацию территориального ресурсного потенциала в условиях острой рыночной конкуренции между территориями за партнеров, потребителей и туристов. Конкуренция за инвестиции и кадры, за снижение миграционного оттока — это текущие проблемы, с которыми сталкивается регион, влекущие за собой значительные экономические трудности. Отъезд молодежи в другие, более развитые регионы, снижение предпринимательской активности создают угрозу

экономической деградации территории [4]. В статье предложена информационная модель территориальной системы управления с учетом структуры стратегии социально-экономического развития Волгоградской области, поддерживающая анализ выбора инструментов маркетинговой политики, с целью реализации экономического потенциала области.

The main possibility of further territorial development in conditions of insufficient financial resources, budget funds and reduced investment activity is, first of all, to increase the efficiency of the use of internal potential of territories. Territorial marketing deals with the development of territories. The activity of territorial marketing is aimed at achieving the maximum effect from the use of the internal potential of the region and to further increase the potential of the territory. The strategy of socio-economic development of the region should be aimed at improving competitiveness, ensuring sustainable growth of resource potential, increasing the rating of investment attractiveness. These tasks are the priority in the activities of regional and municipal authorities.

Regulation of the resource potential of the territory should be focused on the innovative and investment path of territorial development. The results of sustainable development of the territory depend on many factors that require a systematic approach and system analysis to study and evaluate. First of all, they depend on the quantitative and qualitative characteristics of resources, technologies, internal and external factors. Therefore, the effective use of the resource potential is an objective condition for the implementation of all the functions of the territory and can be considered the most important prerequisite for effective territorial development. This approach is implemented using the resource concept, which is aimed at effective

implementation of the territorial resource potential in the conditions of strong market competition between territories for partners, consumers and tourists. Competition for investment and personnel, for reducing migration outflow are the current problems faced by the region and entail significant economic difficulties. The departure of young people to other more developed regions, the decline in business activity pose a threat of the economic degradation of the territory. In this part of the study, a model of the information system of the territory management is proposed.

Ключевые слова: экономический потенциал, устойчивое развитие, приоритетные направления, территориальный продукт, административное территориальное устройство, процесс, информационная система, маркетинговая служба, риски, неопределенность.

Keywords: economic potential, sustainable development, priority areas, territorial product, administrative territorial structure, process, information system, marketing service, risks, uncertainty.

Введение

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в условиях рыночных отношений и наблюдающейся экономической нестабильности существует потребность в исследовании и определении факторов, препятствующих и способствующих экономическому прогрессу [5]. Устойчивое экономическое развитие хозяйствующего субъекта главным образом зависит от эффективности реализации и укрепления его экономического потенциала. Вопросы возможности роста экономического потенциала требуют всестороннего изучения и исследования. В настоящее время отдельные административно-территориальные единицы все глубже интегрируются в мировую экономику. Территории постепенно становятся полноправными игроками на внутренних и внешних рынках и, являясь объектом региональной экономики, участвуют в конкурентной борьбе за привлечение капитала. В связи с этим у руководителей региона возникает потребность в достоверной и полной информации об экономическом потенциале подчиненной ему территории, возможностях его наращивания и повышения эффективности деятельности хозяйствующего субъекта, связанных с конкретными путями реализации этого потенциала [6].

Теоретические основы экономического потенциала исследовали многие советские и российские ученые: А. И. Анчишкин, Р. А. Белоусов, Э. П. Горбунов, П. А. Игнатовский, Ю. С. Лычкин, Б. П. Плышевский, В. А. Свободин, А. В. Тодосейчук, Э. Б. Фигурнов, А. Н. Цыгичко, Д. К. Шевченко. Вопросы региональной стратегии в рамках теории территориального и пространственного развития занимались зарубежные ученые: Ф. Котлер, Дж. Фридман, А. Фалуди и российские экономисты Т. Т. Авдеева, Е. П. Голубков, Т. Е. Дмитриева, Ю. В. Филиппов и др. Теории и практики стратегического управления посвящены труды зарубежных ученых: И. Ансоффа, Г. Минсберга, М. Портера, Р. Каплана, Д. Миллера, А. Чандлера, Й. Шумпетера, Ф. Селзника, Р. Саймонса.

