

V. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СФЕРЫ УСЛУГ

УДК 3977

V.A. Tkachev, A.V. Kuchumov,
P.Yu.Eremicheva

INNOVATION MANAGEMENT IN THE SERVICE SECTOR

This article describes the concept of management and its characteristic features, analyzes the significance of the main elements of innovative management in the service sector. The authors explored the intersection of entrepreneurial initiatives and innovative solutions in strategic management and identified the features of radical innovation. The specifics of determining the goals of an enterprise when building an innovation strategy, taking into account the role of human resources, are revealed.

Keywords: innovation, innovation management, management, service sector, innovative product.

В.А.Ткачев¹, А.В.Кучумов²,
П.Ю.Еремичева³

ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СФЕРЕ УСЛУГ

В данной статье описывается понятие менеджмента и его характерные особенности, анализируется значение основных элементов инновационного менеджмента в сфере услуг. Авторы исследовали пересечение предпринимательских инициатив и инновационных решений в стратегическом менеджменте, выявили особенности радикальных инноваций. Раскрыта специфика определения целей предприятия при построении инновационной стратегии с учётом роли человеческих ресурсов.

Ключевые слова: инновации, инновационный менеджмент, управление, сфера услуг, инновационный продукт.

DOI: 10.36807/2411-7269-2024-4-39-91-95

Менеджмент в современном понимании обладает широким перечнем функций, определяет миссию, цели предприятий, а также методы, средства и характер действий при решении задач на пути к поставленным целям. Важно подчеркнуть, что существует ряд основных особенностей, которые могут определяться как характеристики управления. В числе таких особенностей:

1. Управление – это функция, присущая целостным объединениям (системам), организациям, предприятиям, которая отвечает за единство элементов, путём сохранения их взаимосвязанности и взаимозависимости, поддержания режима, достижения конкретных целей;
2. Управление – это комплекс процессов, направленных на решение значимых первостепенных задач предприятия, служащих интересам взаимодействия составляющих системы частиц;
3. Управление – это качества внутренней организации системы, которые включают наличие субъекта (управляющего элемента) и объекта (управляемого элемента);
4. Управление может быть как внутрисистемным, так и межсистемным.

При определении сущности менеджмента в сфере услуг следует подчеркнуть, что он включает централизованное управление ресурсами, рациональное их использование в

¹ Ткачев В.А., доцент кафедры экономики и управления в сфере услуг, кандидат экономических наук, доцент; Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург
Tkachev V.A., Associate Professor of the Department of Economics and Management in the Service Sector, PhD in Economics, Associate Professor; Saint Petersburg State University of Economics, Saint Petersburg
E-mail: quebrador@yandex.com

² Кучумов А.В., доцент кафедры экономики и управления в сфере услуг, кандидат экономических наук, доцент; Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург
Kuchumov A.V., Associate Professor of the Department of Economics and Management in the Service Sector, PhD in Economics, Associate Professor; Saint Petersburg State University of Economics, Saint Petersburg
E-mail: arturspb1@yandex.ru

³ Еремичева П.Ю., аспирант кафедры экономики и управления в сфере услуг, программа "Организация управления туристскими дестинациями"; Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург

Eremicheva P.Yu., Postgraduate of the Department of Economics and Management in the Service Sector, program "Organization of Management of Tourist Destinations"; Saint Petersburg State University of Economics, Saint Petersburg

E-mail: apollinochka2000@gmail.com

контексте достижения определённых целей предприятия, связанных с воспроизводством, продвижением и продажей коммерческих и некоммерческих типов услуг. Важно понимать, что выстроенная стратегия управления является системой со взаимосвязанными и взаимозависимыми элементами, функционирование которых направлено на решение проблем и закрытие потребностей предприятия, связанных с сохранением позиций в рыночной нише и развитием.

Человеческий капитал имеет значение, так как рабочая сила и растущие потребности регулируют размеры и современные возможности рынков [2]. Учитывая тот факт, что в основе потенциальных инновационных модификаций в сфере управления также лежат человеческие ресурсы, без которых регулирование деятельностью и репутацией предприятия сферы услуг невозможно, следует определить ряд основных элементов, которые позволят предприятию приблизиться к инновационному уровню и должны рассматриваться в качестве опорных точек при написании стратегии (Табл.).

