

ставит на первый план проблему ликвидности фирмы, которую различные фирмы решают по-разному, изыскивая свои пути для уменьшения издержек.

Таким образом, наиболее актуальными на сегодняшний день являются проблемы заинтересовывания клиентов в услугах фирмы, расширения клиентской базы и уменьшения издержек фирмы для сохранения ликвидности бизнеса.

М.А. Тымчур, А.В. Емельянова, И.В. Климентьева

Российский государственный профессионально-педагогический университет

ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ УСЛУГ

На сегодняшний день сфера услуг нуждается в усилении взаимосвязи со стратегией развития народнохозяйственного комплекса в целом. Сфера услуг зависит не только от потребительско-стоимостных свойств произведенного продукта, но и от таких социальных показателей, как уровень и качество жизни, здоровье и экономическая активность населения, социальная напряженность, развитие социальной сферы.

Можно утверждать, что инновационная деятельность в сфере услуг по своей направленности должна не только охватывать сферу производства товаров и сферу их потребления в целом, но и отслеживать особенности конкретных потребителей, что, в конечном счете, обуславливает необходимость программного подхода, предусматривающего прогнозирование, избирательность и адресность, рациональность использования всех типов ресурсов. Учитывая сложившуюся специфику управления народнохозяйственным комплексом, состав хозяйствующих субъектов-товаропроизводителей и структуру сферы услуг, представляется возможным определить и целесообразную структуру инновационной деятельности в данной сфере.

Инновационная деятельность в сфере услуг должна быть связана с прогнозируемым результатом, который приводит к изменениям как внутри предприятия-товаропроизводителя, так и во внешней среде. Например, рост платежеспособного спроса сопровождается повышением требований к потребительским свойствам выпускаемой продукции, что вынуждает предприятия расширять и обновлять ее номенклатуру, вносить соответствующие изменения в конструкцию и дизайн товаров, перестраивать маркетинговые сети, разнообразить ассортимент услуг на потребительском рынке. Расширение потребностей в сфере услуг обуславливает трансформации в производственном процессе товаропроизводителей, в информационных системах. Развитие сферы услуг формирует новую конкурентную среду и новые потребности в товарах и услугах.

Организация инновационной деятельности предприятий, представляющих сферу услуг, должна обеспечивать, во-первых, достижение общего видения предложения услуг на потребительском рынке; во-вторых, определение стратегических приоритетов в преобразовании данной сферы; в-третьих, разработку стратегии деятельности предприятий в длительной перспективе; в-четвертых, создание системы коммуникаций, ориентированной на реализацию услуг; в-пятых, формирование инновационного персонала с определением зон ответственности за результаты работы; в-шестых, внедрение системного контроллинга процессов развития услуг на потребительском рынке. Реализация данных направлений, по нашему мнению, создаст условия для расширения рынка услуг, усилит конкурентные позиции и премущества предприятий сферы услуг.