Следует отметить, что тема требует дальнейшей разработки, поскольку учеными были предложены обобщенные правила реализации экономического потенциала территорий, при этом каждый отдельный регион обладает своей спецификой и нуждается в индивидуальных инструментах раскрытия экономического потенциала.

Научная новизна исследования заключается в авторской информационной модели территориальной системы управления с учетом структуры стратегии социально-экономическо-

го развития Волгоградской области, поддерживающей анализ выбора инструментов маркетинговой политики, разработанной с целью реализации экономического потенциала области.

Целью исследования является формулировка предложения по совершенствованию инструментов реализации экономического потенциала Волгоградской области, способствующих долгосрочному устойчивому росту социально-экономических показателей региона.

Для достижения цели необходимо решить следующие **задачи**:

1) изучить теоретико-методологические основы экономического потенциала территорий, основные виды стратегий развития регионов и способы повышения экономического потенциала;

2) исследовать факторы внешней и внутренней среды, оказывающие влияние на развитие Волгоградской области;

3) выявить основные проблемы реализации экономического потенциала Волгоградской области, предложить механизмы совершенствования инструментов реализации экономического потенциала Волгоградской области.

Результаты исследования могут применяться в деятельности территориальных органов власти и управления, а также юридическими и физическими лицами, заинтересованными в развитии территории.

Основная часть

Информационной базой исследования явились нормативно-правовые документы по стратегическому развитию регионов и РФ, законодательные акты, официальные сайты органов государственной власти, официальные данные Федеральной службы государственной статистики, электронные справочно-правовые системы «Гарант» и «Консультант Плюс», материалы научных статей и научно-исследовательских работ.

Под системой управления понимается совокупность взаимосвязанных элементов, предназначенных для целенаправленного воздействия управляющего органа на управляемый объект [7]. Управляющая система определяется тем, какие функции нужно выполнять в процессе управления, ее размерами и сложностью. Создание информационной системы управления территорией обусловлено потребностью руководства в получении информации о внутренней и внешней среде в целях поддержки принятия решений [8]. Качество управления объектом, возможность эффективного планирования управленческой деятельности, выживание в условиях жесткой конкурентной борьбы зависят от полноты, актуальности и надежности источников информации. При разработке модели информационной маркетинговой территориальной системы были уточнены ряд понятий [9]:

1) под внутренней средой территории будем понимать совокупность всех субъектов, формирующих административную целостность рассматриваемой территории;

2) любую территорию можно представить как корпорацию, внутри которой происходит постоянная борьба за разделение ресурсов между территориальными образованиями, обладающими более низким административным статусом и являющимися составными элементами исследуемой территории;

3) город или район города рассматривается как объект целенаправленных маркетинговых мероприятий, выделяются субъекты маркетинга, функционирующие на данной территории, производящие определенный товар или услугу и осуществляющие комплекс маркетинга.

Ниже приведена схема административно-территориального устройства Волгоградской области (рис. 1).

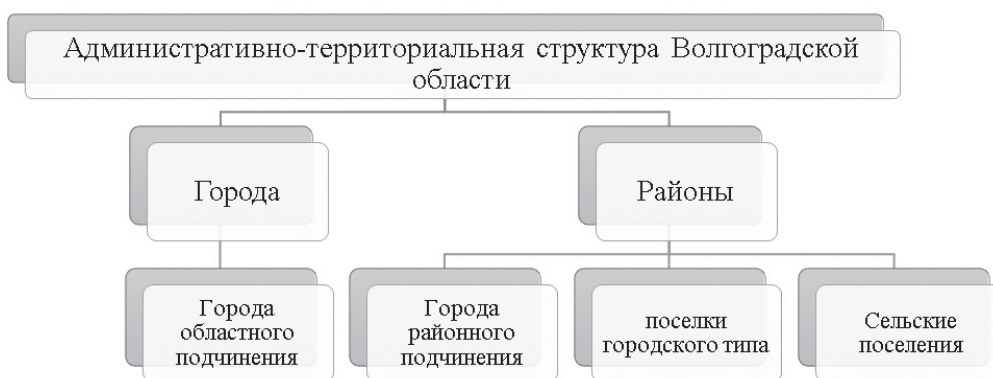


Рис. 1. Схема административно-территориального устройства Волгоградской области

Территориальная маркетинговая система является открытой системой, на которую воздействуют факторы внешней среды, оказывающие непосредственное влияние на ее

внутреннее развитие. На рис. 2 приведена схема функционирования информационной системы территориального маркетинга [10].

