

УДК 360. 380
DOI: 10.18721/ЖЕ.10116

А.И. Шлафман

УПРАВЛЕНИЕ ЖИЗНЕННЫМ ЦИКЛОМ ИННОВАЦИЙ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

Определена позиция в отношении методических основ определения сроков завершения отдельных этапов жизненного цикла организаций и предприятий сферы услуг. Важнейшим условием обеспечения поступательного развития предприятий сферы услуг является своевременная модернизация базовых идей основной деятельности, которая позволит сохранять конкурентные позиции на рынке. Вместе с тем с учетом специфики предприятий сферы услуг, которые организованы в форме малых и средних предприятий, важным моментом является определение максимально точного периода внедрения инноваций, дабы избежать распыления небольшого венчурного капитала предприятий. Процесс инновирования и отдельные инновационные решения в сфере услуг формируют новые источники конкурентных преимуществ, формируют и укрепляют конкурентные преимущества предприятий сферы услуг. Важным для современных руководителей предприятий сферы услуг является вооружение управленческой деятельности прикладными моделями и методиками, способными указать с наименьшей погрешностью сроки необходимых изменений и оценить степень их воздействия на деятельность предприятия сферы услуг. Структурно в основу оценки жизненного цикла предприятий сферы услуг инновации ложатся как фактор увеличения продолжительности этапов развития. При этом расширяется и область стагнации. В своей динамике предприятие сферы услуг способно спрогнозировать сроки и последовательность внедрения желаемых инноваций в целях увеличения продолжительности этапов развития собственного дела. Поиску теоретического обоснования и практического применения методических разработок по определению сроков внедрения инноваций и посвящено исследование. Область применения предполагаемых результатов исследования лежит в части стратегического развития предприятий сферы услуг.

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ; РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ; ИННОВАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ; РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИЙ В СФЕРЕ УСЛУГ; ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ; ЭТАПЫ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ; ТРЕБУЮЩИЕ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИИ.

A.I. Shlafman

LIFECYCLE MANAGEMENT INNOVATIONS OF THE SERVICE INDUSTRIES

In the present article the author's position in relation to the methodological principles of determining the timing of the completion of individual stages of the life cycle of organizations and enterprises of sphere of services. The most important condition for sustained development of the enterprises of sphere of services is the timely upgrade of the basic ideas of the main activities that will allow you to maintain a competitive position in the market. However, given the specificity of services, which are organized in the form of small and medium enterprises, the important point is determining the most accurate period of innovation, in order to avoid spraying a small venture capital enterprises. The process of introduction of innovations and some innovative solutions in the sphere of services forms as new sources of competitive advantages and build competitive advantage in service industries. Important for modern heads of the enterprises of sphere of services is the weaponry of management activities applied to models and techniques able to point with the least error in terms of necessary changes and assess their impact on the activities of the enterprise of sphere of services. Structurally, the assessment of the life cycle of services innovation fall as a factor of increasing the duration of stages of development. At the same time expanding and the area of stagnation. In the dynamics of the service operator is able to predict the timing and sequence of implementation of the desired innovation in order to increase the duration of the



stages of development of their business. The search for a theoretical substantiation and practical application of methodological approaches to the definition of terms innovation and dedicated to the material. The scope of the expected outcomes of the study lies in the part of the strategic development of the enterprises of sphere of services.

ECONOMICS OF SERVICE INDUSTRIES; THE DEVELOPMENT OF SERVICE INDUSTRIES; INNOVATION ACTIVITY; INNOVATION IN SERVICES; LIFE CYCLE SERVICES; THE LIFECYCLE OF SERVICES THAT REQUIRE INNOVATION.

Введение. Экономика России в свете мировых тенденций перехода от постиндустриального общества к доминированию сферы услуг сталкивается с новыми задачами осмысления теории и практики развития предприятий сферы услуг.

В современной теории и практике экономики сферы услуг предприятия сталкиваются с малоразвитым инструментарием прогнозирования и планирования деятельности на долгосрочную перспективу, особенно остро стоят вопросы прогнозирования на стратегическом уровне управления [1, 4, 6, 7, 10, 13, 20].

Разделяя задачи процедур прогнозирования, как способов определения индикаторов для дальнейшего развития, и планирования, как системы взаимосвязанных последовательностей действий по достижению целей, выстроенных в соответствии с прогнозом, само исследование инструментария представляется востребованным для обеих процедур.

