

УДК: 338.46.001.76

К. Ю. Деделюк – аспірант Волинського
національного університету імені Лесі Українки**Компаративний аналіз інновацій у сфері послуг та в матеріальному виробництві***Роботу виконано на кафедрі міжнародних
економічних відносин ВНУ ім. Лесі Українки*

Нарощування інноваційного потенціалу у сферах матеріального та нематеріального виробництва, зокрема у сфері послуг, є перспективним напрямом динамізації економічного зростання й забезпечення конкурентоспроможного розвитку країни. У статті розкрито сутність, особливості інноваційної діяльності у сфері послуг; подано характеристику основних етапів теоретичного дослідження інновацій сфери послуг; вивчено характерні та відмінні риси між інноваціями в матеріальному виробництві й у сфері послуг; проаналізовано специфіку інновацій у сфері послуг за такими критеріями, як об'єкт інновації, вимірювання новизни, ступінь новизни.

Ключові слова: інновація, послуга, інновація сфери послуг, особливість, оцінка.

Деделюк К. Ю. Особенности инноваций в сфере услуг и их отличия с инновациями сферы материального производства. Нарощивание инновационного потенциала в сферах материального и нематериального производства, в том числе в сфере услуг, является перспективным направлением динамизации экономического роста и обеспечения конкурентоспособного развития страны. В статье раскрыты сущность, особенности инновационной деятельности в сфере услуг; даётся характеристика основных этапов теоретического исследования инноваций в сфере услуг; исследованы отличия между инновациями в материальном производстве и в сфере услуг; проанализирована специфика инноваций в сфере услуг за такими критериями, как объект новизны, исчисление новизны, уровень новизны.

Ключевые слова: инновация, услуга, инновация сферы услуг, особенность, оценка.

Dedelyuk K. Ju. Specific Features of Service Innovations and Some Differences with Industrial Innovations. Development of innovation potential in different spheres of industrial and nonindustrial sectors, especially in service sector is the prospective area of economic growth activization and countries competitiveness providing. The article describes the essence, specific features of service innovation activities; characterizes the main phases of service sector innovation theoretical research; investigates the differences between innovations in industry and in service sector; analyzes the specific features of service sector according to such criteria – the innovation object, newness mesearment, the level of newness.

Key words: innovation, service, service innovation, specific features, mesearment.

Постановка наукової проблеми та її значення. Інновації – об'єктивний та важливий чинник конкурентоспроможного розвитку країни. Домінантою для країни стає нарощування інноваційного потенціалу на задалегідь визначених державою пріоритетних напрямках науково-технічного прогресу. Розвиток сфери послуг, особливо за умови активного залучення інновацій, є перспективним напрямом динамізації економічного зростання. У цьому контексті актуалізується питання необхідності розвитку інновацій у сфері послуг як основному секторі, де за сучасних умов створюється найбільша додана вартість.

Аналіз останніх досліджень із цієї проблеми. Теоретичні засади інноваційної діяльності відображені в наукових працях Й. Шумпетера [5], М. Туган-Барановського [3], В. Зомбарта [5], Б. Твісс [4], О. В. Механіка [3], Р. Фатхутдинова та ін. Дослідженнями специфіки інноваційних процесів у сфері послуг займалися Дж. Лав, С. Ропер, Д. Ліпполдт, П. Стрижовські, М. Стайнер, М. Новаковіч [5, 6, 7], О. Лапко [3], Ю. Яковець [3], П. Завлін [2], А. Васильєв [2]. Водночас у вітчизняних наукових працях недостатньо уваги приділено дослідженню порівняльних характеристик інновацій у сфері послуг та в матеріальному виробництві.

Формулювання мети й завдань статті. *Мета* дослідження – визначити сутність поняття «інновація у сфері послуг», особливостей становлення та розвитку концепцій інновацій у сфері

послуг. Це конкретизується в таких завданнях: визначити суть, дослідити специфічні риси та основні відмінності між інноваціями у сфері послуг і в матеріальному виробництві.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Термін «інновація» походить від латинського «innovare» («відновлення», «оновлення»). Англійське слово «innovation» відповідає українському еквіваленту «введення нового» чи «введення новацій», тобто практичне використання новації з моменту її виробництва та розповсюдження як нових продуктів або послуг є нововведенням (інновацією). Коли австрійський економіст Й. Шумпетер у 1939 р. у роботі «Кон'юнктурні цикли» уперше вжив термін «інновація», то під інноваціями він розумів «зміни з метою впровадження та використання нових видів споживчих товарів, нових виробничих і транспортних засобів, ринків та форм організації у виробництві» [5].

