

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У СУЧАСНІЙ СФЕРІ ПОСЛУГ

Розглядаються типи, особливості та тенденції розвитку інноваційної діяльності, а також ефективність і актуальність інноваційних процесів у сфері послуг.

Ключові слова: інновація, інноваційна економіка, інноваційний процес, інноваційна діяльність, інноваційна стратегія, бізнес-модель, послуга.

Постановка проблеми. Економічне зростання в країні можна забезпечити за рахунок посилення виробництва та використання новітніх знань, що дозволить їй домінувати у світових процесах. На даний момент ринок послуг дуже швидко розвивається, тому використання інновацій у цій сфері ефективне. Сфера послуг має певні особливості порівняно з матеріальною. Ці особливості визначають і характер інновацій у даній галузі.

Саме тому визначення особливостей інноваційної діяльності у сфері послуг - дуже важлива й актуальна проблема.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням даного питання займалися такі вітчизняні та зарубіжні науковці: О.В. Ареф'єва, С.В. Зарубанний, М.П. Денисенко, Т.Є. Воронкова, С.В. Ладика, Т.Й.Товт, Д. Белл, М. Кастельс, К. Кларк, В.І. Куценко та ряд ін.

Виділення нерозв'язаних раніше частин загальної проблеми. Ефективна інноваційна діяльність є необхідною умовою для соціального та економічного розвитку країни в умовах інформаційного суспільства та глобалізації. Проте, на наш погляд, необхідно звернути увагу на методи, за допомогою яких можна активізувати інноваційні процеси в сучасній сфері послуг.

Завданням дослідження є обґрунтування ролі інноваційного процесу у розвитку сучасної сфери послуг.

Викладення основного матеріалу дослідження. Інновації є основною формою перетворення знань у добробут і являють собою ключову характеристику "економіки, заснованої на знаннях". Виділяють такі основні типи інноваційної діяльності:

- технічні, пов'язані з упровадженням нових видів техніки, інструментів, а також техніко-технологічних прийомів праці в обслуговуванні;

- організаційно-технологічні, пов'язані з новими видами послуг, більш ефективними формами обслуговування й організаційними нормами;

- управлінські, зорієнтовані на вдосконалення внутрішніх і зовнішніх зв'язків організації, що використовують методи і форми менеджменту;

- комплексні, що охоплюють одночасно різні аспекти та сторони сервісної діяльності.

У сучасній економіці виділяють кілька принципових особливостей і тенденцій розвитку інноваційних процесів [1, с. 36]:

- дослідження і розробки не є єдиним джерелом знання для інновацій;

- інновації реалізуються сьогодні в усіх галузях промисловості, сфери послуг і державного сектора економіки, включаючи органи державного управління;

- сучасне розуміння інновацій виходить з інтерактивною і системною моделі інноваційних процесів, в якій ключову роль відіграють інноваційні системи (регіональні, національні та міжнародні), в рамках яких створюється, поширюється і використовується нове знання;

- спираючись на широкий спектр технологій, підприємства все частіше змушені отримувати нові знання ззовні.

Численні дослідження, виконані в рамках трьохфакторних неокласичних моделей економічного зростання на статистичному масиві показників динаміки розвитку економіки різних країн у різні періоди часу, давали досить високі оцінки внеску технологічного прогресу в забезпечення темпів зростання [2, с. 56].

Пізніше економічний підйом нових індустриальних країн Південно-Східної Азії, що спиралися на освоєння нових технологій, підтвердив універсальність позитивного взаємозв'язку "інновації - економічне зростання". Більше того, нездатністю зробити нововведення джерелом економічного зростання часто пояснюють стагнацію в країнах, що розвиваються, інших регіонів світу, наприклад, у країнах Латинської Америки й Африки порівняно з країнами Південно-Східної Азії.

Відповідно до теорії М. Портера, конкурентний розвиток країни може відбуватися на основі факторів виробництва, інвестицій, інновацій або добробуту, тобто факторів вищого рівня розвитку. Такі країни, що входять у світове технологічне ядро, як США, Японія, Німеччина, Великобританія і Франція, стали економічно розвиненими завдяки активізації інноваційної діяльності, при цьому частка витрат на НДДКР у ВВП цих країн постійно збільшується [3, с. 105].