В условиях динамично изменяющихся воздействий множества факторов развития руководители предприятий сферы услуг разрабатывают организационные решения, которые предстоит внедрять. Важными решениями в области стратегического планирования являются своевременность принятия управленческих решений и сроки реализации новых инициатив.

Сфера услуг как деятельность, основанная на реализации нематериальных благ, имеет существенную особенность в области инновирования. Каждая следующая инновация после начала деятельности предприятия явно отражается на конечном результате, а составляющие инновационных решений, будь то организационные или технологические инновации, различимы получателем нематериальных благ. Таким образом, инновационные решения в сфере услуг легко могут быть скопированы, что заставляет руководителей сферы услуг задумываться над реализацией последовательного внедрения цепочки новаторских решений, важнейшим

условием реализации которых является определение сроков начала их внедрения и последующего вовлечения новых решений.

Основной целью исследования является разработка методических рекомендаций для определения срочности, своевременности и рациональности принятия управленческих решений о внедрении инноваций, необходимых для обеспечения поступательного развития предприятий сферы услуг. В каждом отдельном направлении развития предприятий сферы услуг факторы роста неоднородны, однако для подобных наборов условий развития могут быть рекомендованы типовые инструменты планирования и прогнозирования последовательного внедрения инновационных решений.

Методика исследования. Важной категорией в планировании деятельности и прогнозировании результатов деятельности предприятий сферы услуг является жизненный цикл организации, который опирается на особенности оказания и продвижения конечного результата хозяйствования – услуги. Сама же услуга и способы ее оказания модернизируются под воздействием инновационных решений различного плана, расширяя временные границы жизненного цикла предприятий сферы услуг.

Жизненный цикл организации сферы услуг представляется как предмет планирования, так и набором индикаторов, которые подлежат прогнозированию. Особую важность для принятия стратегических решений имеет определение горизонта планирования сроков внедрения и реализации организационно-экономических решений. Горизонт представляет собой рубеж сроков, преодоление которых делает бессмысленным или малоэффективной реализацию множества нововведений.

Современные исследователи отмечают, что «... в общем смысле под горизонтом планирования принято считать промежуток от принятия плана до момента его реализации, однако, как правило, в экономике невоз-

можно установить точную дату, когда те или иные планы могут быть достигнуты» [12]. Таким образом, формирование инструментария для определения сроков отдельных этапов жизненного цикла, а также последовательности их реализации, является востребованным элементом методического аппарата планирования и прогнозирования деятельности предприятий сферы услуг.

Определение сроков для реализации плана и прогноз индикаторов для конкретного действия опираются на исходные характеристики точки отсчета. В большинстве литературных источников такой точкой отсчета является момент принятия решения о создании бизнеса или поступления первых средств на его реализацию [1, 2, 8, 9, 14–18].

Определяя состояние предприятия сферы услуг как социально-экономической системы в «точке с координатами (0:0)», следует определить направление развития системы, ее внутренние характеристики и вектор движения системы в целом.

Общее направление развитие системы определяется характеристиками услуги, которую оказывает предприятие. Для предприятия сферы услуг каждое свойство оказываемой услуги, а также работы по ее сопровождению формируют представление о конкурентных преимуществах предприятия и его услуге на рынке конечного потребления.

В современных представлениях об анализе потребительских предпочтений тяжело разделить конкретные свойства услуги. Представляется невозможным описать бесконечное множество характеристик услуги, которые могут привлечь или оттолкнуть потребителя. Их влияние на принятие конечного решения о приобретении неоднородно, но их совокупность представляет собой единую картину, образ услуги на рынке. В свою очередь, для предприятия образ услуги представляется множеством конкурентных преимуществ, которые могут быть достигнуты предприятием сферы услуг. Безусловно, предельные значения конкурентных преимуществ недоступны большинству хозяйствующих субъектов, но каждое предприятие сферы услуг старается достичь наилучших значений за счет использования собственного набора источников конкурентных преимуществ. Их подмножества представляются ог-

раниченным количеством и могут быть достаточно легко сгруппированы и описаны.

Представляется возможным представить бесконечное множество свойств услуги и работ, связанных с ее продвижением, как бесконечное множество точек замкнутой окружности в двухмерной плоскости. Сложным в построении модели представляется определение радиуса этой окружности, потому как он формируется через определение доли, силы участия, выделяемых источников конкурентных преимуществ.

Каждый источник конкурентного преимущества формирует временной отрезок, в течение которого отдельный набор конкурентных преимуществ будет неповторим [3, 5, 7, 11, 18, 19]. Этот срок определяется временем, которое потребуется для внедрения в собственный образ оказания услуг тех же источников конкурентных преимуществ, которые уже используются конкурентом.

