

УДК 338.46.02:316.422
ББК 65.261.33
Т 49

Л.Т. Тлехурай-Берзегова

Доктор экономических наук, заведующая кафедрой управления персоналом Адыгейского государственного университета, г. Майкоп. Тел.: (903) 465 39 47, e-mail: tlekhuraj@rambler.ru.

Особенности инновационных процессов в современной сфере услуг

(Рецензирована)

Аннотация. На сегодняшний день сфера услуг нуждается в усилении взаимосвязи со стратегией развития народнохозяйственного комплекса в целом. В статье показано, что инновационная деятельность в сфере услуг по своей направленности должна не только охватывать сферу производства товаров и сферу их потребления в целом, но и отслеживать особенности конкретных потребителей; раскрыты особенности инновационных процессов в современной сфере услуг.

Ключевые слова: инновации, инновационные процессы, сфера услуг, инновационная система.

L.T. Tlekhuray-Berzegova

Doctor of Economics, Head of Human Resource Management Department of Adyghe State University, Maykop. Ph.: (903) 465-39-47, e-mail: tlekhuraj@rambler.ru.

Features of innovation processes in modern sphere of services

Abstract. Nowadays the sphere of services needs strengthening interrelation with strategy of development of an economic complex as a whole. The paper shows that the innovation activity in service sphere, in terms of its orientation, should cover the spheres of manufacturing goods and their consumption as a whole, as well as trace features of specific consumers. Features of innovation processes in contemporary service sphere are uncovered

Keywords: innovations, innovation processes, sphere of services, innovation system.

Инновации являются основной формой превращения знаний в благосостояние и представляют собой ключевую характеристику «экономики, основанной на знаниях». Выделяют следующие основные типы инновационной деятельности:

- технические, связанные с внедрением новых видов техники, приспособлений, инструментов, а также технико-технологических приемов труда в обслуживании;
- организационно-технологические, связанные с новыми видами услуг, более эффективными формами обслуживания и организационными нормами труда;
- управленческие, ориентированные на совершенствование внутренних и внешних связей организации, использующие методы и формы менеджмента;
- комплексные, охватывающие одновременно разные аспекты и стороны сервисной деятельности.

В современной экономике выделяют несколько принципиальных особенностей и тенденций развития инновационных процессов [1]:

1. Исследования и разработки не являются единственным источником знания для инноваций. Изучение рынка, опыт и т.п. составляют не менее часто используемые источники инновационной информации.

2. Инновации реализуются сегодня во всех отраслях промышленности, сферы услуг и государственного сектора экономики, включая органы государственного управления.

3. Современное понимание инноваций исходит из интерактивной и системной модели инновационных процессов, в которой ключевую роль играют инновационные системы (региональные, национальные и международные), в рамках которых создается, распространяется и используется новое знание.

4. Опираясь на широкий спектр технологий, предприятия все чаще вынуждены получать новые знания извне.

Многочисленные исследования, выполненные в рамках трехфакторных неоклассических моделей экономического роста на статистическом массиве показателей динамики развития экономики различных стран в различные периоды времени, давали довольно высокие оценки вклада технологического прогресса в обеспечение наблюдавшихся темпов роста [2].

Позднее экономический подъем новых индустриальных стран Юго-Восточной Азии, опиравшихся на освоение новых технологий, подтвердил универсальность позитивной взаимосвязи «инновации – экономический рост». Более того, неспособностью сделать нововведения источником экономического роста часто объясняют стагнацию в развивающихся странах других регионов мира, например, в странах Латинской Америки и Африки по сравнению со странами Юго-Восточной Азии.

Согласно теории М. Портера, конкурентное развитие страны может происходить на основе факторов производства, инвестиций, инноваций или благосостояния, т.е. факторов высшего уровня развития. Такие страны, входящие в мировое технологическое ядро, как США, Япония, Германия, Великобритания и Франция, стали экономически развитыми, благодаря активизации инновационной деятельности, при этом доля расходов на НИОКР в ВВП этих стран постоянно увеличивается [3].

