

ISSN 2073-039X



НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ И АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

Выходит 4 раза в месяц

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ [®] АНАЛИЗ *теория и практика*

- *Инновационное совершенствование деятельности сервисных организаций*
- *Влияние государственных и прямых иностранных инвестиций на высокотехнологичный сектор экономики*
- *Методические подходы к исследованию феномена успешности российских организаций*
- *Оценка эффективности использования трудового потенциала*



47 (398) — 2014
ДЕКАБРЬ

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ: *теория и практика* [®] — является зарегистрированным товарным знаком

<http://www.fin-izdat.ru> e-mail: post@fin-izdat.ru

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

теория
и практика

ISSN 2311-8725 (Online), ISSN 2073-039X (Print)

СОДЕРЖАНИЕ

Научно-практический и аналитический журнал
Периодичность – 4 раза в месяц

47 (398) – 2014 декабрь

Подписка во всех отделениях связи:

– индекс 81287 – каталог агентства «Роспечать»

– индекс 83874 – каталог УФПС РФ «Пресса России»

**Доступ и подписка на электронную версию –
www.elibrary.ru, www.dilib.ru**

Журнал зарегистрирован в Министерстве Российской Федерации по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций ПИ № 77-11740

Учредитель:

ООО «Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ»

Издатель:

ООО «Финанспресс»

Главный редактор:

Н.П. Любушин, доктор экономических наук, профессор

Зам. главного редактора:

Д.А. Ендовицкий, доктор экономических наук, профессор

О.О. Зинченко, В.И. Попов

Редакционный совет:

И.Н. Богатая, доктор экономических наук, профессор

Г.Е. Брикач, доктор экономических наук, профессор

Ю.А. Дорошенко, доктор экономических наук, профессор

В.Г. Когденко, доктор экономических наук, доцент

М.И. Кутер, доктор экономических наук, профессор

М.Ю. Малкина, доктор экономических наук, профессор

А.А. Мальцев, доктор физико-математических наук, профессор

С.В. Панкова, доктор экономических наук, профессор

В.С. Плотников, доктор экономических наук, профессор

Л.С. Сосненко, доктор экономических наук, профессор

В.П. Фоми́н, доктор экономических наук, профессор

Верстка: Н.И. Бранделис

Корректор: А.М. Лейбович

Редакция журнала:

111401, Москва, а/я 10.

Тел.: +7 (495) 989-96-10

Адрес в Internet: <http://www.fin-izdat.ru>

E-mail: post@fin-izdat.ru

© ООО «Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ»

© ООО «Финанспресс»

Подписано в печать 26.11.2014. Формат 60x90 1/8.

Цена договорная. Объем 8,5 п.л. Тираж 1 170 экз.

Отпечатано в ООО «КТК», г. Красноармейск Московской области.

Тел.: +7 (496) 588-08-66

Журнал рекомендован ВАК Минобрнауки России для публикации научных работ, отражающих основное научное содержание кандидатских и докторских диссертаций.

Журнал реферирован в ВИНТИ РАН.

Журнал включен в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ).

Статьи рецензируются.

ИННОВАЦИИ И ИНВЕСТИЦИИ

Маннапов Р.Г. Актуализация аналитического подхода к инновационному совершенствованию деятельности сервисных организаций..... 2
Шевченко И.К., Развадовская Ю.В. Экономико-математический анализ влияния государственных и прямых иностранных инвестиций на динамику развития отрасли..... 14

МЕТОДЫ АНАЛИЗА

Милёхина О.В., Адова И.Б. Методические подходы к исследованию феномена успешности российских организаций..... 23
Басырова Э.И. Методические аспекты оценки эффективности использования трудового потенциала.... 34

РАЗВИТИЕ АПК

Савкин В.И., Прока Н.И., Крыгин А.А. Сетецентризм в государственной поддержке малых форм хозяйствования аграрного сектора экономики России..... 45
Шарикова И.В., Дмитриева О.В., Шариков А.В., Фефелова Н.П., Лысова Т.А. Анализ инвестиций в агропромышленный комплекс – от отдельного проекта до отрасли в целом..... 55

Перепечатка материалов и использование их в любой форме, в том числе и в электронных СМИ, возможны только с письменного разрешения редакции.

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей.

ECONOMIC ANALYSIS

theory
and practice

Analytical and practical journal
4 issues per month

47 (398), December, 2014

Subscription in all post offices:

– index 81287 – catalog of agency Rospechat

– index 83874 – catalog UFPS RF Pressa Rossii

Access and subscription to electronic version –
www.elibrary.ru

Registration certificate ПИ № ФС 77-11740 by the Ministry of Press, Broadcasting and Mass Communications of the Russian Federation.

