

УДК 334.7

**Майборода В. М.**

*vladyslavmajboroda@gmail.com,*

аспірант,

Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

## УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ

***Анотація.** У статті досліджуються теоретичні аспекти управління інноваційним розвитком підприємств сфери послуг. Актуальність дослідження визначається, насамперед, необхідністю формування послідовності управлінського впливу та визначення його інструментарію для досягнення високої ефективності процесу інноваційного розвитку підприємств сфери послуг. При написанні використано аналітичні методи при виявленні та опрацюванні основних визначень поняття “управління інноваційним розвитком”, застосовано метод наукової абстракції при побудові структурно-логічної схеми процесу управління інноваційним розвитком підприємства сфери послуг. У матеріалах статті акцентовано увагу на факторах, які зумовлюють формування мети та завдань управлінського впливу на інноваційний розвиток підприємств сфери послуг. Визначено, що при визначенні орієнтирів планування завдань управління інноваційним розвитком підприємства сфери послуг слід зосередити увагу на особливостях сфери діяльності та невизначеності процесу прийняття інноваційних рішень. Особлива увага зосереджена на визначенні структурно-логічних зв’язків між принципами, методами та функціями управління інноваційним розвитком. Досліджено та проаналізовано основні стратегічні орієнтири управління інноваційним розвитком підприємств сфери послуг. Запропоновано використовувати визначення управління інноваційним розвитком із врахуванням характерних особливостей самого інноваційного процесу в сфері обслуговування.*

**Ключові слова:** управління інноваційним розвитком, підприємство сфери послуг, інноваційний процес.

**Maiboroda Vladyslav**

*vladyslavmajboroda@gmail.com,*

Postgraduate,

Lviv University of Trade and Economics, Lviv

## INNOVATIVE DEVELOPMENT MANAGEMENT OF SERVICE SECTOR ENTERPRISES

***Abstract.** The article investigates the theoretical aspects of managing the innovative development of enterprises in the service sector. The relevance of the research is determined, first of all, by the need to form a sequence of managerial influence and define its tools to achieve high efficiency of the process of innovative development of service enterprises. When writing the article, analytical methods were used to identify and elaborate the basic definitions of the concept of "innovative development management", the method of scientific abstraction was used in the development of a structural-logical scheme of the process of managing the servicing enterprise innovative development. In the materials of the article, attention is focused on the factors that determine the formation of goals and tasks of managerial influence on the innovative development of service enterprises. It was determined that when determining the guidelines for planning the tasks of managing the innovative development of a service sector enterprise, attention should be focused on the specifics of the field of activity and the uncertainty of the innovative decisions making process. Special attention is focused on determining the structural and logical connections between the principles, methods and functions of innovative development management. The main strategic orientations of innovative development management of enterprises in the service sector have been studied and analyzed. It is proposed to use the definition of innovative development management, taking into account the characteristic features of the innovative process in the service sector itself.*

**Key words:** innovative development management, service sector enterprise, innovation process.

**JEL Classification:** M12

**DOI:** <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2022-33-07>

**Постановка проблеми.** Ефективне управління інноваційним розвитком підприємства сфери послуг не залежить від масштабів діяльності і визначає рівень його конкурентоспроможності. Міцність та стійкість конкурентної переваги підприємства, установи чи організації визначається сприйнятливістю до будь-яких продуктових, технологічних та організаційних змін, спровокованих, як правило, спілкуванням із потенційним клієнтом. Незважаючи на багато факторів, що обмежують впровадження інновацій у підприємствах сфери послуг, їх комерціалізація є необхідною, оскільки це дає можливість швидшої адаптації до змін, що відбуваються в середовищі діяльності.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Свої праці питанням управління інноваційним розвитком присвятило багато вітчизняних та зарубіжних дослідників, а саме: К. Фрімен, П. Друкер, Дж. Тіс, К. Кристенсен, Г. Мінцберг, П. Лемерля, Б. Лундвалл, Г. Менш, Е. Менсфілд, К. Найт, Р. Нельсон, Дж. Б. Куїнн, Б. Твісс, Р. Уотермен, С. Гошал, Б. Мільнер, О. Бутнік-Сіверський, Т. Васильців, В. Геєць, Т. Іванюта, С. Ілляшенко, О. Марченко, О. Кириченко, А. Єпіфанова, І. Федулова та ін.