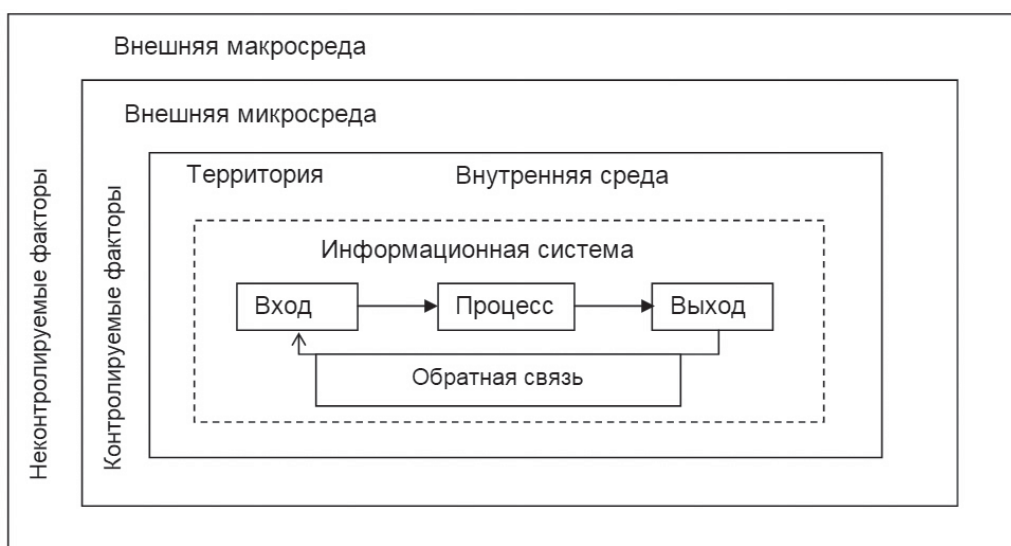


Рис. 2. Схема функционирования информационной системы

Внешние факторы можно разделить на две основные группы: неконтролируемые факторы и контролируемые факторы. К неконтролируемым факторам относятся политические, экономические, социальные, демографические и др. [11]. Внутренняя среда — это совокупность ресурсного, экономического, производственного и управленческого потенциала территории. Особенностью территориального маркетинга является то, что он сочетает в себе принципы как коммерческого маркетинга, так и некоммерческого [12].

Одним из инструментов территориального маркетинга является территориальный продукт. Его элементы: ресурсы территории, конкретное место, система организации и качество менеджмента данной территории. Таким образом, каждая территориальная единица располагает своим территориальным продуктом, который имеет свою структуру и стоимость. Исходя из данного определения и схемы территориального устройства, представим схему распределения территориального продукта в сочетании с административно-территориальным статусом муниципальных образований (рис. 3).

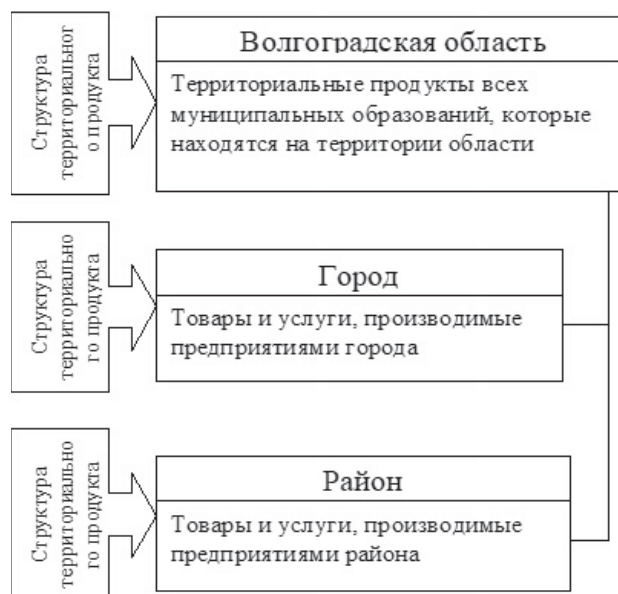


Рис. 3. Схема распределения территориального продукта

Структура информационной модели маркетинговой территориальной системы, поддерживающей анализ выбора средств маркетинговой политики, должна соответствовать структуре стратегии Волгоградской области:

- население; демография, миграция тенденций, системы расселения, уровень жизни населения, человеческие ресурсы, рынок труда и безработица;
- экономический потенциал;

- экология и ресурсы;
- индикаторы роста [13].