Founder:

Publishing house FINANCE and CREDIT

Publisher:

Financepress, Ltd.

Editor-in-Chief:

Nikolai P. Lyubushin

Deputy Editors:

Dmitrii A. Endovitskii, Voronezh State Univ., Voronezh

Oleg O. Zinchenko, Victor I. Popov

Editorial council:

Irina N. Bogataya, Rostov State Univ. of Economics, Rostov-on-Don

Georgii E. Brikach, Nizhny Novgorod State Agricultural Academy,
Nizhny Novgorod

Yurii A. Doroshenko, Belgorod State Technological Univ. named after
V.G. Shoukhov, Belgorod

Vera G. Kogdenko, National Research Nuclear Univ. MEPhI, Moscow

Mikhail I. Kuter, Kuban State Univ., Krasnodar

Marina Yu. Malkina, Lobachevsky State Univ. of Nizhny Novgorod,
Nizhny Novgorod

Aleksandr A. Mal'tsev, Lobachevsky State Univ. of Nizhny Novgorod,
Nizhny Novgorod

Svetlana V. Pankova, Orenburg State Univ., Orenburg

Viktor S. Plotnikov, Russian Presidential Academy of National
Economy and Public Administration, Balakovo Branch, Balakovo

Lyudmila S. Sosnenko, Chelyabinsk State Agroengineering Academy,
Chelyabinsk

Vladimir P. Fomin, Samara State Univ. of Economics, Samara

Design: Natalia I. Brandelis

Corrector: Alla M. Leibovich

Editorial office:

111401, P.O. Box 10, Moscow, Russia

Telephone: +7 (495) 989-96-10

Website <http://www.fin-izdat.ru>

E-mail: post@fin-izdat.ru

© Publishing house FINANCE and CREDIT

© Finanspress, Ltd.

Signed to print 26.11.2014. Format 60x90 1/8. Volume 8,5

Circulation 1 170 Printed in "KTK", Ltd, Krasnoarmeysk, Moscow region.

Telephone: +7 (496) 588-08-66

The journal is recommended by VAK of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation to publish scientific works encompassing the basic matters of the MPhil and DPhil theses.

The journal is reviewed by the VINITI of the Russian Academy of Sciences. The journal is included in the Russian Science Citation Index Database.

All articles peer-reviewed.

ISSN 2311-8725 (Online), ISSN 2073-039X (Print)

CONTENTS

INNOVATION AND INVESTMENT

- Mannapov R.G.* Key components of innovation growth of service industries 2
Shevchenko I.K., Razvadovskaya Yu.V. Economic and mathematical analysis of influence of State and foreign direct investment on industry's growth dynamics 14

METHODS OF ANALYSIS

- Milekhina O.V., Adova I.B.* Methodological approaches to the study of the phenomenon of Russian enterprises success..... 23
Basyrova E.I. Methodological aspects of the assessment of labor potential efficiency 34

DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL SECTOR

- Savkin V.I., Proka N.I., Krygin A.A.* Network-based centrism in the State support to small business of the agrarian sector of the economy of Russia..... 45
Sharikova I.V., Dmitrieva O.V., Sharikov A.V., Fefelova N.P., Lysova T.A. Analysis of investment in agriculture: from a single project to the industry as a whole 55

This publication may not be reproduced in any form without permission.

Not responsible for the authors' personal views in the published articles.

All rights reserved.

Printed in the Russian Federation.

УДК 353.2:332.02

АКТУАЛИЗАЦИЯ АНАЛИТИЧЕСКОГО ПОДХОДА К ИННОВАЦИОННОМУ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕРВИСНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Р.Г. МАННАПОВ,*доктор экономических наук,**профессор кафедры экономики и менеджмента**E-mail: mannapovrais@mail.ru**Уфимский государственный университет экономики и сервиса*

