

Бегленов Н, доцент кафедры Экономики, Каракалпакского государственного университета имени, Бердаха, Мамутова К.М. магистрант Каракалпакского государственного университета имени, Бердаха г. Нукус, Республика Узбекистан,

ПЕРСПЕКТИВЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В СФЕРЕ УСЛУГ

Аннотация: Состояние сферы оказания услуг в статье, в связи с этим рекомендованы организации по коммуникации маркетинга.

Annotation: In this article there are given suggestions on how to organize marketing communication and the state of giving service.

Ключевые слова: оказание услуг, маркетинг, коммуникация маркетинга, публичные отношения, малый бизнес, субъекты малого бизнеса, модернизация.

Key words: giving service, marketing, marketing communication, public relations, small-scale business, entities of small-scale business, modernization.

Для каждой фирмы необходимость формирования стратегии маркетинговых коммуникаций является актуальным. Такое значение маркетинговых коммуникаций объясняется с усилением конкурентной борьбы между фирмами для сохранения своего статуса на рынке, для борьбы за потенциальных клиентов. Для успешного ведения конкурентной борьбы сотрудники менеджмента любой компании или фирмы должны найти путей успешной реализации предлагаемых и продвигаемых на рынке товаров (услуг) – достижение этого можно достичь на основе именно стратегического подхода элементам МК.

В современной экономической литературе “принят порядок ведения деятельности по продвижению товаров (услуг) под общим название как “маркетинговые коммуникации”¹. Эффективное осуществление фирмой своей политики по продвижению той или иной продукции (услуг) обеспечивает ей жизнеспособности на рынке и положительных перспектив для дальнейшего развития. А эффективное продвижение товара (услуг) на рынке возможно лишь на основе грамотной разработки SMC фирмы.

¹А.Ж.Абуова. Стратегия маркетинговых коммуникаций как ключевой элемент маркетинговой стратегии вуза, АУМ, Казахстан, УДК 378: 339.138, E-mail: dedicate@mail.ru.

По мнению автора исследования, на основе вышеперечисленных взглядов для развития стратегии маркетинговых коммуникаций в сфере услуг региона считается обоснованным осуществление процесса формирования плана маркетинговых коммуникаций, указывающий конкретизированных направлений SMC (Рис. 2).



Рис. 2. Этапы составления плана маркетинговых коммуникаций и формирования SMC в сфере услуг региона².

При формировании SMC фирмы должны учитываться особенности предлагаемых фирмой услуг, характеристика аудитории клиентов и в общем, рыночное положение направления бизнеса данного субъекта.

С учётом результатов исследования из предыдущих частей диссертации на основе статистического и эконометрического методов рассмотрим влияние на формирование и рост социально-экономических показателей Республики Каракалпакстан, считающейся объектом данной исследовательской работы. Для осуществления данного анализа были использованы полученные из управления статистики Республики Каракалпакстан сведения. База данных была создана для 2010-2020 годов и

² Разработка автора.

данные в виде стоимости с обозначением ценами 2010 года были превращены в реальные показатели.

Для определения зависимости развития сферы услуг в регионе с социальными показателями и отраслями экономики был осуществлен корреляционный анализ (таблица 1).

По полученным результатам, объём услуг имеет высокую положительную зависимость с изменениями в объемах ВРП – здесь корреляционная зависимость составляет 0,99. Также, было определено высокое значение корреляционного коэффициента 0,95 с объемами показателей по промышленности, производству потребительских товаров, сельскому хозяйству, строительным работам, обороту розничной торговли. Но корреляционный коэффициент между объемом инвестиций в основной капитал и объемом всех услуг имеет слабую зависимость и составляет 0,35. Это показывает, что в регионе при формировании важнейших социально-экономических показателей развитие сферы услуг имеет важное место, но несмотря на это, считать сферу услуг в регионе развитым сложно. Потому что, обеспечение развития на высоком уровне сферы услуг обеспечивает достаточное развитие инфраструктуры в регионе, а это в свою очередь служит к усилению потока инвестиций в регион.

