



Роль инноваций в повышении конкурентоспособности компаний на мировом рынке услуг*

В.Н. Кириллов

Суть современного подхода организации производственного процесса состоит в обеспечении гибкого поведения в условиях децентрализованной организационной структуры. Его механизмы призваны изменить не структуру, а повседневную деятельность менеджеров. Безусловно, в фирме ВР были централизованы некоторые функции, в том числе дизайн информационных систем, некоторые виды специализированных технических экспертиз.

Особую роль в разработке инновационных подходов в предоставлении услуг занимают малые и средние предприятия (МСП), которые, в отличие от крупных, часто не связаны необходимостью продолжения окупаемости производства и смело переключаются на выпуск новых товаров. По мнению Ф.Мера, главного советника Национального научного центра Франции, любая страна - экспортер может занять более достойное место на мировой арене, если развитие инноваций, особенно в области НИОКР, не будет ограничиваться только крупными предприятиями, поскольку для повышения глобальной конкурентоспособности необходимо развивать инновационный потенциал МСП. С этой целью предлагается оказывать государственную финансовую помощь МСП при найме квалифицированного персонала, имеющего научные степени и переориентировать государственные исследования в соответствии с четко определенными приоритетами на поддержку крупных инновационных проектов, а также направить часть государственных финансов на практическую реализацию НИОКР, т.е. создание продуктов, а также обеспечить МСП более высокие гарантии по риску, связанному с освоением инноваций путем трансформации налогового кредита на исследования в налоговый кредит на разработку и внедрение

инновации, что будет способствовать развитию научно-технических исследований и сохранению свободы выбора предприятий, облегчению доступа МСП к европейским программам НИОКР, располагающим крупными средствами.^{4**}

Выявляется процесс формирования инноваций в самой сфере услуг. Инновации на предприятиях сферы услуг часто осуществляются при отсутствии обособленного исследовательского подразделения. Их задачи выполняют «инновационные форумы», действующие на многих предприятиях. Жюри форумов ежегодно или раз в два года собирают детальные сведения о различных успешно реализованных на предприятии нововведениях. Такие форумы несколько напоминают так называемые «ящики идей», которые используют для стимулирования исследований некоторые промышленные фирмы. Само существование таких форумов свидетельствует о признании многообразия источников инноваций: новые идеи могут родиться и пройти испытание только в контакте с клиентами и при их участии.

Таким образом, осуществление НИОКР в сфере услуг как бы «рассеивается» внутри организации, что требует разработанных организационных структур с использованием достижений информатики и мобилизации достижений науки и технологии применительно к решению возникающих проблем (модификация программного обеспечения, информационных систем, оборудования в соответствии с потребностями организации).

Вместе с тем, следует отметить, что разрыв между инновациями и производительностью, инновациями и НИОКР, инновациями и производственными технологиями затрудняет

* Окончание статьи. Начало см. в №1 за 2009 г.

** Нумерация примечаний продолжающаяся.



статистический анализ показателей отрасли, определение воздействия инноваций на ее экономическую активность и использование такого показателя, как объем НИОКР для измерения влияния инноваций.⁵

Инновации в сфере услуг сталкиваются с двумя основными проблемами. Первая состоит в отсутствии у производителя практической возможности «показать» услугу клиенту до ее реализации, чтобы получить его одобрение. Если это новая услуга, потребитель сможет оценить ее только после ее предоставления, тогда как сам процесс предоставления услуги связан с многочисленными неопределенностями.

Вторая проблема – экономическая жизнеспособность инноваций, которые должны постоянно приспосабливаться к непредсказуемости спроса. Их решению способствует растущая «гибридизация» сферы услуг и производства и разработка на этой основе новых стратегий развития:

- индустриализация сферы услуг, т.е. создание базовых стандартизированных модулей услуг, которые можно изменять в соответствии с пожеланиями клиента;

- выработка иллюзорной концепции «повышения роли покупателя» при выборе услуги, то есть предоставление предприятием клиенту лишь необходимых материальных элементов для реализации услуги при осуществлении выбора услуги самим потребителем, что снижает неопределенность и недоверие между контрагентами;

- формирование «качественного подхода», т.е. тщательного изучения потребностей потребителя, что обеспечивает участие пользователя в процесс выработки ассортимента предлагаемых ему услуг и его постоянного реагирования на сделанные ему предложения.