Внесок інноваційної складової в економічне

зростання, що вимірюється темпами зростання ВВП, в останні десятиліття в розвинених країнах незмінно зростає. У США, наприклад, частка цього фактора у забезпеченні економічного зростання збільшилася з 31,0 % у 1980-ті роки до 34,6 % на початку нового століття; в Японії відповідно з 30,6 до 42,3 %. У країнах Європи вклад "інноваційного фактору" в середньому зріс з 45,5 до 50,0 %, у тому числі в Австрії та Німеччині в останні роки він становив близько 67%, Фінляндії і Швеції - 63-64 %, Франції - 58%, Великобританії та Ірландії - 50-55 % [4].

Інноваційна економіка - це тип економіки, в якій прибуток створюється не стільки за рахунок матеріального виробництва та реалізації капіталів, скільки за рахунок генерації надлишкового потоку інновацій, які постійно підвищують планку в технологічному змаганні. Її головне завдання - забезпечити ефективне проходження всього інноваційного циклу, на що працює ціла сукупність правових, економічних, організаційних та фінансових інструментів. У "економіці, заснованій на знаннях", рушійною силою інноваційних процесів є не тільки ринкові механізми, але і цілеспрямована державна політика, у зв'язку з чим держава бере активну участь у формуванні всіх елементів інноваційної системи.

Багато країн, які не мають науково-технологічних ресурсів, необхідних для масштабних індустріальних проривів, забезпечують сьогодні зростання економіки за рахунок інноваційного розвитку сектора послуг. Цей шлях повинен становити певний інтерес і для України, враховуючи незадовільний стан її виробничого та науково-технічного потенціалу на тлі відносно високої частки сфери послуг у ВВП [5, с. 88]. У цій ситуації інноваційний розвиток сфери послуг має стати потужним джерелом економічного зростання, ймовірно, навіть більш значущим, ніж технологічні інновації в промисловості.

Як інновація у сфері послуг виступає результат діяльності (сервісний продукт, технологія або її окремі елементи, нова організація сервісної діяльності та ін.), який здатний більш ефективно задовольняти потреби споживачів [6, с. 121]. Інновації в галузі процесів - необхідний елемент розвитку компанії, що працює у сфері послуг. Зміни зазвичай стосуються внутрішніх процесів або процесів, пов'язаних з доставкою товарів і послуг до кінцевого споживача. Це може бути як повна перебудова бізнес-процесів (реінжиніринг), так і стратегія постійних серйозних змін у ключових процесах (наприклад, запровадження системи Total Quality Management або Six Sigma).

Інновації в галузі управління розглядається, як прийняття нових принципів і політик з управління

людськими ресурсами, технологіями, фінансовими потоками та інформацією. У світі постійно з'являються нові управлінські моделі, засновані на інноваційних ідеях, і більшість компаній не встигає навіть зорієнтуватися у всьому цьому хаосі інформації. Саме тому запровадження змін у сферу управління часто носить несистемний характер і багато в чому "зав'язане" на особистості керівника.

Ще один з найважливіших типів інновацій у сфері послуг - зміна бізнес-моделей. Бізнес-модель - найважливіша основа бізнесу будь-якої компанії, яка визначає, як і що компанія буде робити на ринку і як вона збирається отримувати прибуток, тому постійний перегляд і оновлення бізнес-моделей просто необхідний, бо в них закладена формула економічного успіху компанії в довгостроковій перспективі.

Сфера послуг відрізняється сьогодні динамічним зростанням обсягу наукових досліджень і розробок, причому це стосується не тільки комп'ютерних і телекомунікаційних послуг, а й майже всіх їх інших видів.

На сьогодні сфера послуг потребує посилення взаємозв'язку зі стратегією розвитку народногосподарського комплексу в цілому. Сфера послуг залежить не тільки від споживчих властивостей виробленого продукту, але і від таких соціальних показників, як рівень і якість життя, здоров'я й економічна активність населення, соціальна напруженість, розвиток соціальної сфери.

Можна стверджувати, що інноваційна діяльність у сфері послуг за своєю спрямованістю повинна не тільки охоплювати сферу виробництва товарів і сферу їх споживання в цілому, але і відстежувати особливості конкретних споживачів, що, в кінцевому рахунку, зумовлює необхідність програмного підходу, що передбачає прогнозування, вибірковість і адресність, раціональність використання всіх типів ресурсів.

Враховуючи специфіку управління народногосподарським комплексом, склад господарюючих суб'єктів - товаровиробників і структуру сфери послуг, стає можливо визначити і доцільну структуру інноваційної діяльності в даній сфері.