Вклад инновационной составляющей в экономический рост, измеряемый темпами прироста ВВП, в последние десятилетия в развитых странах неизменно возрастал. В США, например, доля этого фактора в обеспечении экономического роста увеличилась с 31,0 % в 1980-е годы до 34,6% в начале нового столетия; в Японии соответственно с 30,6 до 42,3%. В странах Европы вклад «инновационного фактора» в среднем возрос с 45,5 до 50,0%, в том числе в Австрии и Германии в последние годы он составлял около 67%, Финляндии и Швеции – 63-64%, Франции – 58%, Великобритании и Ирландии – 50-55% [4].

Инновационная экономика – это тип экономики, в которой прибыль создается не столько за счет материального производства и реализации капиталов, сколько за счет генерации избыточного потока инноваций, постоянно повышающих планку в технологическом соревновании. Ее главная задача – обеспечить эффективное прохождение всего инновационного цикла, на что работает целая совокупность правовых, экономических, организационных и финансовых инструментов.

В «экономике, основанной на знаниях», движущей силой инновационных процессов являются не только рыночные механизмы, но и целенаправленная государственная политика, в связи с чем государство принимает активное участие в формировании всех элементов инновационной системы:

- увеличении целевой поддержки исследований, связанных с национальными интересами и приоритетами, с глобальными проблемами, с долгосрочным прогнозированием последствий управленческих решений и внедрения новых технологий;

- расширении содействия научно-техническому развитию и инновационному процессу посредством введения льгот и преференций для частного сектора, инвестирующего в развитие науки и широко использующего инновации;

- стимулировании кооперации между субъектами инновационной деятельности, содействию в формировании партнерских отношений между участниками инновационной сферы;
- развитии институциональных условий и гарантий для эффективного развития научно-технической сферы и инноваций;
- формировании инновационных ориентиров в системе государственных целей, а также поддержании их приоритета по отношению к другим целям;
- включении сферы инновационной деятельности в систему ключевых приоритетов обеспечения национальной безопасности государства.

Многие страны, не располагающие научно-технологическими ресурсами, необходимыми для масштабных индустриальных прорывов, обеспечивают сегодня рост экономики за счет инновационного развития сектора услуг. Этот путь должен представлять определенный интерес и для России, учитывая неудовлетворительное состояние ее производственного и научно-технического потенциала на фоне относительно высокой доли сферы услуг в ВВП [5]. В этой ситуации инновационное развитие сферы услуг должно стать мощным источником экономического роста, вероятно, даже более значимым, чем технологические инновации в промышленности.

В качестве инновации в сфере услуг выступает результат деятельности (сервисный продукт, технология или ее отдельные элементы, новая организация сервисной деятельности и др.), который способен более эффективно удовлетворять потребности потребителей [6, 7].

Инновации в области процессов – необходимый элемент развития компании, работающей в сфере услуг. Изменения обычно касаются внутренних процессов или процессов, связанных с доставкой продуктов и услуг до конечного пользователя. Это может быть как полная перестройка бизнес-процессов (реинжиниринг), так и стратегия постоянных серьезных изменений в ключевых процессах (например, внедрение системы Total Quality Management или Six Sigma). Анализ структуры инновационных затрат отечественных компаний сферы услуг показывает, что подавляющая часть средств идет на процессные инновации, т.е. на разработку и внедрение новых или значительно усовершенствованных методов предоставления услуг. Примерно в два раза меньше средств выделяется на создание новых продуктов. Организационные и маркетинговые инновации довольно редки. Это закономерно, поскольку основной целью компаний, работающих в секторе услуг, в последние годы было расширение своей рыночной доли и клиентской базы [8].

Инновации в области управления подразумевают принятие новых принципов и политик по управлению человеческими ресурсами, технологиями, финансовыми потоками и информацией. В мире постоянно появляются новые управленческие модели, основанные на инновационных идеях, и большинство компаний не успевает даже сориентироваться во всем этом хаосе информации. Именно поэтому внедрение изменений в области управления зачастую носит несистемный характер и во многом «завязано» на личности руководителя.