Прямые отношения между предприятием, предлагающим услугу, и потребителем, предполагают наличие у первого соответствующих компетенций и способности реагировать на меняющийся спрос покупателя, часто поддерживаются с помощью технологических вспомогательных инструментов (создание и поддержание баз данных, экспертных систем и т.д.). Выбранные стратегические ориентации обуславливают использование соответствующи-

щих организационных форм и способов инноваций, в которых сочетаются экономические преимущества, связанные с наличием соответствующих товаров и услуг. Наличие в различных странах несовпадающих моделей инноваций, в основе которых лежит различная логика, выдвигает проблему пересмотра сильных и слабых сторон национальных систем «производства» инноваций.

Одна из самых эффективных систем инновационного подхода к развитию индустрии услуг сформирована в Индии, в сфере информационных услуг. Индия занимает главные позиции в мировой информационной индустрии. По оценкам, около 20% всех информационных продуктов (программных средств и информационных услуг) обеспечивается фирмами этой страны.⁶ Относительно быстрый рост этой наукоемкой отрасли экономики с начала 90-х гг. стимулировался правительства страны. Компаниям, занятым в данной отрасли, были обеспечены все возможные льготные условия для развития и расширения экспорта. В результате к началу XXI в. доходы от экспорта программного обеспечения достигли 8,2 млрд долл.⁷ Более половины всех разработок информационных продуктов производится в Бангалоре. Предполагается, что к 2010 г. объем экспортных продаж может составить 50 млрд долл. Как отмечают руководители многих индийских компаний, «все, чего мы добились, - только благодаря государству». Трудно было поверить, что бывшая британская колония, получившая независимость около 60 лет назад, стала столь серьезным игроком на рынке информационных технологий, с которым вынуждены считаться все ведущие страны мира. Правительство Индии реально использовало методы руководства отраслью, апробированные во времена централизованного планирования в СССР.

Индийский рецепт прорыва на рынке информационных технологий заключается в создании специальной государственной организации, взявшей на себя задачу формирования сети «софтверных» технопарков (Software Technology Parks of India - STPI). STPI зарегистрирована как государственная общественная некоммерческая организация, которая предоставляет компаниям-разработчикам программного обеспечения выделенные каналы спутниковой связи для поставки продукции на экспорт, оказывает юридическую и другую административ-



ную помощь, зачастую принимая на себя функции посредника между государством и бизнесменами. На территории технопарка в Бангалоре расположены офисы 125 компаний. Еще 40 выкупили участки земли, вплотную прилегающие к этой площади. Всего же Бангалорский технопарк обслуживает более 1100 крупных предприятий, а работает в нем около 110 тысяч программистов. Хотя эта организация позиционирует себя как неприбыльная, фактически она является крупнейшим в стране интернет-провайдером, работающим по рыночным ценам. «Неприбыльность» по-индийски заключается в том, что реальный доход инвестируется в инфраструктуру технопарков. Сейчас по стране их действует около 30. Семь из них - это крупные наземные центры коммутации со спутниками, обеспечивающие связью все остальные, более мелкие филиалы, сеть которых достаточно хорошо развита по стране. Штаб-квартира находится в Дели, хотя столицей индустрии информационных технологий считается самый крупный технопарк в стране, расположенный в Бангалоре.

Технопарк - это крупнейший обучающий центр страны, причем учатся в нем в большинстве своем дипломированные специалисты. После приема на работу компании, как правило, в течение 3-6 месяцев проводят тренинги для новых сотрудников. За год они повторяются два-три раза. И средства на этом не экономятся. К примеру, компания Wipro за месяц принимает на работу и отправляет на переподготовку примерно 300 программистов.

Индустрия производства программного обеспечения была создано государством. Оно выступило основным инвестором на начальном этапе развития технопарка. Первые три года он существовал исключительно за счет государственных дотаций. Возможно, это придало уверенности инвесторам в том, что их деньги не пропадут, если будут вложены в индийскую информационную индустрию, и они действительно не пропали. Сегодня в Бангалоре строятся офисы крупнейших в мире компаний, которые заинтересованы в привлечении иностранных (в данном случае - индийских) ресурсов к производству своей продукции на условиях аутсорсинга. Первым стимулом для них является дешевизна рабочей силы в Индии. Программисты того же уровня в промышленно развитых государствах стоят в два-три раза