Й. Шумпетер розглядав інновації в динаміці, тобто як інноваційні процеси (виготовлення нового продукту, а не «новий продукт»; впровадження нового методу, а не «новий метод»; освоєння нового ринку; отримання нового джерела сировини; проведення реорганізації) [5].

У сучасній науковій літературі поширені два підходи щодо визначення поняття «інновація»:

1) статичний, де інновація виступає як «інновація-продукт», коли вона подається як результат інноваційного процесу у вигляді нової техніки (продукції), технології, нового методу, що впроваджується на ринку;

2) динамічний, де інновація виступає як «інновація-процес», коли в динаміці розглядається процес, який охоплює дослідження, проектування, розроблення, організацію виробництва, комерціалізацію й поширення нових виробів, технологій, принципів, замість існуючих [5].

Відповідно до міжнародних стандартів, під «інновацією» розуміємо кінцевий результат інноваційної діяльності, що отримав втілення у вигляді нового або вдосконаленого продукту, впровадженого на ринку, нового або вдосконаленого технологічного процесу, який використовується в практичній діяльності або в новому підході до соціальних послуг [6].

В умовах ринкової економіки методологія системного аналізу інновацій ґрунтується на міжнародних стандартах. Базою для міжнародного зіставлення показників науки й техніки, аналізу їх організації та фінансування, науково-технічної політики сьогодні слугує Керівництво Осло (Oslo Manual). Документ визначає поняття «інновація» як впровадження нового, значно вдосконаленого продукту (предмета або послуги) чи процесу, нового маркетингового або нового організаційного методу в бізнес-практику, виробничу практику чи в систему зовнішніх відносин [7].

Теоретичні основи сутності інноваційних процесів передбачають існування інновацій як у матеріальному виробництві, так і у сфері послуг. Питання визначення, розмежування або об'єднання цих двох понять тривалий час залишалося дискусійним. Сьогодні виділяють декілька етапів формування теоретичних засад інновацій у сфері послуг, основний зміст яких наведено в таблиці 1.

Інновації сфери послуг передбачають створення та реалізацію нових пропозицій щодо вдосконалення послуг, процесу їх доставки й обслуговування. Науковці визначають складність виміру інновацій у сфері послуг, що зумовлено, насамперед, особливостями діяльності у сфері послуг. Так, наявність тісного контакту між виробником і споживачем послуг, що передбачається умовами надання послуги як товару, впливає на інноваційний процес. Окрім того, рішення, що приймаються виробником послуг, як правило, не є стандартними й суттєво різняться між собою (одна й та ж послуга може набирати різної форми та прояву залежно від уподобань клієнта). Враховуючи також суттєві відмінності між промисловими інноваціями й інноваціями сфери послуг, варто відзначити, що використання аналогічних показників виміру інновацій є неможливим. Це пояснюється тим, що традиційні інновації в промисловості прийнято вимірювати через показники, пов'язані з дослідно-конструкторською діяльністю (R&D), у той час як лише окремі компанії сфери послуг мають установлені відділи R&D, навіть якщо вони займаються такою діяльністю.

Основні відмінності у визначенні сутності інновацій сфери послуг і матеріального виробництва, на думку більшості дослідників, ґрунтуються на безпосередній різниці між якостями й властивостями послуг і товарів. У таблиці 2 наведено основні відмінності між товарами та послугами.

Таблиця 1

Етапи теоретичного дослідження інновацій сфери послуг *

Етап	Характеристика
Ігнорування	<ul style="list-style-type: none"> – відсутність або практична відсутність знань про інновації у сфері послуг; – інновації стосуються технічних характеристик у засобах праці, і лише таким чином інновація може бути використана в процесі розвитку й комерціалізації; – послуги та інші низькотехнологічні сфери, що переважно використовують нові технології, а не створюють їх, вважаються в цьому випадку нецікавими, такими, що пристосовуються до технологій.
Асиміляція	<ul style="list-style-type: none"> – дослідження інновацій у сфері послуг за допомогою концептуальних інструментів, почали розвиватися поняття, що стосуються технологічних інновацій у сфері виробництва (роль дослідно-конструкторських робіт визначалася як центральна у сфері промисловості); – ця фаза може бути оцінена як наближення до асиміляції – у кращому випадку, або включення послуг у ширшу сферу досліджень у сфері інновацій – у гіршому випадку.
Визнання	<ul style="list-style-type: none"> – активізація досліджень у сфері інновацій; – акцент на організаційні інновації, інновації на основі високоінтелектуальних технологій, де роль дослідно-конструкторських робіт і промислових інновацій була менш важлива; – виділено особливості сфери послуг, роль інновацій у сфері послуг, а також відмінності від промислового сектору.
Синтез	<ul style="list-style-type: none"> – підхід щодо потреби комбінування аналізу як у технологічних, так і в нетехнологічних формах змін; – ширший підхід щодо інновацій, що включає інновації сфери послуг; – спроба виявлення закономірностей впливу інновацій на економіку в цілому. Зміна розуміння поняття інновацій у сфері послуг відбувалася паралельно до зміни підходів щодо виміру інновацій як таких.