Інноваційна діяльність у сфері послуг повинна бути пов'язана з прогнозованим результатом, який призводить до змін як усередині підприємства - товаровиробника, так і в зовнішньому середовищі. Наприклад, зростання платоспроможного попиту супроводжується підвищенням вимог до споживчих властивостей продукції, яка випускається, що змушує підприємства розширювати й оновлювати її номенклатуру, вносити відповідні зміни в конструкцію і дизайн

товарів, перебудувати маркетингові мережі, урізноманітнити асортимент послуг на споживчому ринку.

Розширення потреб у сфері послуг зумовлює трансформації у виробничому процесі товаровиробників, в інформаційних системах. Розвиток сфери послуг формує нове конкурентне середовище і нові потреби в товарах і послугах.

Можна виділити три основні групи змін, що відбуваються на підприємствах сфери послуг під впливом інноваційної діяльності:

- ендогенні - викликані трансформаціями в зовнішньому середовищі;
- екзогенні - пов'язані з потребами самого підприємства у процесі його функціонування зі збереженням (стабілізуючі зміни) або модифікацією його функцій (модифікуючі зміни) у сфері послуг;
- рефлекторні - породжені результатами функціонування підприємства у зовнішньому середовищі та стимулюючі внутрішнє перетворення за рахунок "зворотного зв'язку".

Усі три типи змін спрямовані на забезпечення стійкої і стабільної діяльності. Якщо результат інноваційної діяльності розглядати як послідовний ланцюжок знову формуючих цінностей і потреб, то можуть бути здійснені всі типи змін. Зміни можуть торкнутися всіх типів інновацій, наприклад, продуктових і процесорних змін у сфері послуг. Метою продуктових змін є випуск нового або модифікація випущеного раніше продукту. Як правило, вони спрямовані на зростання числа споживачів або на збільшення частки ринку. При цьому зберігається галузева належність ланцюга цінностей, і споживчі зміни найчастіше не вносять до неї істотних змін.

Але диверсифікація виробництва у формі освоєння випуску продукції інших галузей повинна розглядатися як сукупність процесних змін, оскільки при цьому відбувається формування нового ланцюга цінностей, тобто розвиток нових виробничих і забезпечуючих процесів. Метою локальних процесних змін є переважно зростання продуктивності, якості й ефективності виробничо-господарської діяльності. Дані зміни спрямовані на посилення конкурентної позиції підприємства і створення нових конкурентних переваг. Нерідко процесні та споживчі зміни здійснюються на підприємстві паралельно, проте їх різний характер і розбіжне цільове спрямування викликають необхідність поділу форм і методів управління ними.

У сучасній практиці зміни у сфері послуг носять або екстенсивний, або інтенсивний характер. Екстенсивний розвиток передбачає зміну обсягів товарів і послуг у межах існуючого потенціалу підприємств. Воно характерне для

динамічних ринків послуг, в яких попит істотно перевищує пропозицію, а споживачі послуг висувають нові вимоги до змісту і якості послуг. Інтенсивний розвиток спрямований на нарощування потенціалу у сфері послуг за рахунок раціонального використання внутрішніх ресурсів підприємств і можливий лише в разі очевидної конкурентоспроможності підприємства.

Зазначені напрями змін не супроводжуються формуванням нового потенціалу підприємств сфери послуг, зорієнтованого на майбутні трансформації ціннісних орієнтацій та переваг споживачів, можливі лише завдяки інноваційній діяльності. Остання забезпечує підприємствам цієї сфери стабільне положення на ринку протягом всього життєвого циклу товарів і послуг, гнучке маневрування у наданні послуг споживачам у ситуації невизначеності. По суті, мова йде про постійно відновлювальні процеси перетворення сфери послуг. Цей процес багатомірний, що охоплює питання стратегічного планування та управління, активізації наукових досліджень, маркетингу, організаційного проектування сфери послуг, формування команди виконавців, діяльність якої носить інноваційний характер.

Новація - це предмет, спосіб, метод, що змінює сферу і середовище функціонування підприємств. Інновації сьогодні це не стільки механічний, скільки органічний процес, швидше еволюційний і пізнавальний, ніж промисловий, який має на увазі розумне використання інформації. Нові парадигми інновацій системні і циклічні, а не механістичні та лінійні. Можна сказати, що інноваційний процес формування сфери послуг адекватний споживчому ринку тоді, коли має місце розуміння причин виникнення, значущості та необхідної спрямованості інновацій, сфери їх застосування, ступеня новизни, специфіки структури життєвого циклу, глибини і масштабності змін, а також відмітностей у задоволенні потреб на певних сегментах споживчого ринку.