Еще один из важнейших типов инноваций в сфере услуг – изменение бизнес-моделей. Бизнес-модель – важнейшая основа бизнеса любой компании, определяющая, как и что компания будет делать на рынке и каким образом она собирается извлекать прибыли, поэтому постоянный пересмотр и обновление бизнес-моделей просто необходим, ибо в них заложена формула экономического успеха компании в долгосрочной перспективе.

Сфера услуг отличается сегодня динамичным ростом объема научных исследований и разработок, причем это касается не только компьютерных и телекоммуникационных услуг, но и почти всех их других видов.

На сегодняшний день сфера услуг нуждается в усилении взаимосвязи со стратегией развития народнохозяйственного комплекса в целом. Сфера услуг зависит не только от

потребительско-стоимостных свойств произведенного продукта, но и от таких социальных показателей, как уровень и качество жизни, здоровье и экономическая активность населения, социальная напряженность, развитие социальной сферы.

Можно утверждать, что инновационная деятельность в сфере услуг по своей направленности должна не только охватывать сферу производства товаров и сферу их потребления в целом, но и отслеживать особенности конкретных потребителей, что, в конечном счете, обуславливает необходимость программного подхода, предусматривающего прогнозирование, избирательность и адресность, рациональность использования всех типов ресурсов.

Учитывая сложившуюся специфику управления народнохозяйственным комплексом, состав хозяйствующих субъектов-товаропроизводителей и структуру сферы услуг, представляется возможным определить и целесообразную структуру инновационной деятельности в данной сфере.

Инновационная деятельность в сфере услуг должна быть связана с прогнозируемым результатом, который приводит к изменениям как внутри предприятия-товаропроизводителя, так и во внешней среде. Например, рост платежеспособного спроса сопровождается повышением требований к потребительским свойствам выпускаемой продукции, что вынуждает предприятия расширять и обновлять ее номенклатуру, вносить соответствующие изменения в конструкцию и дизайн товаров, перестраивать маркетинговые сети, разнообразить ассортимент услуг на потребительском рынке.

Расширение потребностей в сфере услуг обуславливает трансформации в производственном процессе товаропроизводителей, в информационных системах. Развитие сферы услуг формирует новую конкурентную среду и новые потребности в товарах и услугах.

Можно выделить три основные группы изменений, происходящих на предприятиях сферы услуг под воздействием инновационной деятельности:

- эндогенные – вызванные трансформациями во внешней среде;
- экзогенные – связанные с потребностями самого предприятия в процессе его функционирования с сохранением (стабилизирующие изменения) или модификацией его функций (модифицирующие изменения) в сфере услуг;
- рефлексорные – порожденные результатами функционирования предприятия во внешней среде и стимулирующие внутренние преобразования за счет «обратной связи».

Все три типа изменений направлены на обеспечение устойчивой и стабильной деятельности. Если результат инновационной деятельности рассматривать как последовательную цепочку вновь формирующихся ценностей и потребностей, то могут быть осуществлены все типы изменений. Изменения могут коснуться всех типов инноваций, например, продуктовых и процессорных изменений в сфере услуг. Целью продуктовых изменений является выпуск нового или модификация выпускаемого ранее продукта. Как правило, они направлены на рост числа потребителей или на увеличение доли рынка. При этом сохраняется отраслевая принадлежность цепочки ценностей, и продуктовые изменения чаще всего не вносят в нее существенных изменений.

В то же время диверсификация производства в форме освоения выпуска продукции других отраслей должна рассматриваться как совокупность процессных изменений, так как при этом происходит формирование новой цепочки ценностей, т.е. развитие новых производственных и обеспечивающих процессов. Целью локальных процессных изменений является преимущественно рост производительности, качества и эффективности производственно-хозяйственной деятельности. Данные изменения направлены на усиление конкурентной позиции предприятия и создание новых конкурентных преимуществ. Нередко процессные и продуктовые изменения осуществляются на предприятии параллельно, однако их различный характер и несовпадающая целевая направленность вызывают необходимость разделения форм и методов управления ими.