дороже, а качество продукта при этом не страдает. Обучение в университетах специалистов по информационным технологиям достаточно доступное. При этом, следует отметить, что эта доступность существует благодаря государству, которое его дотирует. Как результат - 85 тысяч программистов оканчивают вузы каждый год. В Индии для того, чтобы зарегистрировать компанию в сфере информационных технологий и получить налоговые льготы, необходимо сформулировать цель ее создания и хотя бы примерно сказать, когда она начнет приносить прибыль от экспорта программных продуктов. При этом государство ставит единственное условие: если фирма импортировала оборудование, к примеру, на миллион долларов, то в ближайшие пять лет объем ее экспорта должен составить три миллиона. Причем совершенно неважно, в чем он будет выражаться. Это могут быть как программные продукты, так и готовая компьютерная техника. По подсчетам специалистов STPI, один человек, работающий в сфере информационных технологий, создает рабочие места еще для шести. Необходимо отметить, что вся экономика Индии ориентирована на экспорт, однако рынку информационных технологий уделяется особое внимание. Ни одна другая отрасль не имеет таких льгот, хотя, наверное, каждая желала бы их получить. Фактически компании платят только корпоративный налог - 10%, а сотрудники - налог на заработную плату в размере 30%. Таким образом, в бюджет страны попадает более 800 миллионов долларов.

Свое положение английской колонии индийцы смогли обратить в плюс для себя и теперь заявляют о том, что они - второй англоговорящий ресурс в мире - население страны составляет около 1 млрд чел. До 2010 года правительство освободило все оборудование, которое завозится для своих нужд, от таможенных пошлин. Следует лишь предъявить документ от STPI, подтверждающий необходимость этой техники для функционирования компании. Как утверждают представители крупнейших индийских компаний, занятых в сфере информационных технологий, InfoSys и Wipro, проблем с получением подобных бумаг от администрации технопарка не существует. «Мы победили бюрократию. Весь процесс таможенного оформления разрешений на ввоз техники занимает не более получаса и полностью автоматизирован.



Система проверяет наличие компании в базе данных, список оборудования и заполненную стандартную форму для таможи», - отмечает Б.В. Найду, директор STPI.⁸

На фоне свободного импорта в качестве аргумента для инвесторов индийские предприниматели выставляют свое выгодное географическое положение и способность быстро реагировать на изменения на рынке высоких технологий. Основные заказчики – компании Америки и Европы - равноудалены друг от друга, но находятся в разных часовых поясах, что позволяет технопарку работать круглые сутки, используя одно и то же оборудование. В результате местные компании добились существенных результатов - 61% экспорта всей информационной продукции Индии идет в Северную Америку, 23% - в Европу, 4% - в Японию.

В годы ближайшей перспективы на рынке информационных услуг и других видов услуг, предусматривающих передачу информации в цифровой форме, ожидаются существенные перемены, связанные с интенсивным внедрением результатов инновационной деятельности компаний. Специалисты прогнозируют переход от информационных систем, принадлежащих отдельным предприятиям и организациям, к коллективному обслуживанию, сулящему определенные выгоды. В основе широкой рекламной кампании, проводимой крупными поставщиками компьютерного оборудования, провайдерами программного обеспечения и услуг, лежит убеждение в том, что в будущем компании будут приобретать необходимые им информационные технологии в виде услуг, предоставляемых через Интернет. Эти прогнозы подкрепляются массивными инвестициями в создание соответствующей инфраструктуры в сфере информационных технологий. Сейчас уже очевидно, что в годы ближайшей перспективы новые интернет-услуги обеспечат существенную экономию затрат по сравнению с традиционными внутренними системами и откроют новые возможности для межфирменного сотрудничества.

Организация предоставления услуг на основе использования сети Интернет полностью отличается от традиционной. Вместо создания и поддержания специализированных внутренних систем компании смогут арендовать у внешних провайдеров необходимые им функциональные возможности, будь то хранение инфор-

мации, мощности по обработке данных или специализированные прикладные системы. В самом общем виде архитектура интернет-обслуживания может быть представлена как состоящая из трех технологических уровней. В ее основе - стандарты и коммуникационные протоколы, позволяющие легко осуществлять обмен информацией между различными приложениями. На их основе строится следующий уровень - распределительная обслуживающая сеть, обеспечивающая осуществление деловых функций и операций через Интернет и включающая также набор обслуживающих программ, обеспечивающих передачу сообщений, идентификацию доступа, надежность и согласованность. Высший уровень архитектуры состоит из широкого спектра прикладных систем - от обработки кредитных карт до производственного диспетчирования, - которые автоматизируют конкретные функции бизнеса и с которыми непосредственно контактируют пользователи. Некоторые из них могут разрабатываться отдельными компаниями и принадлежать им или группе компаний, другие находиться в общем коллективном пользовании.