Дослідженню особливостей процесу інноваційного розвитку в сфері послуг присвячені роботи сучасних економічних науковців С. М. Ілляшенка, О. О. Лапко, Л. І. Федулової, Н. І. Чухрай, Р. Стерн, Б. Хокман та ін.

Серед робіт, присвячених створенню моделей управління інноваційним розвитком, варто виокремити праці таких учених: К. А. Багриновського, М. А. Бендикова, А. А. Іващенко, А. А. Колобова.

**Постановка завдання.** Основними завданнями статті є дослідження теоретичної основи та практичного інструментарію здійснення управління інноваційним розвитком підприємств сфери послуг з метою більш повного задоволення потреб клієнтів та посилення конкурентних переваг в умовах мінливого економічного середовища.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Необхідність задовольняти все більше вимог клієнтів та посилення конкуренції спонукає підприємства до внесення змін у різні сфери своєї діяльності, зокрема в економіко-організаційний управлінський механізм [1].

Організаційна компетентність для ефективного управління інноваціями є навичкою, що включає послідовність дій, починаючи від створення, реалізації та дифузії ідей, практичне використання яких супроводжується конкретними економічними та соціальними ефектами, тобто комерціалізацією [2].

Отож управлінням інноваційним розвитком підприємств сфери послуг можна вважати прийняття всіх рішень у сфері інноваційної діяльності, а саме: реалізацію стадій планування, організації та контролю індивідуальної та колективної

діяльності для провадження інноваційного процесу [3]. Управляючи власним інноваційним розвитком, підприємства сфери послуг матимуть значно більший вплив на діяльність своїх клієнтів.

Загальна концепція процесу управління інноваційним розвитком повинна чітко визначати суб'єктів та об'єкти управління, мету, принципи та дії, а також функції, методи та інструменти, за допомогою яких будуть досягнуті поставлені цілі. Оскільки підприємство сфери послуг зразу отримує інформацію про якість наданих послуг та рекомендації щодо їх покращення, не можна ігнорувати вплив інших зовнішніх факторів, які безпосередньо чи опосередковано визначають попит і пропозицію на інноваційні ідеї та рішення у сфері послуг, а отже можуть регулювати рівень новизни та адекватності запропонованих підприємством інноваційних заходів [4] (рис. 1).

Іншими словами, управління інноваційним розвитком не може пов'язуватися виключно з процесом "виштовхування" інновацій, оскільки передбачає формування передумов для якісних змін у науково-технічному розвитку підприємств, які ретранслюють ринкові співвідношення у формі готової інноваційної продукції та послуг.

Дослідники інноваційного розвитку М. Рогоза та К. Вергал визначили необхідність чіткої векторизації напряму та супутніх дій процесу управління інноваційним розвитком підприємств сфери послуг через непередбачуваність наслідків реалізації змін [6, с. 14]. Але варто зауважити, що основним фактором координації управлінських дій та реалізації рішень залишаються працівники, які несуть у собі соціально-психологічний аспект впровадження інноваційних змін, та клієнти (споживачі послуг), які характеризуються у сфері обслуговування швидкою реакцією на будь-які інновації чи інноваційні рішення технічного, економічного, організаційного та іншого характеру.

Слід зазначити, що особливістю управлінського впливу у сфері інноваційного розвитку є інноваційний лаг, що визначається часом між впровадженням інновації та ефектом від її реалізації, а особливістю сфери послуг є мінімальна тривалість інноваційного лагу, що зумовлює необхідність чіткої координації дій при реалізації інноваційного рішення.

