

ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ И КАЧЕСТВА В СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
PROBLEMS OF EFFICIENCY AND QUALITY IN SERVICE ACTIVITIES

Оригинальная статья
Original article

УДК 339.92

DOI: 10.18413/2408-9346-2020-6-2-0-5

Лихошерстова Г.Н.

Глобализация мировых экономических процессов и ее влияние на развитие услуг сервиса: структурный механизм сегментирования потребительских предпочтений на потребительском рынке России

ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет» (НИУ «БелГУ»),
ул. Победы, 85, Белгород 308015, Россия
e-mail: likhosherstova@bsu.edu.ru

*Статья поступила 08 апреля 2020 г.; принята 15 мая 2020 г.;
опубликована 30 июня 2020 г.*

Аннотация. Актуальность исследования поставленной проблематики определяется установлением влияния процесса глобализации мировых экономических систем (рынка) на формирование потребительских предпочтений России, которые в процессе слияния, подвергаясь конвергенции, участвуют в формировании глобального рынка, основу которого как раз и составляют измененные потребительские предпочтения – универсальные потребности. Современный глобальный рынок – это, в первую очередь, рынок, где удовлетворяются мировые универсальные потребности, рынок, на котором зачастую противостоят друг другу одни и те же компании разных национальных рынков. Вместе с тем глобализация мирового экономического пространства в процессе слияния и наращивания своего потенциала требует постоянного совершенствования и развития конкурентной среды/инфраструктуры в соответствии с формирующимися мировыми глобальными нормами и стандартами. Проведенная диагностика состояния действующего национального рынка России позволила раскрыть уровень состояния его конкурентной среды, степень удовлетворенности граждан и готовность национального рынка в т. ч. и рынка сервисных услуг к вливанию в процесс товарно-сервисной глобализации. Выявленные потенциальные проблемы развития рынка сервисных услуг и установленные в процессе исследования проблемные зоны позволили найти пути решения и нивелирования обнаруженных проблемных зон, выработать алгоритм действий и установить прогнозный вектор формирования инновационных форм управления развитием национального рынка России, повышения его действенной эффективности в удовлетворении универсальных потребительских предпочтений мирового товарного рынка.

Ключевые слова: рынок сервисных услуг; сервисная экономика; глобализа-

ция; мировые экономические процессы; национальный рынок; конкурентная среда; потребительские предпочтения; интеграция; сегментации потребительского рынка; сфера услуг; вектор роста

Для цитирования: Лихошерстова Г.Н. Глобализация мировых экономических процессов и ее влияние на развитие услуг сервиса: структурный механизм сегментирования потребительских предпочтений на потребительском рынке России // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – Т. 5, № 2, 2020, с. 52-64, DOI: 10.18413/2408-9346-2020-6-2-0-5

UDC 339.92

Galina N. Likhosherstova

Globalization of world economic processes and its impact on the development of service services: a structural mechanism for segmenting consumer preferences in the Russian consumer market

Belgorod State National Research University,
85, Pobedy St., Belgorod 308015, Russia
e-mail: likhosherstova@bsu.edu.ru

Abstract. The relevance of the study of the problems addressed is determined by the establishment of the influence of the globalization process of world economic systems (market) on the formation of consumer preferences in Russia, which in the process of merging and going through convergence, participate in the formation of a global market, whose basis is precisely the changed consumer preferences – universal needs. The modern global market is, first of all, a market where global universal needs are satisfied, a market in which the same companies of different national markets often confront each other. At the same time, the globalization of the global economic space in the process of merging and building up its potential requires constant improvement and development of the competitive environment /infrastructure in accordance with emerging global norms and standards. Diagnostics of the current national market of Russia made it possible to reveal the level of its competitive environment, the degree of citizen satisfaction and the willingness of the national market, including the services market, to be injected into the process of global product and service globalization. The identified potential problems of the development of the service market and the problem zones established during the study allowed us to find ways to solve and level the detected problem zones, to develop an algorithm of actions and establish a forecast vector for the formation of innovative forms in managing the development of the national market of Russia, to increase its effective efficiency in satisfying universal consumer preferences global product market.

Key words: service market; service economy; globalization; world economic processes; national market; competitive environment; consumer preferences; integration; consumer market segmentation; services sector; growth vector

For citation: Likhosherstova G. N. (2020), Globalization of world economic processes and its impact on the development of service services: a structural mechanism for segmenting consumer preferences in the Russian consumer market. Research Result. Business and Service Technologies, 5(2), 52-64, DOI: 10.18413/2408-9346-2020-6-2-0-5

Введение. Современная сервисная экономика характеризуется динамизмом, изменчивостью и непрерывностью возникновения новых/инновационных услуг.

