

Інноваційний розвиток сфери послуг

Анотація. Стаття присвячена виявленню основних тенденцій в інноваційному процесі в секторі послуг. Автор підкреслює, що інновації стають все більш вирішальне значення для конкурентоспроможності та продуктивності у сфері послуг. Крім того, інновації у сфері послуг характеризується властивостями, які відрізняються від тих, що в інших видах діяльності.

Ключові слова: інноваційний розвиток сфери послуг, сфера послуг, конкурентоспроможність, технологічні інновації, маркетингові інновації, управління інноваційними процесами.

Abstract. The article deals with the identification of main tendencies in the innovation process in the services sector. Among the main ideas of the author is that innovation is becoming increasingly decisive for competitiveness and performance in services. Furthermore, innovation in services is characterized by properties that are different from those found in other activities.

Keywords: innovative development of services, service, competitiveness, technological innovation, marketing innovation, management innovation processes.

Аннотация. Статья посвящена анализу основных тенденций в инновационном процессе в секторе услуг. Автор утверждает, что инновации играют все более решающее значение для конкурентоспособности и производительности в сфере услуг. Кроме того, инновации в сфере услуг

¹ д.е.н, професор кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

характеризується своїми, які відрізняються від тих, що в інших видах діяльності.

Ключові слова: *інноваційне розвиток сфери послуг, сфера послуг, конкурентоспособність, технологічні інновації, маркетингові інновації, управління інноваційними процесами.*

Послуги відіграють ключову роль у країнах з розвинутою економікою, та їх обсяг швидко зростає упродовж останніх років. За даними ОЕСР на сферу послуг припадає 70% від загальної доданої вартості. За останні десятиліття частка послуг у структурі ВВП постійно зростає, число зайнятих у сфері послуг так само характеризується позитивною динамікою, активно розвивається міжнародна торгівля послугами. Бізнес послуги стали головною рушійною силою економіки та основним фактором росту продуктивності праці, особливо в результаті збільшення використання інформаційних та комунікаційно-технологічних послуг. Всі перераховані вище фактори свідчать про те, що сучасна економіка являє собою сервісну економіку або економіку послуг. При цьому, значимим фактором, що впливає на розвиток економіки в сучасних ринкових умовах, є інноваційна активність.

Аналіз міжнародної торгівлі послугами як окремого напрямку господарської діяльності проводиться сучасними економічними школами та формує базу основних категорій цього сегменту світового ринку. Дослідженню структурних основ, характеристик категорій торгівлі послугами та впливу міжнародної торгівлі послугами та інновацій на розвиток країни, особливостей процесу іновацій в сфері послуг присвячені роботи сучасних економічних науковців Р.Стерн, Б. Хокман, А.Маттоо, П.Сове, П.Брага, П. Брентон, Ф. ДиМауро, Ж. Николетти, П. Конвай, Р. Монтизаан, Ф. Кох, Ж. ДеЖонг, Б. ДеЛаат, М. Каллон та ін.

До недавнього часу, економічна література з інноваційної діяльності та міжнародної торгівлі, зосереджувалася майже виключно на виробничому секторі. Це не дивно, тому що основна частина міжнародної торгівлі відбувалася промисловими та сировинними товарами, а інновації традиційно

асоціювалися з новими чи покращеними якісними характеристиками товарами. Сектор послуг ігнорувався, оскільки виробництво і споживання послуг, відбувалося в більшій мірі в національних кордонів, ніж на світовому ринку. Також це відбувалося певною мірою через складність визначення об'єму інновацій у цій сфері, різноманітність галузей сфери послуг зі значними відмінностями у інноваційних процесах. Однак наростаюча кількість досліджень сучасних тенденцій інноваційних процесів допомогли з'ясувати, що витрати на науково-дослідну роботу складають лише частину всіх витрат підприємства на інновації. Навіть у промисловості науково-дослідні витрати складають тільки біля половини загальних інвестицій в інновації, а в сфері послуг ця частка ще менша [1.]. Сьогодні, багато країн, в тому числі і країни, що розвиваються розглядають сферу послуг та інновації в якості потенційного джерела динамізму для національних економік і як спосіб виходу з так званої "пастки середнього доходу" («middle-income trap»).

Таблиця 1.