Основу процесу управління інноваційним розвитком становить формулювання мети та завдань управлінського впливу, їх експертиза та реалізація. На формулювання мети інноваційного розвитку підприємств сфери послуг впливає: наявність інвестиційних ресурсів з метою формування новоствореної вартості в процесі надання послуг; використання наявного фізичного (матеріального) капіталу задля зростання ефективності обслуговування та рівень кваліфікації персоналу та використання ним креативного мислення для

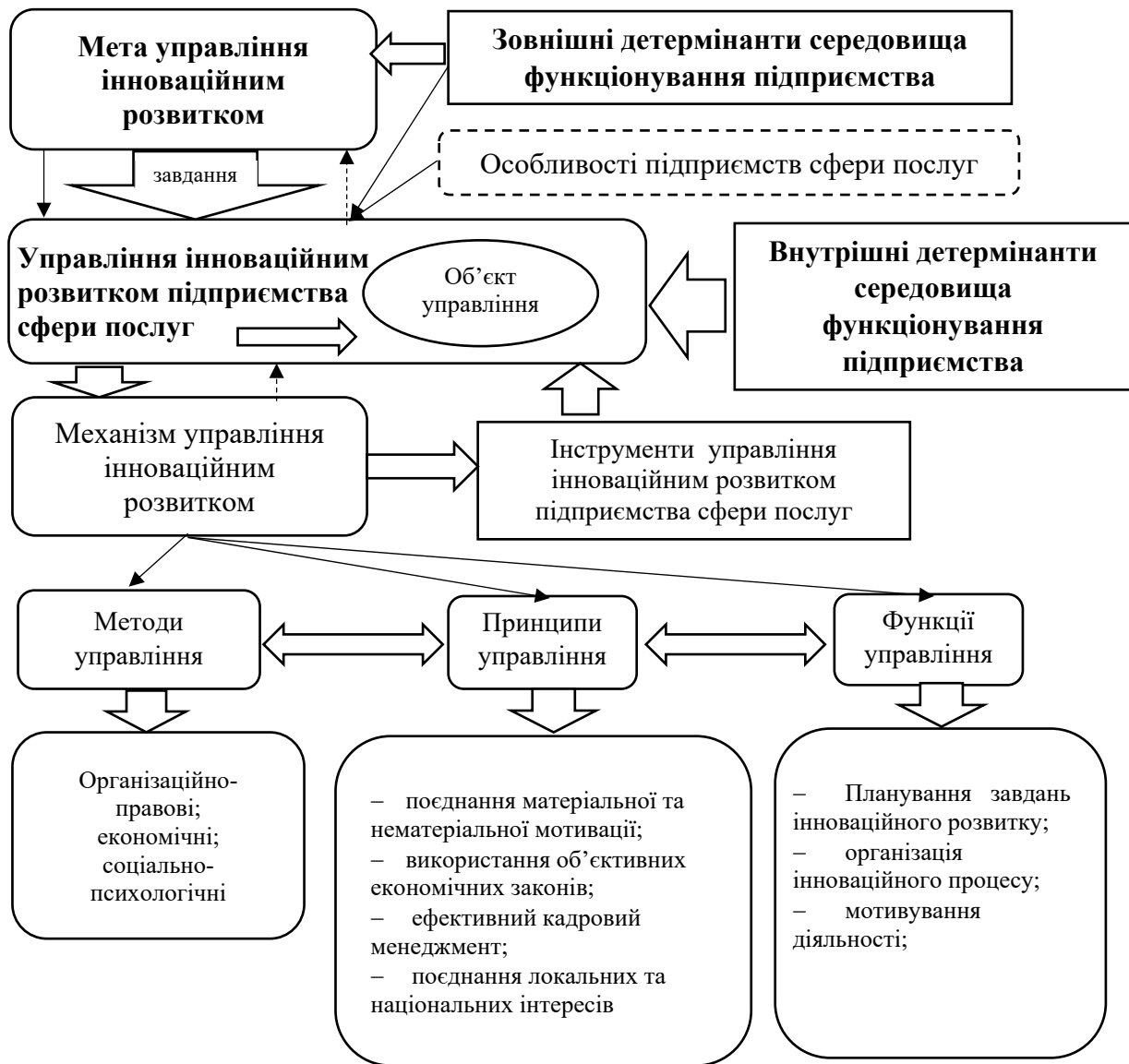


Рис. 1. Структура управління інноваційним розвитком підприємства сфери послуг

Джерело: сформовано автором на основі [5]