К настоящему времени национальный рынок сферы услуг России имеет положительную динамику, обладает значительными темпами развития и является одним из самых перспективных секторов/отраслей Российской экономики. Секторальная перспективность сферы услуг рынка России определяется постепенным усложнением процессов производства и насыщения рынка новыми инновационными товарными продуктами, в связи с чем возрастает спрос на услуги сервиса, а экономика приобретает сервисные черты. Поэтому важность сервисной деятельности определяется не только степенью и уровнем удовлетворённости потребностей населения и их вкусовых предпочтений, которые формирует процесс динамичного развития отдельных секторов сферы услуг, но и ее ролью в экономике той территории, где она представлена. Улучшение качества жизни и рост уровня доходов изменяет структуру запросов и вкусовых предпочтений потребителей и повышает тем самым требования к качеству и визуальному виду товара (цена при этом не главный фактор для выбора), что делает товар по своему уникальным на мировом рынке.

Материалы и методы исследования. Методологию проведения исследовательской работы определила поставленная проблематика, **цель** которой определена, во-первых, исследованием публикационных источников, во-вторых, диагностированием потребительских предпочтений с применением информационно-статистических данных, в-третьих, выявление проблемных зон национального рынка России, тормозящих процесс вливания в глобальное пространство.

Результаты и их обсуждение. Процесс развития современной экономики обусловлен усиливающейся диверсификацией мировых рынков и углублением глобальной конкуренции. Основу таких изме-

нений определяют происходящие масштабные интеграционные процессы, для которых свойствен процесс глобализации, мультиорганизованный механизм которого практически полностью обусловлен параметрами различных социально-экономических систем.

Функционирование национальной экономики невозможно объяснить на базе использования детерминистских моделей предложения и спроса или за счет традиционных математических формул, а экономика не может быть сведена к действиям отдельных индивидов, которые проявляются в процессе реализации и удовлетворения их рациональных ожиданий.

Сегментации потребительского рынка определяется рядом следующих признаков:

1) во-первых, географическим (территориальным) признаком, при котором рассмотрению подлежат потребители, проживающие на определенной территории (страна, регион, город и др.). Потребители отдельных географических рынков, как правило, имеют схожие предпочтения и стиль поведения. Недостаток сегментации рынка по данному признаку заключается в его широком подходе: не учитываются специальные признаки, позволяющие выделить узкие сегменты потенциальных потребителей услуг;

2) во-вторых, демографическим признаком, который предполагает разбиение рынка на отдельные группы с учетом таких факторов, как возраст и пол. В качестве потенциальных потребителей в общем виде можно рассматривать людей любого возраста, в связи с чем, динамика численности всегда будет положительной;

3) в-третьих, национально-культурным признаком, предполагающим выделение групп потребителей с учетом их национальности и образования.

Продукты современного сервисного производства условно можно подразделить на три основные категории:

1) во-первых, продукты производства, подчиненные закону рынка (привлекательность продукта),

2) во-вторых, продукты производства, подчиненные законодательно-нормативной базе (рациональное и нерациональное использование – потеря или сохранение ценности);

3) в-третьих, продукты производства, подчиненные следованию процесса инновационности в применяемых технологиях.

Рынок сервисных услуг России является составной частью сложной социально-экономической системы национального рынка. Поэтому наращивание темпов роста развития национального рынка и сферы сервиса, в частности, как составного его элемента, является важным аспектом в проводимой государством социально-экономической политике, потому как именно сервисная деятельность вносит значительный вклад в экономику государства и неизбежно ведёт к росту качества и конкуренции в сфере услуг, а складывающиеся положительные тенденции процесса динамичного развития отдельных ее секторов ведут к росту ВВП страны в целом (Глобализация и социальные институты..., 2010). В связи с этим диагностика влияния процессов глобализации на структурное изменение национального рынка России является одной из задач проводимого исследования.

Рыночная экономика – это экономика конкурентного партнерства экономических субъектов, и для того, чтобы выиграть в этом конкурентном соревновании, необходимо обладать определенными конкурентными преимуществами, быть конкурентоспособным на рынке, где успех экономического развития будет определяющим образом зависеть от уровня и степени обеспечения данного конкурентного преимущества. Поэтому особо важной будет являться своевременная оценка настоящего конкурентного преимущества, как одного из главных инструментов управления развитием экономики и одного из инструментов принятия управленческих решений при построении модели повышения конкурентоспособности национального рынка. Выявленный в процессе анализа потенциал