То есть формируется некоторый период надежного использования источника конкурентного преимущества, на котором достигнутые свойства конкурентных преимуществ доступны только его обладателю. Повторение конкурентом характеристик источника конкурентных преимуществ соперника, делает соперника уязвимым в рыночной борьбе.

Таким образом, определение срока повторения конкурентом всего набора источников конкурентных преимуществ соперника является той точкой во времени, когда соперник начнет терять свои позиции. Методические разработки, позволяющие рассчитать этот момент времени, определяют сроки переходного периода в развитии жизненного цикла организации в пределах от поступательного развития к стагнации или сокращению. Этот переломный момент в жизни каждого предприятия является предельным периодом времени для внедрения инновационных решений, позволяющих давать дополнительный импульс деятельности, и той перспективой, когда любое нововведение будет отягощено потерями в основной деятельности.

Вместе с тем хотелось бы заметить, что прогнозирование периода продолжительности отдельных этапов жизненного цикла на плоскости представляется упрощенной моделью. Проблематика воздействия источников конкурентных преимуществ на продолжи-



тельность надежного использования конкурентных преимуществ является объемной, потому как каждый источник конкурентных преимуществ как самостоятельный радиус формирует свой сектор воздействий на конкурентные преимущества, но плоскости этих секторов не совпадают друг с другом.

Решением наложенных условий является работа с последовательным учетом соотношения плоскостей, через \cos кривого пространства, позволяющего проецировать вектор конкурентного преимущества в объемном представлении на плоскость, уже сформированную за счет предыдущих двух источников конкурентных преимуществ.

Таким образом, можно последовательно учесть воздействие каждого конкурентного преимущества на общую продолжительность этапа жизненного цикла до момента обязательного внедрения инновационного решения и модернизации хозяйственной деятельности.

Важным условием является определение приоритетов учета продолжительности службы конкурентных преимуществ, выраженных в радиусах. Так, обязательно начинать расчеты с максимальных радиусов, следуя в модели к менее продолжительным воздействиям.

Результаты исследования. Основным результатом проведенного исследования следует отметить предложенный методический подход к определению сроков инициации инновационной активности и сроков ее возобновления для обеспечения увеличения продолжительности периодов роста жизненного цикла предприятий сферы услуг.

Предлагаемый подход с достаточной степенью точности позволяет прогнозировать время и продолжительность жизненного цикла отдельного инновационного решения с момента его внедрения до момента необходимости внедрения следующего.

Выводы. Представленный материал представляет собой авторское видение проблемы своевременности внедрения инноваций на

этапах жизненного цикла предприятий сферы услуг. В ходе исследования предложенной инструментальной, с помощью которого современный руководитель предприятия сферы услуг способен рационально мыслить и своевременно принимать организационные решения по внедрению инноваций в деятельность подконтрольного предприятия. При этом может быть выстроена стратегия последовательного инновирования, определяющая место и роль каждого инновационного решения для деятельности предприятия сферы услуг в отношении регулирования темпов его развития.

В дальнейших исследованиях предстоит учесть характер рисков и оценить вероятность их проявления для выбранных инноваций, а также разработать систему мер по компенсации негативного воздействия риск-факторов на деятельность предприятия сферы услуг в процессах внедрения инновационных решений.

Математическое решение о поиске длины окружности на плоскости формирует представление об этапе жизненного цикла, на котором необходимо внедрять изменения, с другой стороны, погрешность предлагаемого метода еще не была оценена. При ее внедрении и апробации в рамках стратегических планов действующих предприятий сферы услуг должны быть получены результаты, которые позволят подкорректировать математическую модель.

Важно отметить, что математическая модель представления об определении срока службы конкурентных преимуществ, позволяющая прогнозировать продолжительность этапов жизненного цикла в настоящее время, по нашему мнению, сводится к решению на плоскости. Вероятно, можно найти объемные решения поставленных задач, которые смогут снизить погрешность при прогнозировании сроков внедрения следующих инновационных решений.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алиев Э.Г. Кобицкий Д.А. Развитие инновационных организационно-хозяйственных форм в предпринимательстве // Вестник Национальной академии туризма. 2012. № 1. С. 57–61.

2. Аристархов Л.Н., Юсупов О.Р. Инновации в экономике сферы услуг и проблемы развития предпринимательства в полиграфической отрасли // Мир экономики и права. 2015. № 10. С. 28–32.