В современной практике изменения в сфере услуг носят либо экстенсивный, либо интенсивный характер. Экстенсивное развитие предполагает изменение объемов товаров и услуг в пределах существующего потенциала предприятий. Оно характерно для динамично развивающихся рынков услуг, в которых спрос существенно превышает предложение, а потребители услуг предъявляют новые требования к содержанию и качеству услуг. Интенсивное развитие направлено на наращивание потенциала в сфере услуг за счет рационального использования внутренних ресурсов предприятий и является возможным лишь в случае очевидной конкурентоспособности предприятия.

Указанные направления изменений не сопровождаются формированием нового потенциала предприятий сферы услуг, ориентированного на будущие трансформации ценностных ориентаций и предпочтений потребителей, возможные лишь благодаря инновационной деятельности. Последняя обеспечивает предприятиям этой сферы стабильное положение на рынке на протяжении всего жизненного цикла товаров и услуг, гибкое маневрирование в предоставлении услуг потребителям в ситуации неопределенности. По сути, речь идет о постоянно возобновляющемся процессе преобразования сферы услуг. Этот процесс является многомерным, включающим вопросы стратегического планирования и управления, активизации научных исследований, маркетинга, организационного проектирования сферы услуг, формирования команды исполнителей, деятельность которой носит инновационный характер.

Новация – это предмет, способ, метод, изменяющий сферу и среду функционирования предприятий. Инновации сегодня это не столько механический, сколько органический процесс, скорее эволюционный и познавательный, чем промышленный, который подразумевает разумное использование информации. Новые парадигмы инноваций системны и цикличны, а не механистичны, и линейны. Можно сказать, что инновационный процесс формирования сферы услуг адекватен потребительскому рынку тогда, когда имеет место понимание причин возникновения, значимости и необходимой направленности инноваций, сферы их применения, степени новизны, специфики структуры жизненного цикла, глубины и масштабности изменений, а также различий в удовлетворении потребностей на определенных сегментах потребительского рынка.

Процессы организации инновационной деятельности в сфере услуг ориентированы на несколько технологических укладов, прямо и косвенно воздействующих на структуру и содержание услуг. Появление нового продукта на потребительском рынке затрагивает взаимосвязи экономических хозяйствующих субъектов в предоставлении услуг потребителям. В результате инновационную деятельность можно охарактеризовать как деятельность по освоению (внедрению) в отраслях, организациях и экономике широкого спектра нововведений, касающихся:

- производства новых продуктов и услуг;
- применения новых технологий и/или освоения новой техники;
- использования новых источников ресурсов;
- введения новых форм и методов организации производства, труда и управления;
- освоения или развития новых рынков.

Следовательно, инновационная деятельность выступает как организационно-управленческая поддержка реализации всех этапов жизненного цикла продукта. Круг задач управления инновационной деятельностью расширяется и предполагает обеспечение маркетинговой поддержки инноваций и управления создаваемой интеллектуальной собственностью, организацию инвестирования инноваций и преодоление сопротивления изменениям со стороны персонала. Все это требует формирования научно-методологического и теоретического обоснования и развития адекватного инструментария. Недооценка особенностей инновационной деятельности и недостаточное развитие теории и методологии в сфере услуг приводят к существенному

снижению эффективности и результативности инноваций, что нередко сказывается на конкурентоспособности организации. Инновационная деятельность как самостоятельный вид деятельности имеет следующие особенности:

1. В ходе реализации инноваций происходит изменение объекта управления: меняется специфика продукта, предметы и орудия труда, технология.

2. Управление инновационной деятельностью, в отличие от традиционного управления организацией, характеризуется высокой нестабильностью и изменчивостью всех элементов системы управления и высоким риском.

3. Управление инновациями нередко мотивируется внешними экономическими факторами. При этом достаточно часто инновационные проекты имеют имиджевую или социальную направленность. Традиционные финансовые подходы обоснования экономической эффективности инновационных решений не всегда адекватно учитывают влияние инноваций на внутреннюю и внешнюю среду организации, недооценивается положительный эффект инноваций.