*Джерело: [5]

Таблиця 2

Відмінності між товарами та послугами*

Послуги, як правило, ...	Товари, як правило, ...
... нематеріальні	... матеріальні
... передбачають одночасність виробництва та споживання (клієнти є учасниками виробництва послуг)	... виробляються без участі клієнта (поділ виробництва й споживання)
... гетерогенні	... однорідні
... швидкопсувні (не можуть зберігатися на складі)	... можуть зберігатися на складі

*Джерело: [6]

Послугу визначають як будь-який захід і вигоду (користь), які одна сторона може запропонувати іншій, нематеріальні дії, що не приводять до володіння чим-небудь. Зміна в становищі інституційної одиниці, яка відбулася внаслідок дії та за взаємною згодою з іншою інституційною одиницею. Розрізняють два види послуг – виробничі (матеріальні) й невиробничі (нематеріальні) [1, 135].

Відштовхуючись від визначених відмінностей товарів та послуг, більшість дослідників погоджуються, що інновації у сфері послуг мають інший характер, ніж у матеріальному виробництві.

Так, вони часто не технологічні, як правило, полягають у впровадженні незначних змін у процесі організаційного характеру; інновації послуг не відрізняються високим ступенем радикальності; часто впроваджуються ті інновації, що вже реалізовані іншими організаціями, які надають послуги. У таблиці 3 ми наводимо перелік ще кількох відмінностей між інноваціями у сфері послуг і виробництва, запропонованих закордонними дослідниками.

Таблиця 3

Відмінності між інноваціями у сфері послуг та в матеріальному виробництві *

Автор ідеї	Відмінність
Брауер (1997)	– інновації сфери послуг не вимагають багато R & D; – компанії сфери послуг, як правило, вкладають менше коштів в основні фонди для підтримки інновацій, на покупку патентів і ліцензій.
Еблінг та ін. (1999)	– у секторі послуг більш низький відсоток доходів інвестується в інновації.
Atuahene-GIMA (1996)	– інновації сфери послуг легше імітувати; – залучення кваліфікованих людських ресурсів має більший вплив на ефективність нових послуг, ніж на нові товари.
Купер і De Brentani (1991)	– для розвитку нових послуг технологія є менш важливою.
ОЕСР (2000)	– інновації сфери послуг не обмежуються змінами до характеристик продукту, як правило, включають у себе зміни до процесу доставки та обслуговування.
Sirilli і Євангеліста (1998)	– нестача висококваліфікованих працівників є основним бар'єром для інновацій у сфері послуг, що не відіграє ключову роль у сфері матеріального виробництва; – організаційні проблеми часто перешкоджають успішному впровадженню інновацій у сфері послуг; організаційні аспекти відіграють ключову роль.

*Джерело: [6]

Інновації у сфері послуг визначаються закордонними фахівцями, як сукупність ідей та досвіду, що є новими для організації й середовища діяльності фірми; розвиток послуг, які є новими для покупця; пропозиція раніше не доступної послуги клієнтам у зв'язку зі зміною, доповненням та вдосконаленням концепції фірми [6].

Враховуючи відмінності між інноваціями у сфері послуг і матеріального виробництва, описані вище, та з метою глибшого комплексного підходу до дослідження цього питання, варто поглибити компаративний аналіз за такими критеріями: об'єкт інновацій, ступінь новизни й вимірювання новизни.

Об'єкт інновації. У сфері матеріального виробництва виділяють дві основні форми інновацій: зміни в продукті (товарах), які організація пропонує, і зміни в способі їх створення. Традиційно ці зміни називаються інноваціями «продукту» та «процесу», відповідно. У сфері послуг розділова лінія між цими двома типами інновацій, зазвичай, розмита. Через одночасність послуг, інновація продукту й інновація процесу збігається. Нові послуги часто супроводжуються новими моделями взаємодії з клієнтами, контролю якості й гарантії тощо [3].