створення базису інноваційного потенціалу в довгостроковому періоді.

Н. Корнілова стверджує, що на мету та завдання управління інноваційним розвитком підприємств сфери послуг впливають такі стратегічні орієнтири, як:

- кон'юнктура ринку досліджуваної категорії послуг;
- наявність патентів та інших охоронних документів на певні види послуг, технології їх надання, рішення, які стосуються зростання їх ефективності як у масштабах одного підприємства, так і у масштабах певної галузі;
- інвестиційний клімат всередині країни та за її межами тощо [7].

Потрібно зважити на те, що мета управління інноваційним розвитком підприємств сфери послуг визначається не лише вектором матеріальних мож-

ливостей та ресурсів, а в першу чергу прагненням якнайшвидше задовольнити потреби споживача послуги, використовуючи при цьому модернізацію методів, функцій та інструментів управління, диверсифікацію джерел фінансування та постійний контроль за ефективністю реалізації якісних інноваційних змін. При цьому інноваційний розвиток набуватиме значення не лише для процесу реалізації інновацій та інноваційних змін, але і результату їх здійснення. Хоча варто зауважити, що планування та управління інноваційним розвитком є достатньо невизначеним процесом через складність вимірювання прогнозованої ефективності результатів інноваційного процесу. Така невизначеність зумовлює низький рівень формалізації оціночних критеріїв на кожному етапі моніторингу та контролю провадження інноваційного розвитку підприємств сфери послуг.

Доречним в аспекті створення соціально-етичної бізнес-моделі підприємства сфери послуг є використання теорії “ціннісної інновації”, запропонованої Ч. Кімом та Р. Моборном [8]. Дослідники стверджують, що метою управління інноваційним розвитком є формулювання ціннісних орієнтирів соціально відповідального інноваційного бізнесу: декларування майбутніх змін керівництвом із висвітленням наслідків (соціальних та економічних) та результатів впровадження інноваційних рішень; формування концепції стратегічного інноваційного розвитку з урахуванням інтересів усіх стейкхолдерів, причому споживачі послуг вважаються “ініціаторами інновацій” поряд із самим підприємством; проведення експертизи практичної здійсності теоретичних конструкцій інновацій тощо [9].

Головною метою будь-якого підприємства є створення цінності у вигляді високоякісних продуктів і послуг для своїх клієнтів за певну винагороду. Таким чином, зрозуміло, що кожна організація має індивідуальну схему створення, видачі та отримання прибутку, яка при правильній реалізації забезпечить її подальший розвиток.

Завдання управління інноваційним розвитком підприємства сфери послуг можна представити у вигляді дерева рішень чи сформувати у вигляді мережевої моделі, що відобразатиме ієрархію рішень за критерієм їх важливості. До них можна віднести: зростання конкурентоспроможності галузі (підприємства) сфери послуг; формування інформаційного забезпечення інноваційного партнерства, забезпечення оптимізації використання ресурсів, забезпечення нових форм фінансування інноваційного розвитку тощо [10].

