

**Власюк Юлия Александровна,**

*к.э.н., доцент кафедры МЭМИ*

*Брестского государственного технического университета, Белоруссия*

## **ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕРВИСНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ**

*Статья посвящена характеристике и анализу инновационной деятельности предприятий сферы услуг. Дана классификация инноваций в сервисных организациях. Описан процесс внедрения инноваций на примере автосервисных предприятий.*

Ключевые слова: сфера услуг, инновации, сервисные организации, классификация инноваций, инновационный процесс, эффективность.

Критерием перехода к ноосферной экономике считается формирование сервисной модели общества, которой соответствует доминирующая роль сферы услуг. Многие предприятия отраслей услуг в последние десятилетия интенсивно интегрируются в инновационную экономику. Инновация в сфере услуг – это результат инновационной деятельности (сервисный продукт, технология или ее отдельные элементы, новая организация сервисной деятельности и др.), который способен более эффективно удовлетворять общественные потребности. Инновация представляет собой непрерывный процесс создания, тестирования и внедрения новых идей. Организация должна иметь существенные бизнес-причины для инновационной деятельности; то есть инновация не является самоцелью.

Содержание понятия «сервис» в науке до сих пор не определено четко, границы или расширяются введением в его структуру всех видов деятельности, обеспечивающих комфортность среды обитания, или сужаются до «бытового обслуживания». В данном контексте понятие «сервисная организация» подразумевает предприятия сферы обслуживания. Целью статьи является выявление особенностей инновационной деятельности сервисных организаций. Вопрос инноваций в сфере услуг является объектом исследования ряда ученых, таких, как П. Друкер, К. Хаксевер, Л. Берри, Г.А. Аванесова и др.

В сфере услуг разработка и внедрение инноваций имеют свои характерные черты, отличающиеся от создания и управления инновациями в сфере производства. Во-первых, большая часть инноваций в сфере услуг не подлежит патентованию, что существенно сокращает жизненный цикл инноваций. Во-вторых, инновациям в сфере услуг характерны высокая неопределенность последствий. В-третьих, достаточно сложно оценить эффективность инновации. В-четвертых, в сфере услуг необходим комплексный подход к внедрению инноваций.

Можно выделить ряд классификационных признаков инноваций в сервисных организациях. В зависимости от объекта изменений могут быть выделены следующие типы инноваций:

- 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;

- управленческие, ориентированные на совершенствование внутренних и внешних связей организации, использующие методы и формы менеджмента;
- комплексные, охватывающие одновременно разные аспекты и стороны сервисной деятельности.

В зависимости от инициатора изменений инновации в сфере услуг могут быть подразделены на:

- инновации «сверху-вниз», иницируемые руководством сервисной организации;
- инновации «снизу-вверх», иницируемые самими работниками.

Инновации в зависимости от причины их появления делятся на:

- инновации, вызываемые потребностями, – разрабатываются для решения конкретной проблемы целевого рынка;
- инновации, направленные на повышение эффективности, – разрабатываются для повышения эффективности процесса, существующей услуги или процедуры.

Классификация инноваций по степени новизны может быть представлена следующим образом:

- прорывные инновации – создание и внедрение новых услуг;
- постепенные инновации – улучшение существующих услуг или процессов;
- системные инновации – создание новой системы, например, новые формы сотрудничества и взаимодействия.

Все системы в своем развитии проходят пороговые состояния, которые ведут к резкому качественному изменению (бифуркации) протекающих в них процессов и к изменению организации в целом. Необходимость внедрения инноваций в сервисные организации диктуется такими факторами, как рынком и жесткой конкурентной борьбой, а также быстрой сменой технологий и появлением новой генерации техники, для которой не приемлемы старые методы сервиса.

Конкурентные преимущества сервисных организаций это, прежде всего:

- высокотехнический и стабильный механизм оказания широкого круга услуг;
- персональный подход, идентификация проблемы клиента и ее эффективное решение;
- целостность качества.

Как видно, внедрение инноваций в деятельность сервисной организации может происходить по всем направлениям. Можно выделить три основные группы изменений, происходящих на предприятиях сферы услуг под воздействием инновационной деятельности:

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

Современный подход к инновациям в сфере услуг все в большей степени базируется на рассмотрении инноваций как некоторого процесса. Основной акцент делается на процесс обновления и постоянного улучшения. Клиент платит не за абстрактную услугу, а за конкретный процесс её оказания. Эти процессы производны от знаний исполнителя о мотивах клиента, должны укладываться во время, которое готов он отдать на оказание услуги. Выживание сервисной организации и ее процветание близко

связаны с результатом процесса создания ценности. Чтобы достичь этого, у организации должна быть выработана инновационная стратегия.

Ключевыми этапами инновационного процесса в сфере услуг являются:

- генерирование идеи;
- оценка и отбор («экранирование») лучших инновационных идей;
- продвижение новых сервисных продуктов на рынок посредством проектирования соответствующей операционной системы и маркетинговых действий.

Процесс внедрения инноваций направлен вертикально сверху вниз. В эту вертикаль интегрируются работники и потребители. В настоящее время развивается философия клиенто-ориентированного сервиса.

Процесс успешной инновационной деятельности сервисных организаций также зависит от эффективного маркетинга. Маркетинг для сервисных организаций – это одновременно и философия, и технология. Немаловажным условием эффективности нововведений является позиционирование инновационной услуги. Кроме маркетинговых факторов, большое значение имеет качество и направленность менеджмента сервисной организации. Так, значимыми аспектами инновационной деятельности предприятия выступают:

- наличие социальной группы как провайдера инновационной услуги;
- организационная структура, которая должна принять не вертикальную, а горизонтальную форму;
- создание сервисной культуры, включающей в себя мотивацию сотрудников, обучение и коммуникации. Конкурентам гораздо легче симитировать инфраструктуру и технологии, чем воссоздать корпоративную культуру.