4. Управление инновациями предполагает не только организационно-технические аспекты, но и координацию деятельности. Инновационная деятельность предприятий сферы услуг неразрывно связана с инновационной стратегией, под которой понимается совокупность генеральных целей на долгосрочную перспективу и способов их достижения с учетом внутренних особенностей предприятий и внешней среды.

В основе разработки инновационной стратегии лежит ряд базовых положений:

– инновационная стратегия представляет собой непрерывный процесс, в котором сложно предвидеть все необходимые мероприятия для получения желаемых результатов;

– реализация разработанной стратегии может привести к альтернативным результатам, опровергающим или ставящим под сомнение первоначальные стратегические решения. Инновационная стратегия деятельности предприятий сферы услуг предполагает определенную целевую направленность, комплексность, альтернативность, непрерывность и должна обеспечивать:

– выбор целей на основе предварительного анализа их взаимозависимости;

– отражение всех стадий цикла получения новых продуктов, новых технологий и других новых объектов;

– отображение различных вариантов достижения локальных и глобальных целей;

– анализ инновационности целей от момента принятия решения о формировании инновационной стратегии на протяжении деятельности организации, поскольку при формировании инновационной стратегии отсутствует полностью или частично информация о возможных результатах развития сферы услуг.

В зависимости от инновационной стратегии предприятий сферы услуг необходимо разрабатывать следующие программы ее преобразования:

– детерминированную;

– альтернативную в условиях определенности;

– альтернативную со стохастическими программными мероприятиями;

– альтернативную с программными мероприятиями в условиях неопределенности;

– альтернативную в условиях неопределенности.

Важнейшим элементом для корректного выполнения названных этапов является оценка каждого программного мероприятия, каждого варианта, т. е. установление продолжительности программного мероприятия, затрат различных видов ресурсов, вероятности получения определенных результатов. Информация о каждом программном мероприятии может быть детерминированной как в условиях риска, так и в условиях неопределенности.

В современной сфере услуг заметна тенденция внедрения информационно-технологических новшеств, облегчающих работу с клиентами и в целом весь процесс сервисного производства, при этом преобладают инновации, не сопряженные с

технологиями. Технологические инновации носят здесь скорее инструментальный характер (компьютеризация сервиса, автоматизация учета и т.д.), а наиболее значимыми являются организационные инновации и поиск принципиально новых ниш на рынке.

Инновационная активность в сфере услуг также значительно возросла. Например, в Эстонии и Германии доля инновационно активных фирм в секторе бизнес-услуг достигла 50% [9].

За прошедшее десятилетие в российской сфере услуг осуществилась замена всего организационно-экономического механизма, на основе которого разворачивается сервисная деятельность. На первом этапе трансформации сферы услуг различные инновации сначала появлялись в сервисе крупных городов. Мощные импульсы внедрения новых форм работы, расширения эффективных видов обслуживания стимулировались как изнутри корпоративной сервисной среды, так и со стороны потребителей. Немалое воздействие на инновационные процессы оказали также иностранные фирмы, которые стали проникать в нашу страну.

В стратегии инновационной деятельности в сфере услуг важное место также должно занимать инновационное управление организационной культурой, под которой понимается совокупность «традиций, норм, правил, обычаев, влияющих на поведение работников организации» [10].

Повышение внимания к формированию культуры во многом связано с широким применением реинжиниринга бизнеса, направленного на совершенствование производственных и обслуживающих процессов в организации и позволяющего одновременно снижать издержки, повышать качество и сокращать затраты времени на оказание услуг. Культура организации в современных условиях превращается в важнейший элемент системы управления предприятием, так как многие управленческие решения определяются не инструкциями, а сложившейся культурой. Существующие иерархические структуры управления не способны обеспечить требуемую быстроту принятия решений, так как движение информации до высшего уровня управления и обратно займет гораздо больше времени, чем его потребуется на выполнение заказа. Сильная организационная культура представляет собой систему неформальных правил, которые в основном определяют поведение работников на предприятии.