Частка витрат на НДДКР за секторами економіки, 1990-2010

Сектор	1990-1995	2005-2010
	Частка в загальних витратах на НДДКР	Частка в загальних витратах на НДДКР
Сільське господарство, лісне господарство	0,4	0,2
Обробна промисловість	88,9	81,0
Послуги	6,7	16,9

Джерело: [2. р. 157]

На думку американського економіста М. Портера, «кожна успішна компанія застосовує свою власну стратегію. Однак характер і еволюція всіх успішних компаній опиняються в своїй основі однаковими. Компанія домагається конкурентних переваг за допомогою інновацій. Вони підходять до нововведень в самому широкому сенсі, використовуючи як нові технології, так

і нові методи роботи ... Після того, як компанія досягає конкурентних переваг завдяки нововведенням, вона може утримати їх тільки за допомогою постійних інновацій ... Конкуренти відразу ж і обов'язково обійдуть будь-яку компанію, яка припинить вдосконалення та впровадження інновацій» [3. с. 135.].

Розвиток сфери послуг та підвищення її ефективності задоволення потреб суспільства безпосередньо пов'язані з інноваціями. Також одним з головних показником розвитку сфери послуг є конкурентоспроможність послуг, яка безпосередньо пов'язана з рівнем інноваційної діяльності на кожному сервісному підприємстві.

Сучасна економіка являє собою складний механізм господарювання, в якому взаємодіють різні структурні елементи комерційного, виробничого, інформаційного та фінансового характерів, для успішного функціонування якого необхідні економічні перетворення, що враховують інтереси регіонів, галузей, підприємств і суспільства в цілому. Результати економічних перетворень на основі активізації інноваційної діяльності та інноваційного менеджменту отримують реальне економічний зміст тільки через систему зв'язків з матеріальним виробництвом, що супроводжується збільшенням показників функціонування кожного підприємства сфери послуг.

Основною метою інноваційної політики підприємства сфери послуг є створення та розвиток бази для проведення ефективних перетворень його економіки, коли на перший план виходить інноваційний бізнес як об'єкт управління].

Формування інноваційної політики в сфері послуг має здійснюватися у відповідності з теорією життєвого циклу послуг.

Початком життєвого циклу будь-якої послуги служить інноваційна стадія (або стадія розробки), по завершенню якої підприємницькі структури приступають до впровадження послуги на ринок, використовуючи для цього заходи маркетингового впливу і, зокрема, проводячи активну інформаційно-рекламну кампанію щодо послуги-новинки.

У міру досягнення необхідної інформаційної насиченості (і за умови повної відповідності характеристик товару споживчому попиту) спочатку

поступово, а потім із зростаючими темпами починають збільшуватися показники-індикатори економічних змін. Період, протягом якого фіксується збільшення темпів зростання обсягу реалізації і прибутку, називається стадією росту, настання якої і є визнанням послуги на ринку. Цей період має і негативні прояви. Він знаменує появу конкурентних процесів, які мають поки приховану (потенційну форму), але здатні активізуватися при певних обставинах. На цій стадії, доцільно якісне удосконалення послуги, яку можна вважати як виставлення додаткових бар'єрів для конкурентів, маючи на увазі, що перед конкурентами ставиться завдання виробництва послуги, яка перевершує в якісному відношенні обертаються на ринку послуги-аналоги або володіє ціновою перевагою. Підвищення якості виробленої послуги на стадії зростання можна розглядати як один з етапів єдиної інноваційної політики, обумовленої зміною ринкової кон'юнктури.

Процес конкуренції має незворотній характер; саме він є стимулюючим механізмом, який активізує інноваційні розробки всіх учасників ринку послуг. Внаслідок спільної дії конкуренції та науково-технічного прогресу змінюються характеристики ринкового середовища, а стосовно конкретної послуги - умови її реалізації. Ознакою цих змін є зниження темпів зростання обсягів реалізації та прибутку при збереженні їх абсолютного збільшення. Такий стан характерний для стадії зрілості, у якій спостерігається відносна стабільність ринкових позицій на тлі активізуються конкурентних процесів. Наступна стадія життєвого циклу послуги - стадія насичення, на якій відбувається поступове абсолютне зниження обсягу продажів і прибутку. При цьому важливо чітко зафіксувати момент переходу з однієї стадії в іншу, виділивши «точку перелому».