или конкурентное преимущество территории потребует конвертации действующих устаревших систем в обеспечивающий инновационный поток, т.е. кинетику движения развиваемого сектора (сектора сервисных услуг), в котором для обеспечения экономического роста и повышения конкурентоспособности территории в качестве основного направления устанавливается вектор роста выявленного/установленного конкурентно-инновационного потенциала территории/региона с последующим стимулированием проектных форм, зон и мероприятий, направленных на создание и развитие региональных пространственных кластеров сервисных систем во взаимосвязи с другими обеспечивающими отраслями (Ахмедов, 2014). Построением и реализацией кластерной политики, проводимой государственными органами власти в области создания и поддержания территориальных зон развития кластеров в сфере услуг, будут являться мероприятия организационного и нормативно-правового обеспечения, инвестиционного и финансово-бюджетного механизма (Ваганова, 2011). Из чего вытекает, что разрабатываемые стратегии развития услуг сервисного производства, реализуемые через кластерную политику, являются одними из самых эффективных методов сглаживания диспаритетов региональных экономических систем в контексте управления развитием. Наряду с этим, определяя систему сервисного производства как одну из значимых отраслей экономики государства, следует обозначить, что одним из условий общегосударственного роста является, прежде всего, стабильность и безопасность ее функционирования, поскольку в условиях мировых процессов глобализации предпочтением выбора услуг сервиса будет являться не только экономически выгодное и качественное, но и безопасное. Такой подход к оценке роли услуг сервиса, для которой наиболее характерны социальные проблемы общества, определяется, прежде всего, происходящими в экономике России трансформациями.

Рассматривая глобальность как фактор, несущий в себе вектор изменений, отметим, что с этой точки зрения мировое пространство представляет собой единый рынок, на котором нет локальных национальных рынков и не существует отличий между потребителями. Из этого следует, что сущность глобального рынка определяется установкой целевых групп потребителей вне зависимости от национальных предпочтений отдельно взятой страны или стран, а его диагностика строится на взаимосвязи таких глобальных элементов, как: глобальное мышление (маркетинг) – глобальная реклама – глобальная идея – глобальные рекомендации – глобальные технологии – глобальные потребители (Борисоглебская, 2014).

Потребительские предпочтения – феномен, определяющий положительное отношение и предпочтительный выбор определенной группы товара или его выбор по аналогии. При этом следует отметить, что в советский период понятие «потребительские предпочтения» не использовалось, потому как форма предпочтения образуется и может быть реализована лишь только тогда, когда есть альтернативная форма предложения товарной группы, т. е. ассортимента.

Исследованием потребительских предпочтений активно занимаются как за рубежом (Alan R. Andreasen, Carolyn L. Costley, Merrie Brucks и др.), так и в России. Проблема исследования потребительского поведения и предпочтительного выбора изначально подвергалась анализу в рамках экономических наук, где все сводилось к покупке, а процесс потребления нивелировался (при этом форма психологического выбора рассматривалась как препятствующий фактор гармоничной работе экономической системы). Сегодня время данная тема широко рассматривается маркетологами и социологами (Т. Кастенс, T.L. Kastens, В. К. Goodwin и др.) и затрагивает вопросы, в большей степени связанные со свойствами потребительских предпочтений.

В настоящее время дефиниция «предпочтения» является главным драйвером модификаций на национальных рынках, поэтому исследование потребительских предпочтений в современном мире и в России приобретает особую актуальность (Купцов, 2009). В свою очередь, переход России на рыночные отношения не мог не повлиять на потребительское поведение и вкусовые предпочтения, поскольку рынок внес изменения в структуру самого товарного предложения. Кроме того, по мере развития национальных/территориальных рынков (рынка сервисных услуг) в переходный для Российской экономики период, усиления влияния процесса глобализации и изменения динамики жизнедеятельности общества, для переходного периода Российской экономики был характерен факт неширокого представления продукции на национальном рынке. В силу этого преимущественная ориентация потребителей была направлена на товары иностранного производства. Вместе с тем, к настоящему времени складывается иное отношение у потребителей к товарам Российского производства и происходит очередной процесс переоценки потребителя имеющихся у него потребностей и предпочтений к продуктам именно Российского производства в силу их экологичности и безопасности. Но при этом, качество продуктов сервисного производства и действующая система сервиса на территории национального рынка России требует обновления и совершенствования, что предполагает формирование иного механизма и иного предложения, ориентированного на мировые глобальные нормы и стандарты управления развитием продуктов сервисного производства (Борисова, 2015). Основу такого совершенствования могут составить и процессы интеграции, которые по своей сущности определяются нахождением и установлением единообразных форм взаимодействия и предложения. Национальный рынок сервисных услуг, вливаясь в глобальное рыночное пространство, вынуж-

ден интегрироваться в него, понижая тем самым национальный сектор производства, как уже сложившийся алгоритм потребительских предпочтений/вкусов и имеющих статус сложившейся потребности. Но при этом, в качестве положительных черт проявления глобальных процессов следует отметить, что в процессе глобализации формируются новые более благоприятные инфраструктурные и конкурентные условия, поэтому отношение к глобализации носит весьма дискуссион-

ный характер (например, глобальное общество как единое целое, с одной стороны, хотя и активизирует процесс торгового обмена, но, с другой стороны, вмешиваясь в национальный рынок любого государства, нарушает его суверенитет).