Ступінь новизни. Як і у виробництві, ступінь новизни може бути застосований для характеристики інновацій сфери послуг. Інновації сфери послуг передбачають створення та реалізацію нових пропозицій щодо вдосконалення послуг, процесу їх доставки й обслуговування. Інновації можна розглядати з погляду ступеня новизни, починаючи від абсолютно нових, до поступово вдосконалених, адаптованих, які мають еволюційний характер [6].

Таким чином, інновації сфери послуг можна розглядати двояко – з погляду революції та еволюції:

– радикальні / революція: наявна (діюча) система характеристик і компетенцій, що залучені до створення послуг, замінюється іншою системою характеристик та компетенцій, або створюється абсолютно нова послуга, що призводить до остаточного заміщення попередньої послуги з її системою характеристик і компетенцій;

– інкрементні / еволюція: характеристики замінені або вдосконалені (адаптовані); послуга змінюється лише меншою мірою, що може спричинити впровадження до системи нових елементів,

які раніше були неефективними, не сприймалися покупцями. Такі інновації полягають у розробці рішення для конкретного завдання, наприклад у співпраці з клієнтом [7].

Слід мати на увазі, що радикальні нововведення, як правило, розробляються у великомасштабних, формально керованих процесах, таких як проекти R & D у сфері матеріального виробництва. Еволюційні інновації, навпаки, будуть розроблятися за допомогою менш формалізованого підходу, (наприклад співробітниками в процесі їх роботи над вирішенням окремих проблем із використанням інноваційних підходів та елементів). Відзначимо, що інновації у сфері послуг із низьким ступенем новизни значно поширеніші, ніж радикальні.

Вимірювання новизни. Крім ступеня новизни, інновації сфери послуг можуть бути описані за кількома напрямками новизни, найбільш поширені з яких включають вимір новизни фірми та «зовнішнього світу». У першому випадку інновації можуть бути новими для фірми: нова послуга вже існує й ефективно використовується, але для фірми послуга є абсолютно новою. У другому випадку, коли інновація сфери послуг є новою для «зовнішнього світу», спостерігається сприйняття абсолютно нових послуг і пропозицій клієнтами та / або конкурентами [6].

Вищезазначені види інновації у сфері послуг, як правило, супроводжують одна одну (частіше, ніж в обробній промисловості), тому фірма, яка бажає впровадити інноваційно-ефективну модель у сфері послуг, повинна усвідомлювати одночасність і спорідненість цих двох видів.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Інновації сфери послуг являють собою, з одного боку, процес створення та впровадження нової або суттєво вдосконаленої послуги; з іншого – це нова або вдосконалена послуга, сукупність ідей і досвіду, які є новими для організації та середовища діяльності фірми. Їхні особливості полягають у переважній економії витрат на R&D, купівлі патентів, особливій ролі висококваліфікованого персоналу в процесі розробки та впровадження інновацій.

Розробка й ефективне впровадження інноваційних елементів у різних секторах економіки в умовах суспільства знань є основою для забезпечення конкурентних переваг і стабільного розвитку як на мікро-, так і на макро-рівнях. В умовах розширення глобалізаційних процесів та посилення міжнародної конкуренції організаційні й управлінські новації стають усе більш актуальними.

Незважаючи на те, що інновації сфери послуг тісно пов'язані із традиційними нововведеннями в матеріальному виробництві, вивчення їх сутності та особливостей як окремої форми інноваційної діяльності потребує поглибленого аналізу і є перспективним напрямом подальших досліджень.

Список використаної літератури

1. Бочан І. О. Глобальна економіка : підручник [Текст] / І. О. Бочан, І. Р. Михасюк. – К. : Знання, 2007. – 403 с.
2. Завлин П. Н. Оценка эффективности инноваций / П. Н. Завлин, А. В. Васильев. – М. : Бизнес-пресса. – 1998. – 213 с.
3. Механік О. В. Інновації, історія їх виникнення, суть та значення для підвищення конкурентоспроможності країни [Текст] / О. В. Механік // Формування ринкових відносин в Україні. – 2006. – №2. – С. 3 – 10
4. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями [Текст] / Б. Твисс. – М. : Экономика. – 1989. – 271 с.
5. Alban Fischer A Practical Introduction to Service Innovation [Electronic resource]. – Mode of access : http://www.skmf.net/fileadmin/redaktion/aktiver_content/06_Download/1KB003.pdf
6. Innovation in service firms explored: what, how and why? [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.ondernemerschap.nl/pdf-ez/B200205.pdf>
7. Rajnish Tiwari The Innovation Process [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.global-innovation.net/innovation/index.html>

Статтю подано до редколегії
31.10.2011