Саме в цей момент рекомендується розпочати наступний етап інноваційного процесу і приступити до розробки нової послуги. Основою тривалого функціонування в ринковому середовищі, є заміна застарілої послуги нової. Тільки в цьому випадку функціонуючі підприємницькі структури в складних умовах ринку послуг набувають здатність до вирішення комплексних стратегічних завдань.

Існують два інноваційних періоду. Перший пов'язаний з приростом інноваційного потенціалу по вже обертається на ринку послугі, другий - за послугою, покликаної її замінити. На рубежі інноваційних періодів і повинні здійснюватися основні інвестиції в розвиток виробничо-господарської діяльності. Це обумовлено двома обставинами:

- ✓ природною потребою в інноваціях внаслідок зниження основних економічних показників і необхідністю оновлення товарної пропозиції;
- ✓ достатнім обсягом прибутку, відповідним реальним завданням в галузі інвестування.

На стадії насичення, існують маркетингові прийоми - агресивна рекламна компанія, комерційна пропаганда, використання методів стимулювання збуту. Інноваційно-змістовна компонента на цій стадії насичення не має умов для своєї реалізації.

На стадії спаду, завершальній життєвий цикл, можливості для інновацій гранично звужені. Цей період збігається з періодом активної розробки, а в деяких випадках - з впровадженням на ринок нової послуги.

З вище сказаного, можна зробити висновок, що інноваційна політика є невід'ємною частиною ефективної виробничо-ринкової діяльності. Саме вона забезпечує стратегічну стійкість підприємств в умовах швидко розвивається ринку послуг.

Найважливішу роль у розвитку світового ринку послуг, його структури відіграє науково-технічний прогрес. Він, зокрема, привів до того, що:

- відбулося різке зниження транспортних витрат, що збільшило ступінь мобільності виробників і споживачів послуг, а застосування нових засобів супутникового зв'язку і відеотехніки, Інтернету дало можливість в деяких випадках взагалі відмовитися від особистого контакту продавця і покупця послуги;

- прискорилися темпи технологічного прогресу в галузі телекомунікацій та інформатики, що спричинило за собою появу нових форм торгівлі послугами. Мова йде про міжнародний комерційний обміні інформацією, в

якому або бази даних стають об'єктом зовнішньої торгівлі, або фірми таким чином підтримують контакт зі своїми закордонними філіями;

- технологічний прогрес дозволив збільшити попит ті види послуг, які й раніше мали товарну форму (фінансові, банківські, страхові послуги).

На сьогоднішній день виділяють 3 типи країн за критерієм науково-інноваційного розвитку:

1. Країни, що лідирують у витратах на розвиток науки - вони проводять в життя великомасштабні цільові проекти, часто з високою часткою інновацій в оборонному секторі (США, Англія, Франція, Німеччина, Японія).

2. Країни, що поширюють нововведення - вони створюють сприятливу інноваційну сферу, проводять раціоналізацію своєї економіки (Німеччина, Швеція, Швейцарія).

3. Країни, що стимулюють інновації за допомогою формування відповідної інфраструктури, які є чутливі до досягнень науково-технічного прогресу в світі і проводять узгодження дій в науці і техніці (Японія, Південна Корея) [4.].

Спільними зусиллями багатьох країн ведеться активна робота з вироблення підходів до інновацій в сфері послуг, а саме: збільшення наукоємності послуг і зростання інноваційної активності в сфері послуг.

Ще однією важливою тенденцією є переважання в сфері послуг інновацій, не сполучених з технологіями. Технологічні інновації носять тут скоріше інструментальний характер (комп'ютеризація сервісу, автоматизація обліку і т.д.), а найбільш значимими є організаційні інновації та пошук принципово нових ніш на ринку.