Таблица 1

Результаты корреляционного анализа³

Показатели	ВРП	промышленно- сть	потребительские ие товары сельское	ХОЗЯЙСТВО инвестиции в	основной капитал Строительные	работы	Оборот розничной	Объем услуг –	всего листья	экспорт уровень	безработицы уровень	занятости	доходы на душу
ВРП	1.00												
Промышленно	0.97	1.00											

³Разработка автора

сть													
Потребительские товары	0.98	0.96	1.00										
Сельское хозяйство	0.99	0.96	0.97	1.00									
Инвестиции в основной капитал	0.36	0.17	0.33	0.39	1.00								
Строительные работы	0.94	0.86	0.95	0.93	0.43	1.00							
Оборот розничной торговли	1.00	0.96	0.97	0.99	0.42	0.94	1.00						
Объём услуг – всего	0.99	0.97	0.99	0.98	0.35	0.96	0.99	1.00					
Чистый экспорт	0.62	0.78	0.58	0.60	-0.39	0.39	0.58	0.60	1.00				
Уровень безработицы	0.56	0.61	0.69	0.52	-0.20	0.65	0.52	0.62	0.44	1.00			
Уровень занятости	0.83	0.82	0.89	0.79	0.22	0.87	0.81	0.85	0.46	0.82	1.00		
Реальные доходы на душу населения	0.99	0.95	0.99	0.98	0.37	0.97	0.99	0.99	0.55	0.61	0.86	1.00	

Достаточное формирование видов услуг как транспортировка, хранение, упаковка, информационно-коммуникационные услуги и реклама расширяет возможностей действующих в сфере услуг фирм региона на внешние рынки. А это в свою очередь, служит к росту считающейся важным экономическим

показателем чистого экспорта и к обеспечению экономической устойчивости страны в целом. Но, в случае выявления корреляционного коэффициента равным 0,60 оно является положительным, но при этом означает зависимости среднего уровня. Это в свою очередь является вторым показателем, показывающим недостаточную развитость сферы услуг в регионе.

Корреляционный коэффициент между объемом всех услуг и уровня занятости и безработицы, являющиеся важными экономическими показателями, показывает своеобразные результаты. В частности, несмотря на то, что должны быть отрицательная зависимость между уровнем безработицы и развитием всех услуг, был выявлен положительный корреляционный коэффициент. Вместе с тем, корреляционный коэффициент между уровнем занятости и объемом всех услуг составляет 0,85 и это является довольно высоким значением.

Снижение уровня безработицы в начальном периоде и его рост в последующем обеспечило его положительную зависимость со сферой услуг. Должны уделить особое внимание, что в 2018-2020 годах при резком росте уровня безработицы было обеспечено положительное изменение уровня занятости на относительно высоком уровне. Из этого можно сделать такой вывод, что именно резкий рост уровня безработицы зависит не от экономического спада, а приданием особого внимания на ведение их учета.

Результаты доказывают особое значение развития услуг на рост реальных доходов на душу населения, означающий благосостояния населения. То есть, корреляционный коэффициент между этими двумя показателями составляет 0,99.

По результатам изучения роли отраслей в обеспечении социально-экономического развития региона, самое высокое влияние относится к доли услуг. Для изучения данного влияния был осуществлен регрессионный анализ и получены нижеследующие результаты (приложение 1).

$$\ln(GRP) = 2.18 + 0.06 * \ln(Ind) + 0.38 * \ln(Agri) + 0.38 * \ln(Ser) \quad (1)$$

$$se = (0.39) \quad (0.03) \quad (0.10) \quad (0.05)$$

$$t = (5.66) \quad (2.37) \quad (3.94) \quad (7.67) \quad R^2 = 0.99$$

Здесь: *GRP* – реальная стоимость валового территориального продукта по Республике Каракалпакстан, млрд сум (в ценах 2010 г); *Ind* – стоимость произведенной промышленной продукции, млрд сум (в ценах 2010 г); *Agri* – стоимость произведенной сельскохозяйственной продукции, млрд сум (в ценах 2010 г); *Ser* – стоимость несельскохозяйственной продукции, млрд сум (в ценах 2010 г).

Все определенные по результатам регрессионного анализа коэффициенты адекватны по приведенным критериям и можно по ним сделать некоторые выводы. По этим результатам рост на 1 % производства промышленных продукций приводит к росту на 0,06 % реального объема ВРП. Рост на 1 % производства продукции в сельском хозяйстве и сфере услуг обеспечивает рост на 38 % реального объема ВРП. Видно, что развитие в сфере услуг имеет сильное влияние в социально-экономическом развитии региона.

Список литературы

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси
2. Пардаев М.Қ ва бошқалар. Хизмат кўрсатиш, сервис ва туризм соҳаларини ривожлантириш: муаммолар ва уларнинг ечимлари. Т.: «IQTISODMOLIYA». 2008.
3. Коменева Н.Г., и др. Маркетинговое исследование. – М.: ВЗСЭИ, 2006. – 439 с.
4. Н.Д. Бегленов. Бизнес ва тадбиркорликда маркетинг коммуникациялари. Монография - «IQTISODYOT-MOLIYA» нашриёти. Тошкент-2013 й. 160 б.

5. Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2012 й. 20-сон,
215 модда.