Непрерывно изменяющиеся факторы общественного развития и возрастающее значение новых рыночных реалий обуславливают расширение и активизацию инновационных процессов в сфере услуг. В связи с этим особую актуальность приобретает осуществление в сервисных организациях обстоятельной аналитической работы, которая не везде и не всегда проводится. Цель авторского исследования — обоснование практических рекомендаций по инновационному развитию деятельности сервисных организаций на основе аналитического подхода. В статье раскрыты специфические процессы, тенденции, новые явления, происходящие в сфере услуг в нынешних условиях. Определены проблемные области и объективные предпосылки внедрения в сервисных компаниях системного экономического анализа, формирующего методическую базу для выработки адекватных инновационных решений. В соответствии с системным подходом применен метод системного структурирования ключевых внутренних компонентов сервисной организации, подлежащих анализу и определению возможностей их совершенствования. Также использован метод аналогий посредством изучения современных тенденций и опыта развития сервисной деятельности в зарубежных странах, освещенных в трудах ряда исследователей (К. Прахалада, М. Кришнана, М. Портера, К. Кристенсена, Г. Чесбро и др.). Рассмотрены потенциальные возможности, пригодность и ограничения применения их в отечественных компаниях. Сделан упор на необходимость

экономического анализа соотношения издержек компании на создание инноваций и ценности инновационных услуг для потребителей. В результате проведенного исследования разработана аналитическая карта концептуальных составляющих инновационного совершенствования деятельности сервисной организации. Такая аналитическая карта может служить организационно-методической основой для практического использования в современной деятельности организаций в сфере услуг и дальнейшего их совершенствования в условиях инновационного развития. Общий вывод состоит в том, что инновационное совершенствование деятельности сервисной организации целесообразно осуществлять, опираясь на результаты постоянно проводимого анализа как отдельных, так и определенной совокупности влияющих факторов.

Ключевые слова: сфера услуг, сервисная организация, экономический анализ, потребительская ценность, сервис-процессы, инновационные решения

Введение

На современном этапе общемирового развития национальные экономические системы именуются по-разному: «постиндустриальная экономика», «информационная экономика», «экономика знаний», «инновационная экономика». Наряду с этим встречается и термин «сервисная экономика». И это не

случайно, поскольку в структуре внутреннего национального дохода наиболее развитых стран до 70% и более составляют различные услуги, доля которых из года в год имеет тенденцию к увеличению.

В нашей стране сфера услуг в последние 10–15 лет также получила интенсивное развитие и постоянно совершенствуется. Непрерывно возрастающая степень участия сферы услуг в социально-экономическом развитии страны отражается в повышении ее вклада в ВВП, который по разным оценкам (с учетом торговли) в настоящее время составляет 53–58%. Одновременно увеличивается удельный вес занятых в этом секторе национальной экономики, который ныне уже находится в пределах 65–67% от общей численности работающего населения.

Современную отечественную сферу услуг следует рассматривать как весьма значимый специфический сектор национальной экономики, представляющий собой открытую, широко разветвленную, многозвенную сетевую социально-экономическую систему, включающую множество специализированных разнопрофильных, комбинированных, комплексных организаций (предприятий, компаний, фирм, учреждений) различных отраслей, форм собственности, размеров, масштабов и видов деятельности. Создание в России экономики инновационного типа невозможно представить без этой сферы, которая глубоко интегрирована в современное национальное хозяйство, переплетена своеобразными связями практически со всеми видами экономической деятельности, способствует развитию материального производства и активизации инновационных процессов в различных областях жизнедеятельности общества.

Специфические процессы и тенденции, актуализирующие аналитическую работу

Наиболее значимым процессом в системе сервиса новой России стало масштабное распространение различного рода услуг по отраслям общественного производства. Промышленные, сельскохозяйственные, строительные, транспортные, торговые предприятия создавали сервисные структурные подразделения и фирмы, которые наряду с традиционно существовавшими организациями бытового и жилищно-коммунального обслуживания, медицинскими, санаторно-курортными, культурно-просветительскими учреждениями, авторемонтными и

другими мастерскими, оказывающими услуги для населения, значительно расширили сферу сервиса. Кроме того, в связи с формированием рыночной экономики появились новые сервисные компании, предоставляющие широкий спектр современных услуг как для физических лиц, так и для хозяйствующих субъектов [6].

В настоящее время оказанием различных услуг в стране заняты сотни тысяч мелких, малых, средних и крупных организаций (предприятий, фирм, компаний, учреждений), точный учет которых, однако, пока отсутствует. Примечательным является то обстоятельство, что одни сервисные организации в той или иной степени пользуются услугами других, и тем самым производители определенных видов услуг одновременно могут являться потребителями иных видов, требуемых в их деятельности. В ходе и результате этих процессов происходит перекрестное и даже сетевое переплетение видов деятельности и услуг, либо формирование различных конфигураций цепочек создания потребительской ценности.