В настоящее время сектор сферы услуг является одним из важнейших составляющих элементов отечественной экономики, доля занятых в котором составляет наибольший удельный вес (рис. 1) (Global Innovation Index, 2019).

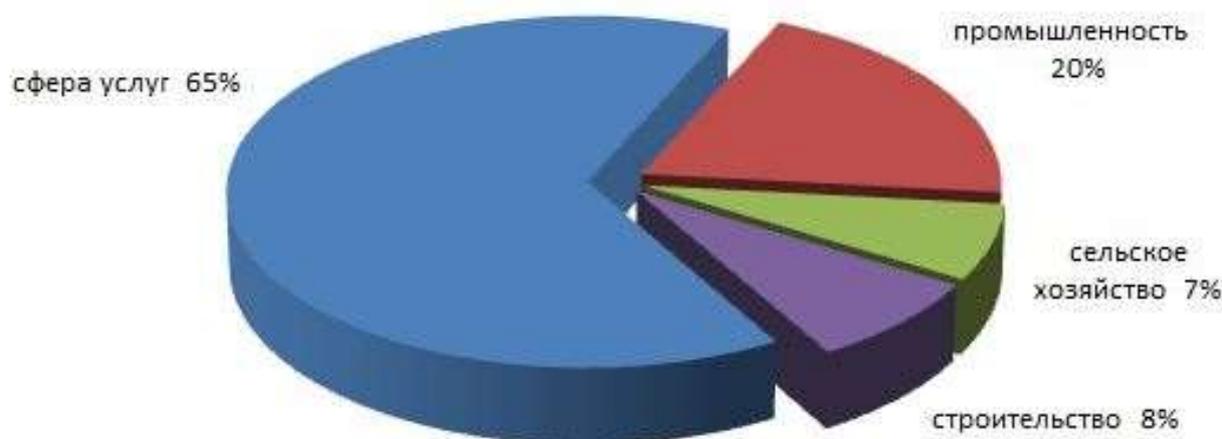


Рис.1. Структура экономики в разрезе занятости по отраслям, %
Fig.1. The structure of the economy in terms of employment by industry, %

Из рис. 1 видно, что наибольший удельный вес (65 %) составляет сфера услуг. Следует отметить, что этот показатель в странах Евросоюза варьируется от 73,2 % и до 79,6%, например, в США.

Уровень занятости в разрезе секторов и в разных странах также имеет разные значения (рис. 2) (Global Innovation Index, 2019).

Из данных рис. 2 можно видеть, что сектор услуг (пострановое сравнение) в рамках формирования структуры ВВП из представленных трех секторов, составляет наибольший удельный вес (Китай – 43,3%, Япония – 71,6% и т. д.). Для сравнения представлена и структура формирования ВВП глобальных городов (рис. 3) (Global Innovation Index, 2019).