Любой объекта управления может быть рассмотрен как система преобразования ресурсов в продукты. Объект управления использует следующие виды ресурсов: материальные, трудовые, оборудование, финансы, техническую информацию. Ниже на рис. 4 приведена укрупненная схема управления маркетинговой службой.



Рис. 4. Укрупненная схема деятельности маркетинговой службы

Территориальный маркетинг включает в себя две основные функции: аналитическую и управленческую. Ниже предлагается модель деятельности областной маркетинговой службы (рис. 5). Аналитическая часть включает следующие блоки:

- 1) сбор и анализ данных по основным направлениям долгосрочной Стратегии развития Волгоградской области до 2025 г.;
- 2) анализ внутренних и внешних рынков;
- 3) анализ индикаторов роста.

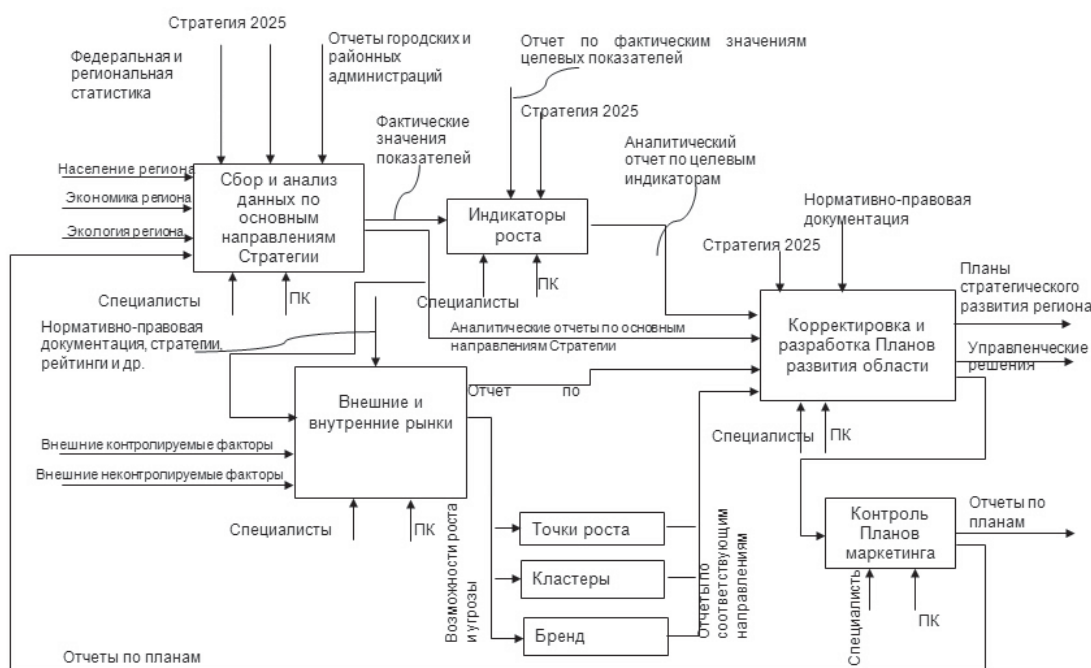


Рис. 5. Модель деятельности областной маркетинговой службы

Входными данными для блока сбора и анализа данных по основным направлениям долгосрочной Стратегии-2025 являются данные о населении региона, экономические и экологические показатели (Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_318094/006fb940f95ef67a1a3fa7973b5a39f78dac5681/).

Маркетинговая информационная система (МИС) — это совокупность (единый комплекс) персонала, оборудования, процедур и методов, предназначенная для сбора,

обработки, анализа и распределения в установленное время достоверной информации, необходимой для подготовки и принятия маркетинговых решений [14].

