

**N.S. Shmuratko**

## **FEATURES OF STRATEGIC PLANNING OF INNOVATION ACTIVITY IN SERVICE SECTOR**

**Natalia Shmuratko** – candidate for PhD at the Department of Management of Economic and Social Processes of Saint-Petersburg State University of Cinema and Television, St. Petersburg; **e-mail: natashmuratko@mail.ru.**

*Under modern conditions changes in external and internal environment of service sector companies encourage the economic entities to search for new ways and methods to increase the efficiency and quality of services that depend not only on the range of their features but also on certain indicators influencing the development of social sphere including the welfare, population working capacity and economic stability. The priority of strategic management of innovation companies in service sector is the development and approval of innovation implementation strategy and ways to carry it out. Creating new kinds of services and ways to provide them is seen as the most promising direction of the strategy of development of economic entities in service sector being the basis for further improvement of other directions. The importance of determining the most promising strategy of innovation development results from the need to maximize the economic effect of innovations.*

*Our own contribution consists in analyzing the structural changes in the economy and substantiating the need to apply the complex approach to managing innovation activities of service sector companies.*

**Keywords:** *innovation activity; service sector; strategic planning; strategic management; strategy of innovation implementation.*

**Н.С. Шмуратко**

## **ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ УСЛУГ**

**Наталья Сергеевна Шмуратко** – аспирант кафедры управления экономическими и социальными процессами ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный университет кино и телевидения», г. Санкт-Петербург; **e-mail: natashmuratko@mail.ru.**

*В современных условиях изменения во внешней и внутренних средах предприятий сферы услуг стимулируют субъекты хозяйствования к поиску новых способов и методов повышения эффективности и качества оказываемых услуг, которые зависят не только от совокупности их свойств, но также от ряда показателей, оказывающих влияние на развитие социальной сферы, включающих уровень материальной обеспеченности, работоспособность населения, стабильность экономической ситуации. Первоочередной задачей в процессе стратегического управления инновационными предприятиями сферы услуг является разработка и утверждение стратегии внедрения нововведений и способов ее реализации. Наиболее перспективным направлением стратегии развития субъектов хозяйствования сферы услуг, служащим основой для дальнейшего усовершенствования всех остальных направлений развития, является создание новых видов услуг и способов их оказания. Важность определения наиболее перспективной стратегии инновационного развития обусловлена необходимостью получения максимального экономического эффекта от внедрения новшеств.*

*Вклад автора в развитие темы статьи состоит в анализе структурных изменений в экономике, обосновании необходимости применения комплексного подхода к управлению инновационной деятельностью предприятий сферы услуг.*

**Ключевые слова:** *инновационная деятельность; сфера услуг; стратегическое планирование; стратегическое управление; стратегия внедрения нововведений.*

С переходом человечества из индустриальной эпохи в информационную произошло смещение интересов конечных потребителей в сторону сферы услуг. Основная особенность сервисной экономики заключается в том, что оказание услуг неразрывно связано с непосредственным контактом между исполнителем, оказывающим услугу, и потребителем.

Структурное изменение экономики в сторону увеличения сектора сферы услуг вызвало необходимость изменения условий производственной деятельности большей части трудоспособного населения, должностных инструкций и требований и, как следствие, модернизации методов и способов организации труда и управления на предприятиях.

Услуги являются областью различных видов деятельности, удовлетворяющих потребности как отдельной личности, так и группы лиц, предприятий.

Составными частями понятия услуги являются две взаимосвязанные составляющие, включающие цель создания услуги, вызванную необходимостью получения какой-либо помощи, и действия, совершаемые для ее осуществления.

Отличительными особенностями предоставления услуг от производства материальных благ являются: неосвязаемость выпускаемой продукции, высокая степень контакта с потребителем, низкая величина материальных затрат, большая вариативность, низкая номенклатурность, сложность оценки конечного результата.

Осуществление инновационной деятельности применительно к сфере услуг является перспективной темой для исследования.

Первоначально рассматривать вопрос о внедрении инноваций в сфере услуг стали зарубежные исследователи, в том числе Р. Баррас [2], который установил, что исследование инноваций в сфере услуг существенно отличается от рассмотрения данной темы при производстве продукции. Традиционно инновационная деятельность рассматривается с позиций теории «жизненного цикла», в соответствии с которой изначально ее основной целью

является создание нового продукта, отвечающего поставленным требованиям. В дальнейшем инновации служат способом повышения эффективности процесса производства нового продукта, например путем снижения издержек.

В настоящее время большинство исследователей придерживаются метода синтеза при изучении инновационной деятельности в сфере услуг. Данный метод акцентируется на многомерности и сложности сферы услуг и промышленного производства, приводящих к такому явлению, как пакетирование продуктов обеих сфер. Приверженцы метода синтеза проводят исследования с учетом тесной взаимозависимости двух сфер осуществления хозяйственной деятельности [3].

Сфера услуг в сегодняшних экономических условиях является наиболее приоритетной и быстро развивающейся сферой осуществления деятельности субъектов хозяйствования, она направлена на удовлетворение нужд и потребностей граждан. Увеличение и качественное изменение потребностей населения обуславливает рост и развитие сферы услуг.

В современных условиях изменения во внешней и внутренних средах предприятий сферы услуг стимулируют субъекты хозяйствования к поиску новых способов и методов повышения эффективности и качества оказываемых услуг, которые зависят не только от совокупности их свойств, но также от ряда показателей, оказывающих влияние на развитие социальной сферы, включающих уровень материальной обеспеченности, работоспособность населения, стабильность экономической ситуации.

Деятельность по созданию и внедрению инноваций в сфере услуг направлена как на сферу производства сопутствующих товаров и усовершенствование организационного процесса для повышения качества оказываемых услуг, так и на определение потребностей конкретных потребителей. Многомерность задачи обуславливает необходимость комплексного подхода к ее решению, включающего в себя такие функции, как прогнозирование,

анализ, целенаправленность на определенные группы потребителей, рациональность использования всех необходимых для осуществления услуг ресурсов.

Первоочередной задачей в процессе стратегического управления инновационными предприятиями сферы услуг является разработка и утверждение стратегии внедрения нововведений и способов ее реализации. Наиболее перспективным направлением стратегии развития субъектов хозяйствования сферы услуг, служащим основой для дальнейшего усовершенствования всех остальных направлений развития, является создание новых видов услуг и способов их оказания.

Стратегическое планирование и определение наиболее перспективной стратегии инновационного развития составляют основу стратегического управления, целями которого является достижение успе-

ха и положительного экономического результата от инновационной деятельности. В то же время в условиях рыночной экономики ориентация на экономический результат является недостаточной мерой в достижении конкурентных преимуществ. Необходимо на постоянной основе проводить мониторинг рынка новых технологий в сфере услуг и планировать их применение на своем предприятии.

### ЛИТЕРАТУРА

1. *Лацоник У.* Теория инновационного предприятия // *Terraeconomicus*: сб. статей российских и зарубежных экономистов начала XXI века. М.: Наука-Спектр, 2008.
2. *Barras R.* Towards a Theory of Innovation in Services // *Research Policy*. 1986. Vol. 15 (4). P. 161–173.
3. *Womack J.P., Jones D.T.* *Lean Thinking*. London: Simon & Schuster, 1996.