Таблица – Основные элементы инновационного менеджмента на предприятии сферы услуг

№	Элемент	Характеристика
1	Инновационная стратегия	Составление концепции управления, содержащей цели, задачи и приоритеты организации, определение приоритетных отраслей для инноваций, формулирование путей внедрения технологических инноваций, инновационных методов и способов организации производства и реализации продуктов, усовершенствованных бизнес-моделей
2	Генерация идей	Формулирование и продвижение методов поощрения и стимулирования процессов генерации идей. Разработка и организация тренингов, брейн-сторминга, внедрение программ предложений сотрудников, работы с отзывами клиентов, исследование рынка, налаживание связей с потенциальными партнёрами и экспертами
3	Оценка и отбор вариантов идей	Оценка и выборка наиболее перспективных идей для развития, включающая оценку осуществимости, рыночного потенциала, технических требований и определение согласованности результатов с целями, выведенными в стратегии. Создание и определение специфики использования различных инструментов и методов, в числе которых: технико-экономическое обоснование, маркетинговые исследования, оценка бизнес-кейсов
4	Разработка и прототипирование	Формулирование инструкций и реализация мер по преобразованию выбранных идей в осязаемые прототипы и минимально жизнеспособные продукты (МЖП), что предполагает параллельное усовершенствование концепции, проведение исследований, тестирование и итерацию испытательных процессов для эволюции МЖП и перевода на уровень жизнеспособного решения проблем организации
5	Выход на рынок	Формулирование алгоритма и выведение инновационного продукта, методики или услуг на рынок, включающее такие виды деятельности, как маркетинг и продажи, распространение, запуск и закрепление за организацией передовой позиции в использовании инноваций, рассмотрение вопросов о защите интеллектуальной собственности, соблюдении разработанных и уже имеющихся нормативных требований и регулирование потенциальных партнёрских отношений
6	Внедрение и адаптация	Обеспечение и организация процессов эффективного внедрения продукта и инноваций на предприятии, что может включать управление изменениями, обучение и создание благоприятной культуры, которая охватывает инновации

Источник: составлено авторами по [7].

На основе представленных в таблице данных, можно подчеркнуть, что элементы инновационного менеджмента могут подразделяться на несколько этапов. Характеристики укрупнённых стадий, предложенных в таблице, должны совпадать методологически с аспектами, включёнными в фазу планирования на предприятии, для того чтобы подойти максимально комплексно к решению вопроса об изменении стратегии.

Говоря о возможном направлении построения инновационной стратегии управления и развития на предприятии сферы услуг, необходимо правильно определить ценностные ориентиры. В настоящее время на этапе трансформации сферы услуг организацией преследуются две цели, которые характеризуются получением коммерческого подкрепления деятельности организации и созданием социальных благ. Стоит заметить, что каждая из целей предполагает результат, определяющий эффективность функционирования предприятия сферы услуг. Кроме того, достижение второй цели предопределяет достижение первой, так как наличие социальной выгоды от осуществления деятельности по предоставлению услуг рождает спрос на товар или услугу. На Рис. 1 приведена характеристика основных целей предприятия сферы услуг через призму пересечения предпринимательских инициатив и управленческих инноваций.