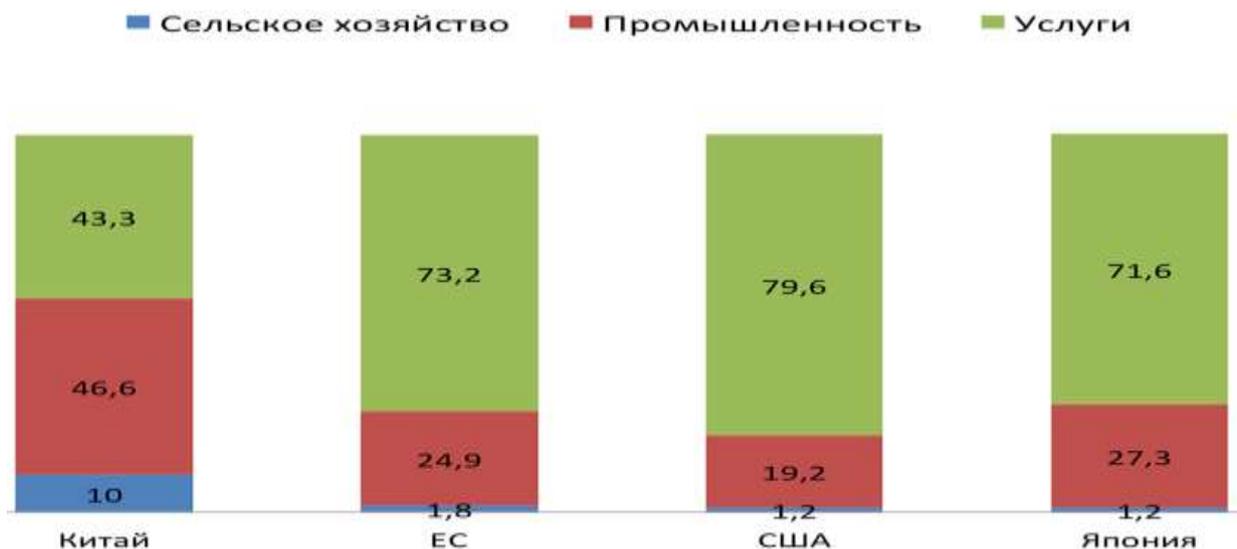


Рис. 2. Структура ВВП по секторам экономики, %
 Fig.2. GDP structure by sectors of economy, %



Рис.3. Структура ВВП глобальных городов
 Fig. 3. GDP structure of global cities

Из представленной на рисунке 3 диаграммы видно, что в структуре ВВП экономики мегаполисов (глобальных городов) наибольший удельный вес составляет также сектор услуг, что непосредственно подтверждает значимость сектора в структуре товарного производства на национальных рынках государств и стран мира.

В условиях современности и по мере развития и совершенствования рынка от-

раслевой спектр изменяет свою направленность, в связи с этим происходит переориентация субъектов коммерческой деятельности и изменяется направленность развития рынка (зная емкость рынка и тенденции ее изменения, стейкхолдеры рынка сервисных услуг получают возможность своевременно оценить перспективы и риски, что впоследствии может служить основанием для переориентации структуры производства) (Кондрат, 2013). Диагно-

стируя сектор услуг РФ, следует отметить, что в РФ сфера услуг опережает производственную сферу по темпам роста и появлению новых видов услуг, по уровню её адаптации к потребностям рынка. Поэтому уровень состояния экономики определяется как фактор, который обуславливает роль формирования рынка услуг в экономике той территории, где она находит свое отражение. В силу того, что процесс перехода национального рынка к качественному экономическому росту осуществляется под воздействием разного уровня внешних интегрированных факторов, возникает необходимость государственного вмешательства в разные территориальные воспроизводственные процессы, являющиеся точками активизации внутренних факторов роста экономики, которые по определенным причинам имеют свою специфику, так как выражают конкретные формы согласования условий отраслевого и/или территориального развития (Лихошерстова, 2019). Поэтому в настоящее время, в условиях активизации факторного влияния процессов глобализации на национальные рынки и повышения требования потребителей к качеству, одной из проблемных зон сервисного сектора остается проблема повышения качества сервиса и, как следствие – его конкурентоспособности. При этом конкурентоспособность каждого отдельно взятого локального рынка, имея определенный потенциал, может обеспечиваться и достигаться самыми различными формами (Лихошерстова, 2019). Из чего следует, что проблемы формирования и управления структурным совершенствованием национального рынка остаются пока нерешенными (Зубкевич, 2015). Сложность проблемы заключается в особенностях рынка услуг и получении в результате проведения диагностики информации, которая, как правило, требует более детального анализа и точного ее толкования, что связано с динамичностью рынков, где часто происходят изменения и наблюдается высокая интенсивность конкуренции. Поэтому только константный

анализ желаний потребителей, предложений компаний-конкурентов, планирование и прогнозирование на основе полученных данных своей будущей деятельности на этом рынке позволит компаниям успешно функционировать, а экономике иметь и/или сохранить положительные тенденции роста. Для этого в процессе проведения исследовательских работ крайне важно придерживаться логичной последовательности и логики аккумулирования полученной информации в соответствии с поставленными задачами. В случае нарушения алгоритма исследования и отклонения от заданных параметров происходит искажение конечных результатов, что, в свою очередь, может повлечь за собой принятие неверных управленческих решений и отразиться как на эффективности деятельности субъектов коммерческой деятельности, в частности, так и на экономике в целом.

К настоящему времени потребительский рынок в силу сложных процессов, происходящих в Российской экономике, зеркально отображает происходящие изменения путем изменений своих потребительских предпочтений и выбором пути снижения своей нестабильной покупательной способности. Данный факт является своего рода сигналом как для производителей, так и маркетологов для более тщательной диагностики потребительского поведения в отношении производимого ими товара. По результатам исследования покупательной способности граждан России следует отметить, что в 2018 году для потребительского рынка характерен спад интенсивности покупок, т. е. наблюдается экономия бюджета на приобретение товаров повседневного спроса, включая продукты питания. В связи с этим сложилась структура модели потребительского поведения/предпочтения, которая распределилась следующим образом:

1) на первом месте находится модель сбережения бюджета (продукты питания и расходы на ЖКХ определяются в процент-

ном отношении к бюджету, далее расходы снижаются);

2) на втором месте – модель удержания процесса экономии на прочих статьях расходов;

3) на третьем месте – модель сохранения норм потребления, планирование сбережений на определенные статьи расходов.