3. **Бабкин А.В., Чистякова О.В.** Развитие инновационного предпринимательства в России: понятие, динамика, проблемы, направления развития // Экономическое возрождение России. 2014. № 4(42). С. 157–170.
4. **Баснукаев М.Ш.** Место и роль инвестирования инновационной деятельности в интеграционных процессах экономических систем региона // Экономика и предпринимательство. 2015. № 6-2. С. 253–255.
5. **Благих И.А., Хан И.Р.** Развитие экономикоматематических инструментов для оценки конкурентоспособности предприятий сферы услуг // Вестник Национальной академии туризма. 2011. № 4. С. 67.
6. **Богачев В.Ф., Веретенников Н.П.** Формирование организационно-экономического механизма регулирования потребления водных биологических ресурсов // Мир экономики и права. 2013. № 7-8. С. 4–11.
7. **Веретенников Н.П., Леонтьев Р.Г.** Корпоративное управление инвестициями в сфере телекоммуникаций // Экономика и управление: [российский научный журнал]. 2008. № 4. С. 41–46.
8. **Власова Т.И., Карташова Р.А.** Инновационные направления повышения эффективности функционирования туристской отрасли // Вестник Национальной академии туризма. 2011. № 17. С. 19–22.
9. **Клейман А.А., Бабанчикова О.А.** Контракты жизненного цикла как инновационный подход к комплексному решению инфраструктурных проблем в туризме // Вестник Национальной академии туризма. 2012. № 1(21). С. 18–21.
10. **Арлашкина Н.Н., Бром А.Е., Гайфутдинова О.С., Гамбург А.В.** и др. Методология планирования инновационного развития экономических систем : моногр. СПб.: Изд-во СПбПУ, 2008. 378 с.
11. **Мотгаева А.Б.** Основные приоритеты инновационного развития российских регионов // Экономика и предпринимательство. 2016. № 4-1(69-1). С. 1124–1129.
12. **Мотгаева А.Б.** Формирование инновационной и региональной политики РФ в условиях жестких санкций // Науковедение: [интернет-журнал]. 2015. Т. 7, № 3. С. 55.
13. **Новиков А.О., Бабкин А.В.** Анализ подходов и методов оценки инновационного потенциала предприятия // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2009. № 2-2(75). С. 193–204.
14. **Пушкина В.П.** Причинно-следственные зависимости развития редевелопмента предпринимательства // Вестник национальной академии туризма. 2016. № 3(39). С. 80–81.
15. **Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б.** Современный экономический словарь. 2-е изд. М.: Инфра-М, 1999. 479 с.
16. **Фабричнова Т.Г.** Платные услуги в здравоохранении – самостоятельный источник формирования финансовых ресурсов // Мир экономики и права. 2015. № 6. С. 34–37.
17. **Цацулин А.Н., Бабкин А.В.** Экономический анализ комплексной инновационной активности: сущность и подходы // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2012. № 4(151). С. 132–144.
18. **Цацулин А.Н., Яковлев М.А.** Показатели инновационной активности хозяйствующих субъектов: мифы и реалии // Вестник национальной академии туризма. 2013. № 2. С. 58–63.
19. **Рудык Н.Б., Семенова Е.В.** Рынок корпоративного контроля: слияния, жесткие поглощения и выкупы долговым финансированием. М.: Финансы и статистика, 2000. 266 с.
20. **Lajoux A.R.** The art of M&A Integration: a guide to Mergering Resourses, prosses and responsibilities. New York: McGraw-Hill, 1997. 1.

ШЛАФМАН Александр Изевич – доцент Балтийской академии туризма и предпринимательства, кандидат экономических наук. E-mail: izevich@yandex.ru

REFERENCES

1. **Aliev E.G., Kobitskii D.A.** Razvitie innovatsionnykh organizatsionno-khoziaistvennykh form v predprinimatel'stve. *Vestnik Natsional'noi akademii turizma*. 2012. № 1. S. 57–61. (rus)
2. **Aristarkhov L.N., Iusupov O.R.** Innovatsii v ekonomike sfery uslug i problemy razvitiia predprinimatel'stva v poligraficheskoi otrasli. *Mir ekonomiki i prava*. 2015. № 10. S. 28–32. (rus)
3. **Babkin A.V., Chistiakova O.V.** Razvitie innovatsionnogo predprinimatel'stva v Rossii: poniatie, dinamika, problemy, napravleniia razvitiia. *Ekonomicheskoe vozrozhdenie Rossii*. 2014. № 4(42). S. 157–170. (rus)
4. **Basnukaev M.Sh.** Mesto i rol' investirovaniia innovatsionnoi deiatel'nosti v integratsionnykh protsessakh ekonomicheskikh sistem regiona. *Ekonomika i predprinimatel'stvo*. 2015. № 6-2. S. 253–255. (rus)
5. **Blagikh I.A., Khan I.R.** Razvitie ekonomikomatematicheskikh instrumentov dlia otsenki konkurentosposobnosti predpriatii sfery uslug. *Vestnik Natsional'noi akademii turizma*. 2011. № 4. S. 67. (rus)
6. **Bogachev V.F., Veretennikov N.P.** Formirovanie organizatsionno-ekonomicheskoe mekhanizma regulirovaniia potrebleniia vodnykh biologicheskikh resursov. *Mir ekonomiki i prava*. 2013. № 7-8. S. 4–11. (rus)