Характерной тенденцией развития отечественной сферы услуг в последние годы является интеграция в одном предприятии нескольких специализированных видов деятельности и услуг. Сегодня многие организации объединяют в своих рамках ряд ранее обособленных видов и групп услуг, формируя различные многофункциональные (многоотраслевые, многопрофильные) комплексы. Более того, часто происходит трансформация отдельных, нескольких, либо некоторой совокупности порой разнообразных услуг и видов деятельности даже из различных отраслей, секторов народного хозяйства, слияние дифференцированных видов и групп услуг в комплексные посредством организационной интеграции, кооперирования и комбинирования в разнообразных сочетаниях. В настоящее время функционируют организационные построения компаний, включающих различные подразделения, оказывающие услуги потребителям в самых разных наборах [9].

Многопрофильность деятельности чаще всего диктуется соображениями укрепления конкурентоспособности и обеспечения устойчивости в непостоянной рыночной среде. Безусловно, большое значение имеет то обстоятельство, что многопрофильные сервисные организации, стремясь к созданию различных вариантов комплексного обслуживания (под одной крышей), улучшают условия получения

услуг для клиентов. Вместе с тем слабым местом деятельности и развития комплексных предприятий остаются недостаточный экономический анализ и оценка эффективности функционирования структурных единиц и конкретных видов предоставляемых клиентам услуг.

Многие организации сферы услуг в настоящее время развиваются на основе прогрессивных организационных, социальных, информационных, телекоммуникационных, электронно-цифровых, промышленных технологий, используют современную технику и методы управления, имеют наукоемкие производства и создают разнообразные инновации.

Современное инновационное развитие организаций сферы услуг обуславливается прежде всего воздействием общих закономерностей общественного прогресса. Вместе с тем проявляется ряд закономерностей и особенностей инновационных процессов, свойственных сфере услуг на нынешнем этапе, которые оказывают влияние на ход преобразований [7]. Выявление и анализ характерных тенденций и процессов, происходящих в сфере услуг, позволили определить системные составляющие ее развития в инновационных условиях.

Авторские исследования свидетельствуют, что прогрессивное развитие сервисных компаний должно выстраиваться посредством реализации совокупности следующих принципиальных положений:

- 1) оперативное и гибкое реагирование на изменяющийся спрос потребителей;
- 2) рациональная диверсификация видов деятельности и услуг на основе комплексного учета их специфики;
- 3) тотальное повышение качества услуг, реальное воплощение клиентоориентированности;
- 4) формирование инновационной организационной культуры;
- 5) стратегическое развитие человеческого капитала, раскрытие и включение интеллектуального потенциала персонала;
- 6) открытость для внешних научно-технических и организационно-управленческих нововведений;
- 7) создание системы управления знаниями;
- 8) стимулирование творчества, инициативы, креативности сотрудников и широкая генерация инноваций;
- 9) консолидированное взаимодействие с региональными и муниципальными органами управления, научными и учебными учреждениями, различными структурами территориального сообщества [8].

Однако при этом менеджмент организаций обязан всесторонне учитывать наблюдаемые и возможные перемены, которые происходят непрерывно.

Потребность в постоянных изменениях порождает в первую очередь, как известно, динамичная внешняя среда, движимая глобализацией связей и отношений, стремительным развитием технологий и возрастающими потребностями как общества в целом, так и отдельных людей или их групп. В наши дни общественное развитие продвигается к такому экономическому миропорядку, в котором решающую роль играют потребители, а ценность продукции (товаров, услуг) определяется во многом знаниями, опытом и оценками клиентов, которыми они делятся с производителями. Так, К. Прахалад и М. Кришнан утверждают, что активное участие потребителей способствует созданию для них уникального ценностного предложения. При этом они отмечают, что «умение обслуживать отдельных потребителей, т.е. персонализировать предоставляемую им ценность и привлекать к ее созданию, требует тесного взаимодействия с потребителями и предвидения их предпочтений» [13, с. 107].

Данное суждение имеет прямое отношение к современному функционированию организаций в сфере услуг, однако его применение в отечественной практике нуждается в выработке и реализации адекватных действий, базирующихся на объективном анализе запросов и поведения клиентов. С последним в нашей реальной действительности не все ладно, и примеров тому предостаточно. Вот лишь некоторые из них.