Исходя из структуры модели потребительского поведения следует, что выбор сопровождается направленной рациональностью (большая часть потребителей отмечает, что выбор проще сделать, когда предложение ограничено) и поиском торговых точек с более низким диапазоном цен, что является значимым фактором в выборе товара и что также способствует более активному увеличению доли дискантеров в структуре торговли. Из этого следует, что конкурентоспособность национального рынка услуг, начинаемая с процесса выявления и уточнения индивидуальных и предпочтительных потребительских качеств и свойств самого продукта для клиента-потребителя, сопровождается современными трансформационными преобразованиями во всех иерархических звеньях рыночного пространства. При этом сам процесс сегментирования рынка сервисных услуг может реализовываться одновременно по нескольким критериям, что, как представляется, так же может способствовать более полному учету самых разных запросов и желаний клиентов/потребителей в процессе формирования услуги/пакета услуг. Полученное сегментирование, как правило, смещается в сторону лишь преобладающих сегментов потребительских предпочтений. И такой процесс сегментации обусловлен бесконечностью, а рост значимости каждой отдельно взятой услуги и складывающихся предпочтений в жизни любого человека, в частности, и общества в целом, приводит лишь к усложнению структуры потребностей самого человека (Бауман, 2005). В этой связи следует добавить, что существующее

в настоящее время количество видов и продуктов сервисного производства имеет постоянную тенденцию наполнения новыми подвидами, которые в своем предложении способны удовлетворить практически самые многообразные запросы общества. Следовательно, обобщенная характеристика такой экономической категории, как «конкурентоспособность», определяет, что «конкурентоспособность» является относительной категорией, поскольку может относиться только к определенной группе субъектов предпринимательской деятельности и только в сравнении друг с другом, динамической деятельности, т. е. относиться к определенному моменту времени, так как воздействие отдельных факторов приводит к изменению конкурентоспособности субъекта. Из этого следует, что «конкурентоспособность» имеет смысл только в сопоставлении успехов, достигнутых экономикой одних бизнес-единиц определенного уровня с успехами, достигнутыми другими субъектами того же уровня. Более высокие показатели той или иной бизнес-системы будут определять соответствующий уровень развития производительных сил, а, следовательно, притягивать как население, так и капиталы для обеспечения все возрастающего спроса на локальной территории, влияя тем самым на формирование и конкурентоспособность рыночного сектора услуг и продуктов сервисного производства. В свою очередь, изменение организационных и экономических условий функционирования национального рынка и повышение требований общества к качеству формирования сервисного продукта сформировали определенный вектор конкурентной борьбы на рынке услуг, который в условиях жесткой конкуренции – важный критерий привлечения клиентов, рассматриваемый через призму способности рынка быть конкурентоспособным. По мнению современных управленцев, только активная стратегическая политика в сочетании с использованием конкурентных преимуществ позволит локаль-

ным/территориальным рынкам не только успешно конкурировать на внутреннем рынке услуг сервисного производства, но и решать задачи по завоеванию лидирующих позиций на определенном для себя рыночном сегменте, включая и международный уровень (Кувалдин, 2017). По этой причине и возникает актуальность вопроса в необходимости создания системной концепции оценки и удовлетворения потребительских предпочтений в динамично развивающемся глобальном пространстве.

Сегментация рынка сервисных услуг, положенная в основу выбора целевого рынка субъектом коммерческой деятельности, может служить ориентиром для удовлетворения предпочтений потребителей, что позволяет создать ряд установленных преимуществ:

- во-первых, повысить клиентоориентированность;
- во-вторых, оптимизировать распределение ресурсов.

Но для данного сектора характерными проблемными зонами в общей системе проблем Российской экономики будут являться:

- недостаточная и малоэффективная поддержка малых предприятий государством;
- высокие ставки кредитов, предоставляемых коммерческим организациям;
- рост цен на арендную плату.

Решением проблемных зон и построением высокоэффективной конкурентной среды на национальном рынке России с целью лоббирования интересов на мировом рынке товаров и услуг могут стать следующие мероприятия:

- 1) во-первых, создание программ лояльности и поддержки для малых предприятий, включающих (Богачкова, 2015):
 - льготные ставки по коммерческим кредитам;
 - оказание помощи в составлении бизнес-планов и проведении маркетинговых исследований рынка услуг;
 - предоставление аренды помещений на льготных условиях, предоставление

скидок или аренды на некоммерческой основе путем конкурсного отбора;

- 2) во-вторых, предоставление субсидий, дотаций и иной финансовой помощи малым предприятиям;

- 3) в-третьих, систематические проверки качества услуг, предоставляемых субъектами естественных монополий, введение дополнительных санкций за их несоответствие.