7. **Veretennikov N.P., Leont'ev R.G.** Korporativnoe upravlenie investitsiiami v sfere telekommunikatsii. *Ekonomika i upravlenie: rossiiskii nauchnyi zhurnal*. 2008. № 4. S. 41–46. (rus)
8. **Vlasova T.I., Kartashova R.A.** Innovatsionnye napravleniia povysheniia effektivnosti funktsionirovaniia turistskoi otrasli. *Vestnik Natsional'noi akademii turizma*. 2011. № 17. S. 19–22. (rus)
9. **Kleiman A.A., Babanchikova O.A.** Kontrakty zhiznennogo tsikla kak innovatsionnyi podkhod k kompleksnomu resheniiu infrastrukturnykh problem v turizme. *Vestnik Natsional'noi akademii turizma*. 2012. № 1(21). S. 18–21. (rus)
10. **Arlashkina N.N., Brom A.E., Gaifutdinova O.S., Gamburg A.V.** i dr. Metodologiya planirovaniia innovatsionnogo razvitiia ekonomicheskikh sistem : monogr. SPb.: Izd-vo SPbPU, 2008. 378 s. (rus)
11. **Mottaeva A.B.** Osnovnye priority innovatsionnogo razvitiia rossiiskikh regionov. *Ekonomika i predprinimatel'stvo*. 2016. № 4-1(69-1). S. 1124–1129. (rus)
12. **Mottaeva A.B.** Formirovanie innovatsionnoi i regional'noi politiki RF v usloviakh zhestkikh sanktsii. *Naukovedenie: internet-zhurnal*. 2015. T. 7, № 3. S. 55. (rus)
13. **Novikov A.O., Babkin A.V.** Analiz podkhodov i metodov otsenki innovatsionnogo potentsiala predpriiatiia. *St. Petersburg State Polytechnical University Journal. Economics*, 2009, no. 2-2(75), pp. 193–204. (rus)
14. **Pushkina V.P.** Prichinno-sledstvennye zavisimosti razvitiia redevelopmenta predprinimatel'stva. *Vestnik natsional'noi akademii turizma*. 2016. № 3(39). S. 80–81. (rus)
15. **Raizberg B.A., Lozovskii L.Sh., Starodubtseva E.B.** Sovremennyi ekonomicheskii slovar'. 2-e izd. M.: Infra-M, 1999. 479 s. (rus)
16. **Fabrichnova T.G.** Platnye uslugi v zdravookhraneni — samostoiatel'nyi istochnik formirovaniia finansovykh resursov. *Mir ekonomiki i prava*. 2015. № 6. S. 34–37. (rus)
17. **Tsatsulin A.N., Babkin A.V.** Economic analysis of integrated innovation activity: essence and approaches. *St. Petersburg State Polytechnical University Journal. Economics*, 2012, no. 4(151), pp. 132–144. (rus)
18. **Tsatsulin A.N., Iakovlev M.A.** Pokazateli innovatsionnoi aktivnosti khoziaistvuiushchikh sub"ektov: mify i realii. *Vestnik natsional'noi akademii turizma*. 2013. № 2. S. 58–63. (rus)
19. **Rudyk N.B., Semenkova E.V.** Rynok korporativnogo kontroliia: sliianiia, zhestkie pogloshcheniia i vykupy dolgovym finansirovaniem. M.: Finansy i statistika, 2000. 266 s. (rus)
20. **Lajoux A.R.** The art of M&A Integration: a guide to Merging Resources, processes and responsibilities. New York: McGraw-Hill, 1997. 1.

SHLAFMAN Aleksandr I. — The Baltic Academy For Tourism And Entrepreneurship. E-mail: izevich@yandex.ru

Статья поступила в редакцию: 21.12.16