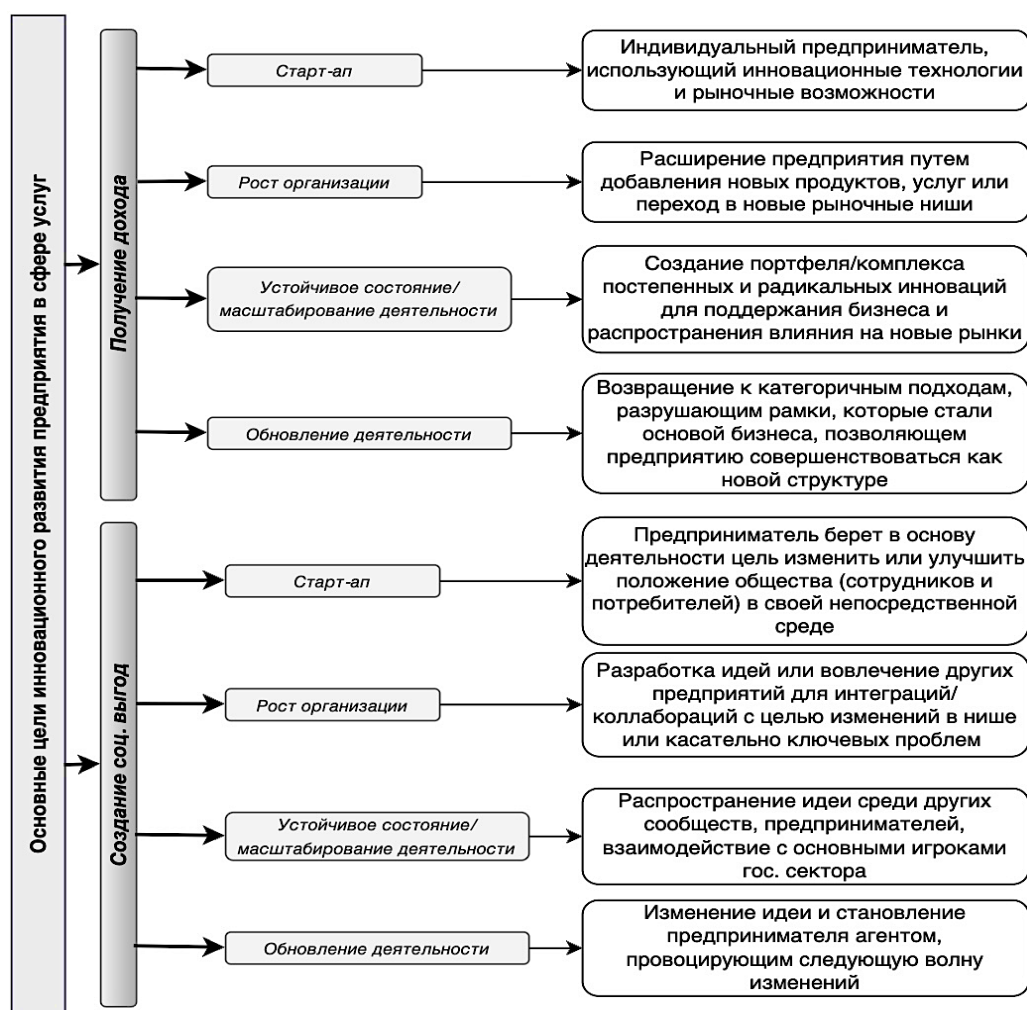


Рисунок 1 – Пересечение предпринимательских инициатив и инноваций в стратегическом менеджменте

Источник: составлено авторами по [6].

Представленная схема отражает эффективность деятельности организации при параллельном решении задач, находящихся в основе предложенных целей. Особую роль здесь играет радикальный и категоричный характер инноваций. Радикальные инновации – это определённый тип "быстрых" инноваций, предполагающий разработку совершенно новых методик, продуктов, моделей, которые кардинально меняют жизненный цикл и скорость прохождения организацией фаз внутри него, повышают степень гибкости восприятия и адаптивности предприятия к изменениям, качественно совершенствуют систему контроля и обеспечения внутренних процессов, при положительном исходе. Подобные инновации могут возникать путём ведения активной экспериментальной деятельности, изменения первоначальной формы предприятия, что приводит к обнаружению более интересных направлений развития инновации и её применения, отходя при этом от изначальной задумки [5]. Безусловно, радикальные инновации являются практичным и действенным вариантом поведения организации при возникновении обстоятельств, подталкивающих к скорым изменениям, так же как и стабилизация связей с внешней средой и установление контакта с представителями рынка, поддерживающими сообществами, так как при введении совершенно новых продуктов и услуг предприятию нужны стабилизирующие ресурсы, учитывая, что радикальные инновации и их использование в конечном итоге приводят к двум вариантам исхода:

1. Предприятие выживает, трансформируется и становится образцовым участником рынка, изменяя стандарты ведения деятельности и повышая планку качества реализации продуктов и услуг;

2. Предприятие теряет свои позиции на рынке, становясь плохим примером для конкурентных структур.

Соответственно, при планировании и организации инновационных изменений на предприятии очень важно грамотно сопоставлять приоритетные задачи и распределять ресурсы между процессами их решения.

Не менее важной частью исследования является рассмотрение современной парадигмы управленческих инноваций, которая в её базовом виде представлена в труде Мизринь Л.А. и Хоревой Л.В. Далее приведена преобразованная схема реализации инноваций на предприятии с учётом предложенной трактовки парадигмы и ответвлений инновационной политики (Рис. 2).



Рисунок 2 – Схема определения целей построения инновационной стратегии управления на предприятии сферы услуг

Источник: составлено авторами по [1], [4].