Изложенная позиция в полной мере соотносится с положением Ф. Янсена, который определил семь основных признаков инновационной деятельности: менеджмент и процесс принятия решений, создание прототипов, процесс генерирования, получение и использование знаний, процесс генерирования идей, становление команды исполнителей, реализация замыслов, интегрирование различных процессов [10].

Таким образом, организация инновационной деятельности предприятий, представляющих сферу услуг, должна обеспечивать, во-первых, достижение общего видения предложения услуг на потребительском рынке; во-вторых, определение стратегических приоритетов в преобразовании данной сферы; в-третьих, разработку стратегии деятельности предприятий в длительной перспективе; в-четвертых, создание системы коммуникаций, ориентированной на реализацию услуг; в-пятых, формирование инновационного персонала с определением зон ответственности за результаты работы; в-шестых, внедрение системного контроллинга процессов развития услуг на потребительском рынке. Реализация выделенных направлений, по нашему мнению, создаст условия для расширения рынка услуг, усилит конкурентные позиции и преимущества предприятий сферы услуг.

Примечания:

1. Хохлов Ю.Е., Шапошник С.Б. Экономика, основанная на знании: социально-экономические тенденции и политические цели // Информационное общество. 2002. Вып. 1. С. 6.
2. Портер М. Конкуренция. М.: Вильямс, 2000. С. 41.

3. Иванова Н. Инновационная сфера: контуры будущего // *Мировая экономика и международные отношения*. 2000. № 8. С. 30.
4. Стимулирование инновационной активности: мировые тенденции и Россия // *Общество и экономика*. 2006. № 7-8. С. 73.
5. Зайченко С. А. Развитие инноваций в сфере услуг // *Форсайт*. 2007. № 1. С. 30.
6. Дэвенпорт Т. Каталог изобретений. Как сформировать портфель инноваций // *Кейс*. 2007. № 1. С. 9.
7. Захарова Е.Н., Золотухина И.В. Особенности процесса управления знаниями на торговом предприятии // *Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. Экономика*. Майкоп: Изд-во АГУ. 2010. Вып. 1. С. 55-66.
8. Национальная инновационная система и государственная инновационная политика Российской Федерации: базовый доклад к обзору ОЭСР национальной инновационной системы Российской Федерации. М., 2009. С. 113.
9. Зайченко С. А. Развитие инноваций в сфере услуг // *Форсайт*. 2007. № 1. С. 32.
10. Пашигорева Г.И. Проблемы организации инновационной деятельности в сфере услуг // *Проблемы современной экономики*. 2006. № 1-2. URL: <http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=21359> - ftn1.

References:

1. Khokhlov Yu. E., Shaposhnik S.B. The economy basing on knowledge: social and economic tendencies and political purposes // *Information society*. 2002. Issue 1. P. 6.
2. Porter M. *Competition*. M: Williams, 2000. P.41.
3. Ivanova N. Innovative sphere: future contours // *World economy and the international relations*. 2000, No. 8. P. 30.
4. Stimulation of innovative activity: world tendencies and Russia // *Society and economy*. 2006, Nos.7-8. P. 73.
5. Zaichenko S.A. Development of innovations in sphere of services // *Forsyte*. 2007, No. 1. P. 30.
6. Devenport T. Catalogue of inventions. How to generate a portfolio of innovations // *Case*. 2007, No. 1. P. 9.
7. Zakharova E.N., Zolotukhina I.V. Features of knowledge control at trade enterprise // *The Bulletin of Adyghe State University. Series Economics*. Maikop: AGU Publishing House. 2010. Issue 1. P. 55-66.
8. National innovative system and the state innovative policy of the Russian Federation. The base report to review OESR of national innovative system of the Russian Federation. М., 2009. P. 113.
9. Zaichenko S.A. Development of innovations in sphere of services // *Forsyte*. 2007, No. 1. P. 32.
10. Pashigoreva G.I. Problems of organization of innovative activity in service sphere // *Problems of Contemporary Economy*. 2006. No. 1-2. URL: <http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=21359> - ftn1.