Таким образом, инновационное развитие только тогда является эффективным, когда реализация нововведений проходит по всем направлениям хозяйственной деятельности предприятия сферы услуг.

Среди широкой номенклатуры услуг особое место занимают услуги автосервиса, так как сегодня автосервис — одна из наиболее быстро развивающихся отраслей сферы услуг. Необходимость инновационной деятельности в автосервисных предприятиях продиктована в первую очередь всё более усложняющимися конструкциями моделей автомобилей. Автомобильные концерны выпускают ежегодно новые модели, сервисное обслуживание которых требует высокой квалификации и особых знаний. Постоянный рост автомобильного парка обусловил также увеличение производственных мощностей, т.е. увеличение числа предприятий автосервиса, повышение уровня их технической оснащенности и профессионализма работников. Автосервисные предприятия вынуждены следовать адаптационной инновационной стратегии, чтобы оставаться конкурентоспособными на рынке услуг автосервиса.

Услуги по техническому обслуживанию легкового автотранспорта пользуются большим спросом. Емкость рыночной ниши на рынке оказания такого вида услуг, как правило, превышает планируемый объем. Сервисный пакет СТО может быть определен как связка товаров и услуг, состоящих из следующих элементов:

- 1) поддерживающие средства, или физические ресурсы (здания, основное оборудование, станки, подъемники и т.п.);
- 2) вспомогательные товары (запасные части автомобилей);
- 3) явные услуги, или выгоды, которые приобретает клиент;
- 4) неявные услуги, или психологические выгоды, которые потребитель может почувствовать только косвенно, или внешние особенности сервиса.

### Розділ 3 Інноваційний менеджмент

---

Методы, способные повысить конкурентоспособность и сохранить конкурентоустойчивость автосервисных предприятий, следующие:

- наличие современной диагностической аппаратуры;
- высокопрофессиональное консультирование клиентов;
- высокое качество технического обслуживания и ремонта за счет применения новейшего оборудования;
- удобные часы работы СТО, срочный сервис, прямая приемка, ночной сервис, выездной сервис;
- увеличение количества филиалов сервисных станций на территории.

Отсюда следует, что в числе ключевых факторов успеха работы автосервисов находятся факторы инновационности.

Основные критерии эффективности инноваций в сервисных организациях, в том числе и СТО, следующие:

1. Систематичность. Инновации должны внедряться в сервисную систему не от случая к случаю, а регулярно и желателно с опережением конкурентов.

2. Результативность, которая выражается в увеличении прибыльности компании, расширении рыночной доли, повышению имиджа.

3. Создание такой внутрикорпоративной инфраструктуры, которая максимально способствовала бы рождению новых идей и внедрению инноваций в сервисный процесс.

4. Ориентированность инновации на потребителя, т.е. создание новой ценности.

5. Высокая скорость внедрения инноваций в сервисный процесс. Считается, что около половины кумулятивной операционной прибыли от новой услуги компания получает в течение первых 18 месяцев после выхода на рынок.

6. Многомерность. Инновации будут только тогда эффективными, когда будут внедряться на нескольких уровнях бизнеса – от процессных инноваций до маркетинговых.

7. Контроль рисков, позволяющий реально оценить технологические возможности внедрения инноваций в сервисный процесс.

В зарубежной практике оценки эффективности инноваций наиболее популярными методами оценки являются методики STAR и IRI. Показатели, применяемые в отечественной практике и характеризующие инновационную активность организации, ее инновационную конкурентоспособность, принято разбивать на следующие группы: затратные, по времени, обновляемости, структурные. Однако не все методы оценки результативности инновационной деятельности могут быть применены к сервисным организациям. Критерий результативности инновационной деятельности в сфере услуг определяется избирательно. Остается мало проработанным вопрос о количественном оценивании (квантификации) инноваций. В составе эффективности нередко декларируются такая компонента, как социальная эффективность и другие качественные критерии, но методов их числового расчета не дается. Кроме того, экономическая эффективность инновационной деятельности может быть рассмотрена с позиции покупателя. Необходимо развить существующий подход с точки зрения учёта особенностей инноваций в сфере услуг.

1. Гольдштейн Г.Я. Стратегический инновационный менеджмент: учебное пособие / Г.Я. Гольдштейн. – Таганрог : Изд-во ТРТУ, 2004. - 267 с.

**Ю.О. Власюк. Особливості інноваційної діяльності сервісних організацій**

---

2. Спасеных М. Инновационный бизнес. Корпоративное управление НИОКР. Дело АНХ / М. Спасеных, 2010. – 260 с.
3. Управление и организация в сфере услуг. Теория и практика / Хаксевер К. и др. – СПб. : Изд-во Питер, 2002. – 752 с.
4. Проблемы организации инновационной деятельности в сфере услуг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.m-ecopomy.ru>.

**Ю.О. Власюк**

**Особливості інноваційної діяльності сервісних організацій**

*Стаття присвячена характеристиці й аналізу інноваційної діяльності підприємств сфери послуг. Подана класифікація інновацій у сервісних організаціях. Описаний процес упровадження інновацій на прикладі автосервісних підприємств.*

Ключові слова: сфера послуг, інновації, сервісні організації, класифікація інновацій, інноваційний процес, ефективність.

**Yu.A. Wlasiuk**

**Features of innovation activities in service industries**

*The article covers description and analysis of the innovation activity in service rendering enterprises. The classification of innovation in service rendering enterprises was given. The innovation implementation process was described by the example of car service enterprises.*

Key words: service industries, innovation, service rendering enterprises, innovation classification, innovation process, effectiveness.

**Отримано 04.12.2010 р.**