Інновації у сфері послуг суттєво відрізняються в залежності від сектору та розміру підприємства. Інноваційні огляди вказують на те, що компанії зайняті у сфері послуг є інноваційними, хоча, в цілому, менше ніж промислові підприємства. Частка компаній, пропонуючи послуги, які звітують про свою інноваційну діяльність, складає від більше ніж 55% у Німеччині до приблизно 25% в Іспанії. Однак, практично в усіх країнах-членах, у секторі послуг частка інноваційних компаній (тобто інноваційний об'єм компаній в секторі) серед

всієї кількості компаній цього сектору нижче за кількість інноваційних промислових підприємств. В Німеччині, наприклад, про впровадження інновацій звітували 65% промислових підприємств у порівнянні з 55% у секторі послуг; в Іспанії інноваційними були майже 40% промислових підприємств і лише 25% у сфері послуг. Найбільша різниця між промисловими та обслуговуючими підприємствами відмічена в Бельгії, Данії та Нідерландах, де вона досягає 20 процентним відміткам. Лише в Ісландії, Португалії та Греції об'єм інновацій в секторі послуг був більшим ніж у промисловості. Аналогічна закономірність помітна і в інноваційних оглядах Австралії, Японії, Кореї та Нової Зеландії, в яких інноваційними були від 18% до 40% обслуговуючих компаній, і де об'єм інновацій в секторі послуг менший ніж в промисловості. Найбільша різниця між секторами послуг та виробництва спостерігається в Кореї, де об'єм інновацій у сфері послуг дорівнював приблизно половині того об'єму, що мав місце у промисловості [1].

Ці середні показники приховують значні відхилення, коли деякі послуги виявляються більш інноваційними ніж виробництво. Найбільший об'єм інновацій здійснюється в бізнес послугах та у фінансовому посередництві, де відповідно 60% та 50% підприємств були інноваційними [1.]. В оптово-роздрібній торгівлі, транспорті та комунікаціях менш ніж 40% та 30%, відповідно, звітували про інновації. Це порівняно з 50% відсотками у промисловості. Оптово-роздрібна торгівля і транспорт та комунікації мають найменші показники інноваційної активності, але вони складають від 60% до 80% середньо загальної кількості підприємств сфери послуг, і це у значній мірі впливає на низький середній рівень інновацій. Подібна тенденція спостерігається і в Японії, де бізнес послуги та фінансове посередництво також мають більший об'єм інновацій ніж промисловість. Австралія та Нова Зеландія демонструють дещо іншу структуру, де показники інноваційної активності підприємств фінансового посередництва майже такі самі, як і в промисловості, а показники бізнес послуг навіть ще нижче.

Значні відмінності у впровадженні інновацій залежать також від розміру підприємства. Великі компанії сектору послуг (250 і більше працівників)

виявляються більш інноваційними ніж малі (менше ніж 50 працівників) та середні (50-249 працівників). Серед великих підприємств інноваційними є 75% у порівнянні з менш ніж 40% малих [1.].

Як і для решти підприємств, інноваційність малих компаній значною мірою залежить від характеристик того чи іншого сектору індустрії послуг. Малі компанії є більш інноваційними у наукомістких послугах, таких як бізнес послуги та фінансове посередництво: на ці два сектори припадає 14% неінноваційних малих підприємств і 18% інноваційних [5.]. Відносно великі розміри секторів оптово-роздрібною торгівлі, транспорту та комунікацій знову пригнічує загальне середнє значення малих підприємств у секторі послуг. Не дивлячись на це, є очевидним, що у сфері комп'ютерних послуг (складова бізнес послуг) малі підприємства є так само інноваційними, як і великі [6.].

Звичайно, що інновації у секторі послуг відрізняються від інновацій у промисловості. Деякі характеризують процес інновацій в секторі послуг як «зворотній цикл продукту», у якому компанія спочатку приймає нову технологію з метою збільшення ефективності вже існуючого процесу; потім удосконалений процес призводить до значного покращення якості наданих послуг; та врешті-решт нова технологія створює основу для зовсім нової послуги, зазвичай у іншій сфері. Інші вважають, що інновації у послугах є головним чином нетехнічними і пов'язані з поступовими удосконаленнями процесу виробництва та продажу послуг [6.]. Ж. Сандбо та Ф. Галуж визначили чотири типи інновацій - інновація продукту, інновація процесу, структурна інновація та ринкова інновація — і висвітлили два останні типи, які найбільш чітко виявлені в секторі послуг [7.]. Спеціальні інновації (**Ad hoc innovation**), тобто специфічне вирішення конкретної задачі, поставленої клієнтом, відноситься до п'ятого типу інновацій у послугах, які відбуваються в результаті виконання специфічних умов покупця послуги.

Таблиця 2.