Для возобновления структурного роста сектора производства сервисных услуг потребуется:

- 1) реализация трансформационных процессов в национальной экономике, которые, как видится, санкционируют рост конкуренции;

- 2) переход от сырьевой ориентации сферы производства к производству продукции наиболее технологичной (высоко-технологичной продукции), ориентированной на более высокую добавленную стоимость, т. е. более маржинальный уровень услуг сервиса;

- 3) переориентация направлений деятельности субъектов, наполняющих сферу сервиса, т. е. установление тенденций развития рынка, конкурентной среды и инфраструктуры;

- 4) определение и диагностика эффективности действующих и имеющих место на рынке услуг стратегий;

- 5) получение достоверной и своевременной информации о процессах, происходящих на национальном и мировом рынках, что дает возможность прогнозировать изменения спроса и предложения, разрабатывать новые маркетинговые решения (при этом необходимо учитывать, что все элементы рынка находятся в постоянном движении, а поэтому выходить на рынок, не изучив складывающиеся на нем пропорции, не оценив ожидаемые изменения – будет нецелесообразно);

- 6) содействие каждого субъекта рынка в росте удовлетворенности всех членов общества (от способности организации удовлетворять потребности зависит

устойчивость ее существования и ее развития).

Инструментарно-управленческий подход по формированию эффективной бизнес-среды национального рынка и роста его конкурентоспособности на мировом рынке может быть представлен условно установленной формой структурного механизма управления по связям, как внутри национальной системы, так и за ее пределами. Данный подход позволит активизировать бизнес-процессы и тем самым повысить эффективность национального рынка для последующего построения эффективных позиций и поддержания конкурентоспособности на мировом рынке, что потребует пересмотра и последующей оптимизации методов организации и управления бизнес-процессами.

Заключение. Проведенное исследование влияния процесса глобализации мировых экономических процессов на структурный механизм сегментирования потребительских предпочтений/конкурентоспособность национального рынка России позволило установить ряд проблемных зон, тормозящих процесс полноценного вливания в глобальное экономическое пространство:

1) во-первых, основная часть проблем сегмента на национальном рынке услуг имеет свои специфические особенности (каждый установленный ряд всеобщих факторов, тормозящих/препятствующих развитию рынка услуг в целом, имеет специфические, индивидуальные относительно каждой отдельно взятой территории особенности);

2) во-вторых, низкий/недостаточный объем инвестиционных вложений в инфраструктурное развитие во взаимобулавливающие и обеспечивающие отрасли национальной экономики (в настоящее время государственная поддержка развития инфраструктуры осуществляется в виде целевых программных блоков и по данным исследования Всемирного банка показанные вложения составляют не более 1% от ВВП).

Кроме того, продолжающийся процесс глобализации мировой экономики и развитие внешнеторговых процессов, требуют от сервисной системы национального рынка России инновационных подходов, более быстрых и структурных решений в направлении их совершенствования и стимулирования. Фокусирование России на определенных рыночных сегментах позволит стейкхолдерам национального рынка достичь большей эффективности, а экономике обеспечивать устойчивый рост, повысив тем самым и конкурентоспособность товарной продукции на мировом рынке.

Совокупность факторного влияния на структурный механизм сегментирования потребительских предпочтений, определяемая замкнутостью производственного цикла, опосредуется причинно-следственной связью:

- низкой эффективности и низкой производительности, и, как следствие – низкий экономический рост, падение спроса и снижение уровня удовлетворённости потребительского ожидания;

- низкой маржинальностью и, как следствие – снижение инвестиционной привлекательности, что неизбежно ведет к снижению эффективности и производительности, а, следовательно, и снижению уровня конкурентоспособности.

Выделенные в процессе исследования проблемы оценки потребительских предпочтений и прогнозирование на этой основе потребительского спроса можно разрешить, во-первых, путем управления удовлетворением спроса через предложение универсальных товаров, а, во-вторых, через концептуальное установление закономерности изменения такого спроса. Реализация действенного вектора развития будет способствовать нивелированию существующих диспропорций в развитии национального рынка и одновременно способствовать лаконичному вливаю России в глобальный рынок мирового экономического пространства.

Информация о конфликте интересов: автор не имеет конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: the author has no conflict of interests to declare.

Список литературы

Ахмедов Б.Ш. Кластерная модель наращивания потенциала региона / Научная мысль. 2014. №3. С.27-34.

Бауман З. Индивидуализированное общество / пер. с англ. под ред. В.Л. Иноземцева, З. Бауман. – М.: Логос, 2005. – 390 с.