Наглядно структура информационной системы маркетинга территории приведена на рис. 6.

Предлагаемая информационная система управления территорией сможет обеспечить выходную информацию в форме отчетов, ответов на запросы, периодических сообщений, результатов математической имитации, графиков и диаграмм.



Рис. 6. Структура информационной системы управления территории

Выводы и заключение

Предлагаемая ИС способствует уменьшению степени неопределенности и риска при разработке и принятии управленческих решений в маркетинге, формируя основу системы информационно-аналитического обеспечения маркетинговой деятельности.

Для автоматизации ИС в качестве программного обеспечения возможно применение стандартных пакетов прикладных программ (ППП) с целью снижения

трудоемкости разработки и сопровождения системы и повышения надежности функционирования [15].

Таким образом, в исследовании предложена информационная модель территориальной системы управления с учетом структуры стратегии социально-экономического развития Волгоградской области, поддерживающая анализ выбора инструментов маркетинговой политики, разработанная с целью реализации экономического потенциала области.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Котлер Ф., Триас Б. Латеральный маркетинг: технология поиска революционных идей : руководство. Москва : Альпина Паблишер, 2010. 206 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/32281>.
2. Портер М. Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран. Москва : Альпина Паблишер, 2016. 947 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/87869>.
3. Левин С. Н., Сурцева А. А. Институциональная экономика : учеб. пособие. Кемерово : КемГУ, 2015. 194 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/80091>.
4. Институциональная экономика в синергии развития / под ред. И. К. Ларионова. 2-е изд. Москва : Дашков и К, 2019. 405 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/119261>.
5. Анчишкин А. И. Наука, техника, экономика. М. : КНОРУС, 2016. 342 с.
6. Белоусов Р. А. Экономическая история России: XX век. М. : ИздАТ, 2017. Кн. 1. 408 с.
7. Фридман Дж. Горячие точки. Геополитика, кризис и будущее мира. СПб., 2016.
8. Холодова Е. И. Региональная экономика и управление : учеб.-метод. пособие. Томск : ТГУ, 2015. 104 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/71598>.
9. Тебекин А. В. Девять сценариев стратегического развития национальной экономики. М. : Русайнс, 2020. 51 с. URL: <https://book.ru/book/935213>.
10. Шебукова А. С. Региональная экономика и управление : учеб. пособие. Кемерово : КузГТУ имени Т. Ф. Горбачева, 2017. 146 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/115186>.
11. Мулюкова Р. Р., Вахитов Д. Р. Актуальные проблемы и возможности для развития российской экономики на современном этапе. Москва : Русайнс, 2020. 103 с. URL: <https://book.ru/book/935246>.
12. Осипова Н. А., Межибор А. М., Азарова С. В. Устойчивое развитие : учеб. пособие. Томск : ТПУ, 2017. 173 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/106773>.
13. Шмелёва Н. В. Экономика устойчивого развития : учеб. пособие. М. : МИСИС, 2018. 68 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/117512>.
14. Информационные технологии / Ю. Ю. Громов, И. В. Дидрих, О. Г. Иванова, М. А. Ивановский, В. Г. Однолько. Тамбов, 2015. URL: <https://www.tstu.ru/book/elib/pdf/2015/gromov-t.pdf>.
15. Гураков А. В., Мещерякова О. И., Мещеряков П. С. Информатика : учеб. пособие. М. : ТУСУР, 2015. 112 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/110321>.