Порівняльна характеристика інновацій в сфері послуг і промислового виробництва

Типи технологічних інновацій	Сфера послуг	Промислове виробництво
------------------------------	--------------	------------------------

Інновації продукту	Розробка і впровадження: - принципово нових послуг; - вдосконалення існуючих послуг шляхом додавання нових функцій або характеристик; - значні поліпшення в забезпеченні послугами (наприклад, з точки зору їх ефективності або швидкості).	Розробка і впровадження технологічно нових і технологічно вдосконалених товарів.
Інновації процесу	Розробка і впровадження нових або значно вдосконалених методів виробництва і надання послуг.	Розробка і впровадження технологічно нових або технологічно значно вдосконалених виробничих методів, включаючи методи передачі продуктів. Інновації такого роду можуть бути засновані: - на використанні нового виробничого обладнання; - на нових методах організації виробничого процесу або їх сукупності; - на використанні результатів досліджень і розробок.

Інновації у підприємствах сектору послуг значною мірою залежать від вимог клієнтів, і вони часто такі інновації приймають форму спеціальних інновацій. Лише невеликий відсоток підприємств здійснюють тільки один тип інновацій. В основному інновації продукту, процесу та структурні інновації з'являються водночас: від 60% до 90% компаній, що впроваджують інновації пропонують новий продукт на ринку; від 1/3 до 2/3 - пропонують нові процеси. Хоча інновації продукту є ї більш розповсюджені, багато інноваційних підприємств здійснюють два типи інновацій. Крім того, підприємства і сектору послуг і промисловості здійснюють інновації продукту; у багатьох країнах інноваційні підприємства у сфері послуг частіше створюють новий продукт ніж виробничі підприємства; найбільші відмінності між обслуговуючими та виробничими підприємствами помітні в інноваціях процесів, які частіше відбуваються на виробничих підприємствах. Буде необачливим виходячи з цих даних робити висновки про те, що компанії сектору послуг більш ніж виробничі зорієнтовані на інновацію продукції. Існує декілька варіантів пояснення цих результатів, у тому числі і спеціальні інновації, які значною

мірою стимулюють інновацію нових продуктів. Де Жонг та ін. вважають, що відмінності, які зазвичай існують між інноваціями продукту і та процесів, не стосуються сфери послуг [8]. Єдина чітка відмінність між інноваціями в послугах та інноваціями в галузях промисловості є те, що у сфері послуг менше спираються на науково-дослідницькі роботи, як на ключовий рушійний процес інновацій. Хоча науково-дослідні роботи є лише одним з елементів інноваційного процесу в промисловості, інвестиції в НДР тісно взаємопов'язані з введенням інновацій.

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 створюваної інтелектуальною власністю, організацію інвестування інновацій та подолання опору змінам з боку персоналу. Все це вимагає формування науково-методологічного і теоретичного обґрунтування і розвитку адекватного інструментарію. Недооцінка особливостей інноваційної діяльності та недостатній розвиток теорії та методології в сфері послуг призводять до істотного зниження ефективності та результативності інновацій, що нерідко позначається на конкурентоспроможності організації.

ЛІТЕРАТУРА

1. OECD Science, Technology and Industry Outlook 2014. Paris, OECD, - 2014.
2. World Trade Report 2013: Factors Shaping the Future of World Trade. – United Nations, N. Y.; Geneva, 2013. – 340 p.
3. Портер М.Е. Конкуренция. СПб.; 2000.
4. Зарубежный опыт государственного регулирования инновационной деятельности. Экономика и организация инновационной деятельности. // Электронный ресурс. Mode of acces: http://economy-innovation.ru/zarubejnyy_opyt_gosudarstvennogo_regulirovaniya_innovatsionnoy_deyatelnosti.html.

5. OECD Science, Technology and Industry Outlook 2004, . Paris, OECD, - 2004.
6. European Commission. “Innovation in Services: Issues at Stake and Trends”, study coordinated by Jeremy Howells and Bruce Tether under Contract No. INNO-03-01, Brussels, 2004.
7. Sundbo, J. and F. Gallouj. Innovation in Services – SIS4 Project Synthesis, STEP Group, Norway, 1998.
8. De Jong, J.P.J., et al., “Innovation in Service Firms Explored: What, How and Why?”, Strategic Study B200205, 2003, Zoetermeer, January.