В городах и крупных населенных пунктах население уже не удивляется частой смене местонахождения и вывесок сервисных организаций. Едва успела одна заявить о себе лозунгом «Мы открылись!», как через месяц — два на ее месте появляется другая — ремонт компьютеров, которая сменяется турфирмой, а та в свою очередь уступает помещение агентству недвижимости, фотостудии и т.д. Обозначенное объясняется отрицательным соотношением между расходами и доходами — убытками из-за отсутствия или недостаточного количества клиентов, что является следствием незнания потребительского спроса по конкретным услугам в конкретном месте.

Значительное число элитных магазинов, бутиков и супермаркетов непрестанно извещают население о продаже различных видов одежды, меховых и кожаных изделий со скидками 30, 50, 70%. Между

тем, это не особенно привлекает покупателей. Аналогичная ситуация наблюдается с бытовой техникой, ноутбуками, планшетами, смартфонами и другими видами электроники. По всей видимости, первоначальные цены были явно завышены и не отражали реальных достоинств ряда товаров, а потому не представляли требуемой ценности для покупателей. А завышением цен ради получения легкой прибыли, как известно, увлекаются многие отечественные производители и продавцы.

В последнее время наблюдаются многочисленные процессы закрытия или приостановки деятельности крупных туроператоров, кредитных организаций, банковских учреждений, страховых, инвестиционных и строительных компаний в связи с невыполнением обязательств (организационных, финансовых, экономических) перед клиентами и появившимися признаками банкротства.

Приведенные факты и авторские исследования свидетельствуют как о небрежном отношении руководства организации к изучению потребительского спроса и его изменений, так и о недобросовестности и недостаточной квалификации специалистов, а чаще всего — об отсутствии системного анализа, что в большинстве случаев чревато негативными последствиями для самих организаций.

Сегодня много и повсеместно говорится о важности и необходимости инноваций и в то же время упускается из поля зрения, что инновации сами по себе без ценности для потребителя не принесут прибыли. Поэтому они должны быть тесно увязаны с той полезностью, привлекательностью и ценовой доступностью для конкретных категорий клиентов, на которых рассчитаны те или иные услуги, обладающие инновационностью. Между тем, ценность для сервисной компании обуславливается затратами на разработку и внедрение инноваций и их соотношением с предлагаемыми клиентам ценами на новые или обновленные услуги, которые не должны настораживать или снижать интерес потребителей. Впрочем, низкие издержки еще не гарантируют успеха новой услуги. Стало быть, работа сервисной компании по увязке востребованности инноваций, издержек на их воплощение и установлению цен для потребителей услуг должны подвергаться тщательному экономическому анализу.

В текущем году отечественные компании столкнулись с новыми экономическими, финансовыми, общественно-политическими явлениями и ощутили определенные трудности. Многие организации в

сфере услуг — как крупные, так и средние и малые — почувствовали реальные сложности в конкурентных отношениях в связи с изменяющимися потребительскими предпочтениями. Ослабление и неустойчивое положение российского рубля по отношению к мировым валютам, значительное увеличение государственных затрат на помощь и стабилизацию обстановки в Крыму, почти повсеместное уменьшение бюджетных расходов на социальные услуги, заметный рост цен на продовольствие, энергоносители и жилищно-коммунальные услуги, инфляционные ожидания населения и другие сопутствующие факторы существенно отразились на платежеспособном спросе потребителей на многие виды сервиса, причем в большинстве своем в сторону его снижения.

Между тем, как показывает практика, многие сервисные компании оказались не совсем готовы к происходящим переменам, продолжая действовать по инерции, полагаясь на то, что клиенты никуда не денутся. Это отчасти явилось следствием сложившегося за последнее время умиротворенного поведения руководителей компаний, снижения деловой активности и недооценки важности всестороннего экономического анализа.

Успешное функционирование сервисной компании в значительной степени предопределяется способностью руководства выявлять изменяющиеся потребности в услугах, учитывать новые тенденции, зарождающиеся запросы, открывающиеся возможности. Чрезвычайно важным является профессиональное умение руководителей и специалистов улавливать определенные, порой едва проявляющиеся рыночные сигналы, а также владеть навыками анализа и интерпретации разнообразной информации экономического, финансового, организационно-правового, социального, общественно-политического характера. Однако следует признать, что не во всех компаниях этому уделяется должное внимание. К тому же слабо учитываются зарубежный опыт и общемировые тенденции.

Заслуживающей внимание тенденцией в ряде стран выступает развитие сравнительно новой системы товародвижения: выполнение массовым производством заказов конкретных потребителей (покупателей, клиентов) определенной продукции с предъявлением своих условий (например, по размерам, цвету, дополнительным деталям). Функционирование системы «массовое производство на заказ» стало возможным и экономически оправданным в