REFERENCES

1. Kotler F., Trias B. Lateral marketing: technology for finding revolutionary ideas: guide. Moscow, Alpina Publisher, 2010. 206 p. (In Russ.). URL: <https://e.lanbook.com/book/32281>.
2. Porter M. International competition: Competitive advantages of countries. Moscow, Alpina Publisher, 2016. 947 p. (In Russ.). URL: <https://e.lanbook.com/book/87869>.
3. Levin S. N., Surtseva A. A. Institutional Economics. Kemerovo, Kemerovo State University, 2015. 194 p. (In Russ.). URL: <https://e.lanbook.com/book/80091>.
4. Larionov I. K. (ed.). Institutional Economics in the synergy of development. 2nd ed. Moscow, Dashkov and Co, 2019. 405 p. (In Russ.). URL: <https://e.lanbook.com/book/119261>.
5. Anchishkin A. I. Science technology Economics. Moscow, KNORUS Publ., 2016. 342 p. (In Russ.).
6. Belousov R. A. Economic history of Russia: XX century. Moscow, IzdAT, 2017. Book 1. 408 p. (In Russ.).
7. Friedman J. Hot spot. Geopolitics, crisis, and the future of the world. Saint Petersburg, 2016. (In Russ.).
8. Kholodova E. I. Regional economy and management. Tomsk, Tomsk state University, 2015. 104 p. (In Russ.). URL: <https://e.lanbook.com/book/71598>.
9. Tebekin A. V. Nine scenarios of strategic development of the national economy. Moscow, Rusains Publ., 2020. 51 p. (In Russ.). URL: <https://book.ru/book/935213>.
10. Chebakova A. S. Regional economy and management. Kemerovo, KuzSTU, 2017. 146 p. (In Russ.). URL: <https://e.lanbook.com/book/115186>.
11. Mulyukova R. R., Vakhitov D. R. Actual problems and opportunities for the development of the Russian economy at the present stage. Moscow, Rusience Publ., 2020. 103 p. (In Russ.). URL: <https://book.ru/book/935246>.
12. Osipova N. A., Mezhibor A. M., Azarova S. V. Sustainable development. Tomsk, TPU, 2017. 173 p. (In Russ.). URL: <https://e.lanbook.com/book/106773>.
13. Shmeleva N. V. Economics of sustainable development. Moscow, MISIS, 2018. 68 p. (In Russ.). URL: <https://e.lanbook.com/book/117512>.
14. Gromov Yu. Yu., Diedrich I. V., Ivanova O. G., Ivanovsky M. A., Odnolko V. G. Information technologies. Tambov, 2015. (In Russ.). URL: <https://www.tstu.ru/book/elib/pdf/2015/gromov-t.pdf>.
15. Kurakov A. V., Meshcheryakova O. I., Meshcheryakov P. S. Science of information. Moscow, TUSUR Publ., 2015. 112 p. (In Russ.). URL: <https://e.lanbook.com/book/110321>.

Как цитировать статью: Дубова Ю. И., Спицын В. В., Мукайилова С. Д. Совершенствование инструментов реализации экономического потенциала Волгоградской области // Бизнес. Образование. Право. 2020. № 1 (50). С. 230–235. DOI: 10.25683/VOLBI.2020.50.139.

For citation: Dubova Yu. I., Spitsyn V. V., Mukaiilova S. D. Improving tools of implementation of the economic potential of Volgograd region. *Business. Education. Law*, 2020, no. 1, pp. 230–235. DOI: 10.25683/VOLBI.2020.50.139.

УДК 330.322
ББК 65.012

DOI: 10.25683/VOLBI.2020.50.145

Temirbolatova Svetlana Khalitovna,
Candidate of Economics,
Associate Professor of the Department of Economics and Management,
North Caucasus State Academy,
Russian Federation, Cherkessk,
e-mail: temirbolatova0001@bk.ru

Темирболатова Светлана Халитовна,
канд. экон. наук,
доцент кафедры экономики и управления,
Северо-Кавказская государственная академия,
Российская Федерация, г. Черкесск,
e-mail: temirbolatova0001@bk.ru

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ

REGIONAL INVESTMENTS AND INVESTMENT POLICY DIRECTIONS

08.00.05 — Экономика и управление народным хозяйством
08.00.05 — Economy and management of national economy

Эффективность региональной экономики напрямую зависит от инвестиционной привлекательности, что мотивирует власти региона привлекать инвесторов и обеспечивать снижение инвестиционного риска. В статье дана оценка состояния регионального инвестирования в динамике 2016—2018 гг.; осуществлен сравнительный анализ структуры инвестиций субъектов Северо-Кавказского федерального округа и Карачаево-Черкесской Республики для определения

места Карачаево-Черкесии среди субъектов Северо-Кавказского федерального округа; определены приоритетные направления инвестиционной политики Карачаево-Черкесии.

В работе подчеркивается, что инвестиционная привлекательность региона является важным фактором, характеризующим уровень экономического развития. В связи с этим предметом исследования выступают инвестиции в основной капитал как один из макроэкономических показателей,