Борисова Н. Г. Факторы устойчивого развития регионов России: Монография / Н. Г. Борисова, М. Ф. Григорьев, Л. Ю. Драгилева, Л. А. Ельцин, Е. А. Збинякова. Новосибирск: Книга 21, 2015. – 165 с

Богачкова Л.Ю. Регулирование развития малого и среднего бизнеса в России: проблемы и решения / Л.Ю. Богачкова, А. А. Усачёв // Вестник ВолГУ. № 3 2015. С. 52-61

Борисоглебская Л. Н. Развитие стран БРИКС в глобальном пространстве: Монография / Ч. I. Под ред. Л. Н. Борисоглебской, В.М. Четверикова; Ч. II. Под ред. Лю Цзюань, Ян Чэной. М.: ИНФРА-М, 2014. – 224 с.

Ваганова О. В. Органы власти в становлении инновационного кластера: региональный аспект // О. В. Ваганова, Г.Н. Лихошерстова. Вестник Брянского государственного университета. 2011. №3. С. 71-74.

Глобализация и социальные институты: социологический подход / отв. ред.: И. Ф. Девятко, В. Н. Фомина. М.: Наука, 2010. – 335с.

Зубкевич Л. А. Глобализация как способ перехода к новому качеству в общественном развитии // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2015. №1 (21). С. 5-15.

Кондрат Е. Н. Международная финансовая безопасность в условиях глобализации. Основные направления правоохранительного сотрудничества государств: Монография / Е. Н. Кондрат. - 3-е изд., перераб. и доп. М.: ИД ФОРУМ, 2013. – 592 с.

Кувалдин В.Б. Глобальный мир: политика, экономика, социальные отношения. М.: Весь мир, 2017. – 399 с.

Купцов В.И. Образование, наука, мировоззрение и глобальные вызовы XXI века. СПб.: Алетейя, 2009. – 423с.

Лихошерстова Г. Н. Глобализация мировой экономики и ее влияние на развитие транспортной системы Российской Федерации: региональный аспект / Г.Н. Лихошерстова, Семченко И.В., Ясенюк С.Н., Нежелченко Е.В., Яковенко Н.Ю. Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2019. № 3 (121). С. 26-36.

Global Innovation Index. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2019-report#> (дата обращения: 02.03.2020).

References

Akhmedov, S. B. (2014), “Cluster model of regional capacity building”, *Scientific thought*, 3, pp. 27-34.

Bauman, Z. (2005), *The Individualized society*, transl. from English by Inozemtsev V. L. and Bauman Z. (ed.), M., Logos, 390 p.

Borisova, N. G., Grigoriev, M. F., Dragileva, L. Yu., Elshchin, L. A., Zbinyakova, E. A. (2015), *Factors of sustainable development of Russian regions*, monograph, Novosibirsk, Book 21, 165 p.

Bogachkova, L. Y. and Usachev, A. A. (2015), “Regulation of development of small and medium business in Russia: problems and solutions”, *Bulletin of the Volga*, 3, pp. 52-61.

Borisoglebskaya, L. N. (2014), *The development of the BRICS countries in the global space*, monograph, Part 1 Borisoglebskaya, L. N., Part 1 Juan, Liu and Chenyu, Yan (ed.), M., INFRA-M, 224 p.

Globalisation and social institutions: a sociological approach (2010), Devyatko, I. F. and Fomina, V. N. (ed.), M., Nauka, 335 p.

“Global Innovation Index” (2019), [Online], available at: <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2019-report#> (Accessed 02 March 2020).

Kondrat, E. N. (2013), *International financial security in conditions of globalization. The main directions of law enforcement cooperation States*, monograph, 3 Izd., M., ID FORUM, 592 p.

Kuvaldin, V. B. (2017), *A Global world: politics, economics, social relations*, M., Whole world, 399 p.

Kuptsov, V. I. (2009), *Education, science, ideology and global challenges of the XXI century*, SPb., Aletheia, 423 p.

Likhosherstova, G. N., Semchenko I. V., Yasenok S. N., Nezhelchenko E. V. and Yakovenko N. Yu. (2019), “The globalization of the world economy and its impact on the development

of the transport system of the Russian Federation: regional aspect”, *Management of economic systems: electronic scientific journal*, 3 (121), pp. 26-36.

Vaganova, O. V. and Likhosherstova. G. N. (2011), “Authorities in the development of innovative cluster: regional aspect”, *Herald Bryansk state University*, 3, pp. 71-74.

Zubkevich, L. A. (2015), “Globalization as a way to transition to a new quality in social development”, *Vestnik of Perm University. Philosophy. Psychology. Sociology*, 1 (21), pp. 5-15.

Данные об авторе

Лихошерстова Галина Николаевна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса

Information about the author

Galina N. Likhosherstova, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of International Tourism and Hotel Business