Процеси організації інноваційної діяльності у сфері послуг зорієнтовані на кілька технологічних хвиль, прямо й опосередковано впливають на структуру та зміст послуг. Поява нового продукту на споживчому ринку безпосередньо торкається взаємозв'язку економічних господарюючих суб'єктів у наданні послуг споживачам. У результаті інноваційну діяльність можна охарактеризувати як діяльність з освоєння (впровадження) в галузях, організаціях та економіці широкого спектра нововведень, що стосуються:

- виробництва нових товарів і послуг;
- застосування нових технологій та/або освоєння нової техніки;
- використання нових джерел ресурсів;

- введення нових форм і методів організації виробництва, праці та управління;

- освоєння або розвитку нових ринків.

Отже, інноваційна діяльність виступає як організаційно-управлінська підтримка реалізації всіх етапів життєвого циклу продукту. Коло завдань управління інноваційною діяльністю розширюється і передбачає забезпечення маркетингової підтримки інновацій та управління створюваною інтелектуальною власністю, організацію інвестування інновацій та подолання опору змінам з боку персоналу. Усе це вимагає формування науково-методологічного та теоретичного обґрунтування та розвитку адекватного інструментарію. Недооцінка особливостей інноваційної діяльності та недостатній розвиток теорії та методології у сфері послуг призводять до істотного зниження ефективності та результативності інновацій, що нерідко позначається на конкурентоспроможності організації. Інноваційна діяльність як самостійний вид діяльності має такі особливості:

- у ході реалізації інновацій відбувається зміна об'єкта управління: змінюється специфіка продукту, предмети і знаряддя праці, технологія;

- управління інноваційною діяльністю, на відміну від традиційного управління організацією, характеризується високою нестабільністю і мінливістю всіх елементів системи управління та високим ризиком;

- управління інноваціями нерідко мотивується зовнішніми економічними чинниками. При цьому досить часто інноваційні проекти мають іміджеву або соціальну спрямованість. Традиційні фінансові підходи обґрунтування економічної ефективності інноваційних рішень не завжди адекватно враховують вплив інновацій на внутрішнє та зовнішнє середовище організації, недооцінюється позитивний ефект інновацій;

- управління інноваціями передбачає не тільки організаційно-технічні аспекти, але і координацію діяльності. Інноваційна діяльність підприємств сфери послуг нерозривно пов'язана з інноваційною стратегією, під якою розуміється сукупність генеральних цілей на довготривалу перспективу і способів їх досягнення з урахуванням внутрішніх особливостей підприємств і зовнішнього середовища.

Основа розробки інноваційної стратегії складає ряд базових положень:

- інноваційна стратегія являє собою безперервний процес, у якому складно передбачити всі необхідні заходи для отримання бажаних результатів;

- реалізація розробленої стратегії може призвести до альтернативних результатів, що спростовує або ставить під сумнів початкові стратегічні рішення. Інноваційна стратегія

діяльності підприємств сфери послуг передбачає певну цільову спрямованість, комплексність, альтернативність, безперервність і повинна забезпечувати:

- вибір цілей на основі попереднього аналізу їх взаємозалежності;

- відображення всіх стадій циклу отримання нових товарів, нових технологій та інших нових об'єктів;

- відображення різних варіантів досягнення локальних і глобальних цілей;

- аналіз інноваційних цілей від моменту прийняття рішення про формування інноваційної стратегії протягом діяльності організації, оскільки при формуванні інноваційної стратегії відсутня повністю чи частково інформація про можливі результати розвитку сфери послуг.

Залежно від інноваційної стратегії підприємств сфери послуг необхідно розробляти такі програми її перетворення:

- детерміновану;

- альтернативну в умовах визначеності;

- альтернативну зі стохастичними програмними заходами;

- альтернативну з програмними заходами в умовах невизначеності;

- альтернативну в умовах невизначеності.

Найважливішим елементом для коректного виконання названих етапів є оцінка кожного програмного заходу, кожного варіанта, тобто встановлення тривалості програмного заходу, витрат різних видів ресурсів, імовірності отримання певних результатів. Інформація по кожному програмному заходу може бути детермінованою як в умовах ризику, так і в умовах невизначеності.

У сучасній сфері послуг помітна тенденція впровадження інформаційно-технологічних нововведень, що полегшують роботу з клієнтами і в цілому весь процес сервісного виробництва, при цьому переважають інновації, не пов'язані з технологіями. Технологічні інновації носять тут скоріше інструментальний характер (комп'ютеризація сервісу, автоматизація обліку тощо), а найбільш значимими є організаційні інновації та пошук принципово нових ніш на ринку.

