

УДК 338.12

ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИЙ В СФЕРЕ ПОСРЕДНИЧЕСКИХ УСЛУГ

Куракин В.И.

Генеральный директор, АО «Западно-Сибирская лизинговая компания»

г. Тюмень, Россия

FEATURES INNOVATIONS IN THE FIELD OF MEDIATION SERVICES

Kurakin V.I.

Director General of AO "West-Siberian Leasing Company"

Tyumen, Russia

Аннотация

В статье поднята проблема неразвитости инновационной деятельности в сфере посреднических услуг. Обоснована сложность открытия инновационных продуктов в этой сфере, их взаимосвязь с культурой партнера-потребителя посреднических услуг. Сделан вывод о необходимости сглаживания различий в культурном восприятии инноваций, наиболее значимым для субъектов рынка посреднических услуг.

Ключевые слова: инновации, посреднические услуги, социальные инновации, инновации процесса

Abstract

The article raised the issue of lack of development of innovative activity in the field of mediation. It substantiates the complexity of opening innovative products in this area, their relationship with the culture of the partner-consumer mediation. The conclusion about the need to smooth out the differences in the cultural perception of innovation, the most important for market participants mediation.

Keywords: innovation, intermediary services, social innovation, process innovation

Инновации, инновационная деятельность - это распространенная тема научных исследований. Множество работ посвящено классификации инноваций, анализу их видов и форм [1,2,3,4,5,6 и другие].

Традиционно начало исследованию инновационных процессов в экономике и обществе связывают с именем Кондратьева Н.Д. [3], который обнаружил существование «больших циклов» от начала базового нововведения до появления его различных модификаций, совершенствований и даже компиляций.

Классические классификации инноваций предполагают деление их на собственно инновации и видоизменения. Мы будем придерживаться основных типов инноваций, определенных Шумпетером Й.А. [5], который считает инновационную деятельность основной предпринимательской функцией.

Основываясь на мнении этого ученого, можно выделить две группы инноваций: инновации продукта и инновации процесса.

К инновациям продукта относятся новые продукты, удовлетворяющие известную потребность или новые продукты на конкретном рынке, которые для других рынков являются известными. К последней группе можно причислить подавляющее большинство продуктовых инноваций, позволяющих формировать спрос и поддерживать рыночное лидерство. Появление и/или использование новых видов сырья, по нашему мнению, также можно отнести к этой группе.

Инновации процесса - это принципиально иные способы или методы производства, новые способы организации бизнеса, принятия решений, мотивации и стимулирования труда, внедрение других типов организационных структур или бизнес-моделей.

При этом если в отношении технологических инноваций (новый продукт, сырье, метод производства) параметры новизны достаточно прозрачны и определить их сравнительно несложно, то в отношении управленческих и

процессных инноваций (бизнес-модели, организационные структуры, способы организации бизнеса) вопросы и дискуссии возникают всегда.

Процесс определения нового продукта (услуги) в посреднической сфере еще более сложен и многогранен. Бизнес финансовых (лизинговые компании, кредитные организации), маркетинговых (агентства, проводящие маркетинговые исследования, PR- агентства) и логистических (транспортных, складских) посредников построен на обслуживании производственных потоков и носит вторичных характер.

Если при разработке нового продукта предприниматель должен определить спрос и наладить производство опытной партии, то усилия предпринимателя, работающего в посредническом бизнесе должны быть направлены на убеждение пользователя услуг в преимуществе его новой услуги. При этом, в первом случае достаточно, чтобы продукт удовлетворял потребность лучше традиционных и попадал в фокус конкуренции [4, С.475-476].

Во втором случае другой предприниматель - партнер должен убедиться в выгоде для своей организации и для потребителя его услуг в дальнейшем. Более того, он должен быть активен для принятия инноваций, близок по культурному восприятию, организация должна быть примерно одного жизненного цикла, поскольку в посредническом бизнесе инновации не ограничиваются границами предприятия, предлагающего инновационные услуги, часто это совместная реализация инновационного процесса. В противном случае использование нововведения может прекратиться.

В таблице 1 представлены основные особенности инновационной деятельности в сфере посреднических услуг.

Таблица 1. Особенности инноваций в сфере посреднических услуг

№ п.п.	Особенность посреднической деятельности	Ограничения в области инноваций	Последствия	Возможности преодоления
1.	Неосвязаемость	Инновации необходимо демонстрировать с помощью	Необходимость использования специальных компетенций в	Совместная работа специалиста по коммуникациям с проектировщиками в

		вербальных каналов	области коммуникации. Отличное знание покупателя услуги, умение «продавать услугу» на его языке	проекте новой услуги
2.	Тесная взаимосвязь с потребителем услуги	При продаже инновационной услуги необходима близость культурного уровня потребителя-партнера	При пробном маркетинге необходимо выбирать потребителя – партнера. Массовое предложение услуги производить только после доработки с клиентом-партнером	Наличие стабильной клиентской базы, наличие лояльных клиентов, дающих организации «право на ошибку»
3.	Отсроченный характер получения результата	Дополнительные затраты на поддержание услуги	Наличие свободных средств для инвестиций	Партнёрские программы
4.	Субъективность при определении цены	Ценность услуги воспринимается только узким кругом клиентов	Ограниченное распространение	Необходимость оформления пакетов услуг с опционным набором функций (меню услуг)
5.	Широкое предложение услуг-субститутов	Затраты на исследования инновационной активности на смежных рынках	Отрицательные: неприятие услуги Положительные: продвижение услуги на рынки товаров-субститутов	При исследовании потенциала услуги разрабатывать варианты ее реализации на рынке товаров-субститутов, особенно конкурентно на близких рынках

Представленный перечень особенностей инноваций в сфере посреднических услуг далеко не полон, однако охватывает основные моменты инновационной деятельности в этой сфере.

Таким образом, инновации в сфере посреднических услуг (инновации процесса) можно отнести к группе социальных инноваций, которые по мнению А.И. Пригожина наиболее рискованны, т. к. напрямую выходят на людей и

зачастую имеют необратимый характер [4, С.761]. Для возможности широкого распространения социальных инноваций необходима определенная форма существования предпринимательской свободы человека, воспитание ценности инновационного развития.

Например, Ельмеева И. Г. [1] при исследовании форм инновационного предпринимательства делает вывод о необходимости воспитания инновационного человека, имея ввиду, то, что каждый гражданин должен стать адаптивным к постоянным изменениям: в собственной жизни, в экономическом развитии, в развитии науки и технологий, — активным инициатором и производителем этих изменений. [1, С. 299].

При реализации идеи воспитания инновационного человека возможности развития инноваций как основной предпринимательской функции реализуются в различных сферах, в том числе и посредническом бизнесе.

Библиографический список:

1. Вареник К.А. Теория инноваций как ключевое направление научных исследований XX века // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 5.
2. Ельмеева И. Г. Инновационное предпринимательство в России: положение среди мировых лидеров инновационной деятельности // Молодой ученый. — 2013. — №5. — С. 296-299.
3. Кондратьев Н.Д. Большие циклы конъюнктуры и теории предвидения. Изб. Труды. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2002 - 767 с.
4. Пригожин А.И. Методы развития организаций-М.: МЦФЭР, 2003.- 864 с.
5. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития- воспр. по изд. М.- «Прогресс» - 1982. -355 с.
6. Яковец Ю.В. Эпохальные инновации 21 века. – М.: ЗАО «Издательство Экономика», 2004 - 437 с.