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Формування теоретичної парадигми та практичного інструментарію реалізації управління інноваційним розвитком забезпечує створення базису для здійснення інноваційних змін навіть у період турбулентності. Правильно визначені фактори впливу, генеровані завдання та мета інноваційного розвитку допоможуть підприємству сфери послуг врахувати наявність незначного інноваційного лагу та швидкість реакції споживачів послуг для створення передумов реалізації інноваційної стратегії діяльності.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Sopińska A. Otwarte innowacje bazujące na mądrości “tłumu” – podstawa sukcesu współczesnego przedsiębiorstwa. *Zarządzanie i Finanse*. 2013. Nr 4.1. S. 1.
2. Kokot-Stępień P. Zarządzanie innowacjami jako źródło konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw. *Zeszyty Naukowe. Organizacja i Zarządzanie/Politechnika Śląska*. 2017.
3. Brojak-Trzaskowska M. Zarządzanie innowacjami, [w:] Engelhardt J. (red.): *Zarządzanie przedsiębiorstwem*. Warszawa : CeDeWu, 2014. S. 180.

4. Барна С. С. Концепція управління інноваційним розвитком енергосервісних підприємств. *Інноваційна економіка*. 2020. № 3–4. С. 71–77.

5. Князевич А. О., Крайчук О. В. *Механізми управління інноваційним розвитком* : моногр. Рівне : РДГУ, 2011. 133 с.

6. Рогоза М. Є., Вергал К. Ю. Стратегічний інноваційний розвиток підприємств: моделі та механізми : монографія. Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. 136 с.

7. Корнілова Н. В. Методологічні аспекти формування інноваційної стратегії розвитку підприємства сфери послуг. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. № 6. С. 107.

8. W. Chan Kim, Renee Mauborgne. Value Innovation: The Strategic Logic of High Growth. URL: <http://www.csom.umn.edu/assets/2435.pdf>.

9. Ціннісна інновація. URL: <http://www.strategy.com.ua/Articles/Content?Id=368>.

10. Пілюшенко В. Л., Аракелова І. О. Стратегія інноваційного управління сферою послуг на основі маркетингового підходу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2013. № 4. С. 133–142.

## REFERENCES

1. Sopińska A. (2013), Otwarte innowacje bazujące na mądrości “tłumu” – podstawa sukcesu współczesnego przedsiębiorstwa, *Zarządzanie i Finanse*, Nr 4.1, s. 1.
2. Kokot-Stępień P. (2017), Zarządzanie innowacjami jako źródło konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw, *Zeszyty Naukowe. Organizacja i Zarządzanie/Politechnika Śląska*.
3. Brojak-Trzaskowska M. (2014), Zarządzanie innowacjami, [w:] Engelhardt J. (red.): *Zarządzanie przedsiębiorstwem*, CeDeWu, Warszawa, s. 180.
4. Barna, S. S. (2020), “The concept of management of innovative development of energy service enterprises”, *Innovatsijna ekonomika*, no. 3–4, pp. 71–77.
5. Kniavezvych, A. O. and Krajchuk, O. V. (2011), *Mekhanizmy upravlinnia innovatsijnym rozvytkom* [Mechanisms of management of innovative development], RDHU, Rivne, 133 p.
6. Rohoza, M. Ye. and Verhal, K. Yu. (2011), *Stratehichnyj innovatsijnyj rozvytok pidpryemstv: modeli ta mekhanizmy* [Strategic innovative development of enterprises: models and mechanisms], RVV PUET, Poltava, 136 p.
7. Kornilova, N. V. (2015), “Methodological aspects of the formation of an innovative strategy for the development of an enterprise in the service sector, *Naukovyy visnyk Khersons'koho derzhavnoho universytetu*”, no. 6, p. 107.
8. W. Chan Kim, Renee Mauborgne. Value Innovation: The Strategic Logic of High Growth, available at: <http://www.csom.umn.edu/assets/2435.pdf>.
9. Tsinnisna innovatsiia, available at: <http://www.strategy.com.ua/Articles/Content?Id=368>.
10. Piliushenko, V. L. and Arakelova, I. O. (2013), “Strategy of innovative management of the sphere of services based on the marketing approach”, *Marketynh i menedzhment innovatsij*, no. 4, pp. 133–142.

Стаття надійшла до редакції 04 липня 2022 року