Інноваційна активність у сфері послуг також значно зросла. Наприклад, в Естонії та Німеччині частка інноваційно активних фірм у секторі бізнес-послуг досягла 50% [7, с. 72].

За минуле десятиліття в українській сфері послуг здійснилася заміна всього організаційно-економічного механізму, на основі якого розгортається сервісна діяльність. На першому етапі трансформації сфери послуг різні інновації спочатку з'являлися в сервісі великих міст. Потужні імпульси впровадження нових форм роботи, розширення ефективних видів

обслуговування стимулювалися як ізсередини корпоративного сервісного середовища, так і з боку споживачів. Чималий вплив на інноваційні процеси здійснили також іноземні фірми, які стали проникати в нашу країну.

У стратегії інноваційної діяльності у сфері послуг важливе місце також має займати інноваційне управління організаційною культурою, під якою розуміється сукупність "традицій, норм, правил, звичаїв, що впливають на поведінку працівників організації".

Підвищення уваги до формування культури багато в чому пов'язано з широким застосуванням реінжинірингу бізнесу, спрямованого на вдосконалення виробничих і обслуговуючих процесів в організації і що дозволяє одночасно знижувати витрати, підвищувати якість і скорочувати витрати часу на надання послуг. Культура організації в сучасних умовах перетворюється на найважливіший елемент системи управління підприємством, оскільки багато управлінських рішень визначаються не інструкціями, а культурою, що склалася. Існуючі ієрархічні структури управління не здатні забезпечити необхідну швидкість прийняття рішень, оскільки рух інформації до вищого рівня управління і назад займе набагато більше часу, ніж його буде потрібно на виконання замовлення. Сильна організаційна культура являє собою систему неформальних правил, які в основному визначають поведінку працівників на підприємстві.

Висновки. Організація інноваційної діяльності підприємств, що представляють сферу послуг, повинна забезпечувати, по-перше, досягнення спільного бачення пропозиції послуг на споживчому ринку, по-друге, визначення

стратегічних пріоритетів у перетворенні даної сфери; по-третє, розробку стратегії діяльності підприємств у тривалій перспективі, по-четверте, створення системи комунікацій, зорієнтованої на реалізацію послуг; по-п'яте, формування інноваційного персоналу з визначенням зон відповідальності за результати роботи; по-шосте, впровадження системного контролінгу процесів розвитку послуг на споживчому ринку. Реалізація виділених напрямків, на нашу думку, створить умови для розширення ринку послуг, посилить конкурентні позиції та переваги підприємств сфери послуг.

Список літератури

1. Кастельс М. Інформаційні технології, глобалізація та соціальний розвиток / М. Кастельс // Економіка знань: виклики глобалізації / [під заг. ред. А.С. Гальчинського]. - К., 2004. - 262 с.
2. Clark C. Conditions of Economic Progress / C. Clark. - London : The Macmillan Co. - New York: St. Martins press, 1957. - 236 p.
3. Портер М. Конкуренция / М. Портер. - М.: 2005. - 608 с.
4. www.ukrstat.gov.ua
5. Сфера та ринок послуг у контексті соціальної модифікації суспільства : монографія / Б.М. Данилишин, В.І. Куденко, Я.В. Остафійчук; Рада по вивч. продукт. сил України НАН України. - К. : ЗАТ "Нічлава", 2005. - 327 с.
6. Ареф'єва О.В. Особливості інноваційної діяльності у сфері послуг / О.В. Ареф'єва, С.В. Зарубанний // Актуальні проблеми економіки. - 2008. - № 6(84). - С. 120-126.
7. Денисенко М.П. Проблеми формування національної інноваційної системи України / М.П. Денисенко, Т.С. Воронкова, С.В. Ладица // Актуальні проблеми економіки. - 2008. - № 4(82). - С.72-80.

Аннотация

Vita Kovtun

ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В СОВРЕМЕННОЙ СФЕРЕ УСЛУГ

Рассматриваются типы, особенности и тенденции развития инновационной деятельности, а также эффективность и актуальность инновационных процессов в сфере услуг.

Ключевые слова: инновация, инновационная экономика, инновационный процесс, инновационная деятельность, инновационная стратегия, бизнес-модель, услуга.

Summary

Vita Kovtun

FEATURES OF INNOVATION PROCESSES IN THE MODERN SERVICE

The paper describes the types, characteristics and trends innovatsinoi activities, as well as the effectiveness and relevance of the innovation processes in the service sector.

Keywords: innovation, innovation economy, the process of innovation, innovation, innovation strategy, business model, service.