Анализируя схему, следует пояснить, что представляют собой части структуры при создании принципиально нового продукта на основании инновационной стратегии. Так, теоретический (методологический) базис включает разработку новых инструкций, методов и нормативных документов, которые лягут в основу практической составляющей. Практический базис предполагает использование новых требований в действии, их адаптацию под потребности организации и моделирование новых ценностей в соответствии с ожиданиями кадрового состава, партнёров и потребителей. Инновационная политика в схеме разделяется на конкретные направления, которые стоят в порядке значимости в контексте раскрытия основ инновационной стратегии социального управления, что подразумевает главенствующую роль социальной политики, ориентированной на три основные категории человеческих ресурсов. В дальнейшем изменённая или вновь сформированная социальная политика в её первоначальном виде совершенствуется посредством слияния с теоретической (методологической) составляющей разработки и внедрения инноваций в условиях конкретных департаментов или всего предприятия. Качественный симбиоз на теоретическом уровне позволяет укрепить и логически подстроить концепцию под будущую стратегию и рассматриваемое направление, которая может включать целеполагание, проработку инструментов, планируемых к использованию, выявление средств достижения обозначенных целей и т.п. [3]. Общая цель организации заключается в комплексе ресурсов, разработанных методик, качественно совмещённых ценностей и принципов, политик, эффективное сочетание и использование которых привело к разработке нового продукта, изменившего рыночную нишу и уступающего потребностям всех заинтересованных сторон.

В заключение можно сделать вывод о том, что менеджмент в сфере услуг часто основан на категориях жизнеобеспечивающих ресурсов, состав и количество которых определяют степень готовности обеспечивать организацию мероприятий в контексте достижения целей предприятия. Инновационный менеджмент, в свою очередь, основывается на привлечении данных ресурсов, разработке методов, подстроенных под современный рынок услуг, качестве и адаптивности результатов научно-технологического прогресса.

са, сопутствующих потребностях и выгодах, извлекаемых предприятиями из симбиоза перечисленных составляющих, при помощи человеческого капитала.

Список использованных источников

1. Кособоков А.Ю., Купоров Ю.Ю. Теоретические основы инновационной политики в социальной сфере // Экономическая теория. – 2022. – № 209. – С. 253-257. – URL: https://ecsfn.ru/wp-content/uploads/202204_253.pdf (дата обращения: 21.06.2024).
2. Кучумов А.В., Еремичева П.Ю. Специфика предпринимательства в Китае // Стратегии развития предпринимательства в современных условиях: сборник материалов VIII международной научно-практической конференции. Санкт-Петербург, 23 апреля 2024 г. / под ред. д-ра экон. наук, проф. Е.В. Ялунер, канд. эк. наук, доц. Е.А. Чернышевой. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2024. С. 63-66. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_69029244_85137917.pdf (дата обращения: 21.06.2024).
3. Кучумов А.В., Еремичева П.Ю. Базовые признаки неэффективного ведения стратегии продвижения в социальных сетях предприятий гостеприимства // Управление социально-экономическим развитием: инновационный и стратегический подходы. – 2024. – С. 260-264. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_67243497_73908517.pdf (дата обращения: 23.06.2024).
4. Миэринь Л.А., Хорева Л.В. Стратегии социальных инноваций и риски их игнорирования // Human Progress. – 2022. – Том 8. – Вып. 3. – С. 8. – URL: http://progress-human.com/images/2022/Том8_3/Mierin.pdf (дата обращения: 21.06.2024).
5. Тавбулатова З.К., Сулумов И.О. Определение важнейших закономерностей и характерных черт радикального инновационного процесса // Иннов: электронный научный журнал. – 2016. – № 4(29). – С. 13. – URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Определение-важнейших-закономерностей-и-характерных-Тавбулатова-Сулумов/cdfba430f9eeef1603ace1e050cb5400df87b5ac> (дата обращения: 21.06.2024).
6. Tidd J., Bessant J. Strategic Innovation Management. Foundations of managing innovation: Part I // Research gate, 2014. – URL: https://www.researchgate.net/publication/285734720_Strategic_Innovation_Management (accessed 20.06.2024).
7. IDEASCALE // What is Innovation Management? Definition, Process and Best Practices. – URL: <https://ideascale.com/blog/what-is-innovation-management/#> (accessed 20.06.2024).