Архитектура «интернет-обслуживания», то есть предоставления услуг через сеть Интернет, представляет существенные преимущества по сравнению с применявшимися в 80-е и 90-е годы XX в. системами. Во-первых, она обеспечивает значительно более эффективный способ управления информационными технологиями за счет сокращения потребностей в инвестициях при закупке компаниями только требуемых им функциональных возможностей; снижения потребности в многочисленном штате специалистов; снижения риска использования устаревших технологий. Такая архитектура с ее стандартизированным характером и принципом «включай и работай» значительно облегчит осуществление компаниями экономически выгодного аутсорсинга. Во-вторых, архитектура «Интернет-обслуживания» обеспечивает более гибкие формы сотрудничества как внутри компании, так и между компанией и ее деловыми партнерами. Поскольку единые стандарты и протоколы станут всеобщими, станет возможной связь между всеми приложениями без дополнительного программирования. Это в свою очередь облегчит возможность изменения операций, смены партнеров в ответ на требования рынка или конкуренции.



Переход к новой архитектуре предоставления услуг требует от компаний значительных организационных и управленческих изменений, прежде всего затрагивающих подразделения информационных технологий. Последние должны развиваться одновременно в двух направлениях: пользоваться аутсорсингом многих традиционных функций и укреплять внутренний потенциал разработки услуг в сфере информационных технологий для продажи внешним пользователям. Перед ними встает задача интеграции новых навыков в области информационных технологий, разработки и применения прикладных систем, а также разнообразных систем безопасности.

Разработка методов предоставления услуг через сеть Интернет находится на ранней стадии, однако это не означает, что компаниям не следует начинать переход к новой стратегии работы на рынке информационных технологий. Опыт таких компаний, как Merrill Lynch, General Motors и Dell computers, дает возможность сформулировать некоторые рекомендации.

Предполагается, что на первых этапах новые методы предоставления услуг должны рассматриваться как дополнение к действующим системам. Провайдер услуг может связать традиционные прикладные системы с внешней сетью обслуживания, при этом они продолжают работать, но становятся доступными для других приложений в архитектуре «Интернет-обслуживания». Это процесс является систематизированным и ориентированным на ближайшие потребности, но с учетом перспективных возможностей. Так, компания General Motors создала систему, позволяющую осуществлять электронные коммуникации и взаимодействие с более чем 8 тыс. дилеров, имеющих собственные информационные системы различной спецификации и сложности.⁹

Первоначальные усилия по освоению новой архитектуры, как правило, направляются на области, представляющие взаимодействие предприятия с внешней средой, т.е. на виды деятельности и прикладные системы, связывающие компании с потребителями и другими компаниями. Наиболее очевидными примерами служат сбыт, управление снабжением и закупками. Именно в этих сферах ограниченность существующих систем использования информационных технологий наиболее показательна и обременительна. Это также подтвер-

ждается примером компании General Motors, а также фирмы Dell Computers, для которой связи с поставщиками компонентов играют ключевую роль в ее стратегии.

Компания Dell обновляет производственный график каждые два часа в зависимости от фактического поступления заказов и с помощью систем управления запасами поддерживает на сборочных заводах промежуточные запасы в объеме 2-5 часов.¹⁰ Процесс разработки внутрифирменной системы по обработке информации ставит очевидный вопрос о контроле над ее управлением. В условиях электронного взаимодействия группы компаний, имеющих различные внутренние системы и стандарты, установление четких полномочий чрезвычайно затруднено.

Отсюда необходимость установления общей терминологии и понятий и, следовательно, доверия между участниками. Этому процессу способствует постепенное, инкрементальное освоение «Интернет-обслуживания». Если установить взаимодействие с немногими давними партнерами, будет легче установить общий технический «язык». Коллективный подход будет естественным образом расширяться при расширении системы предоставления услуг через сеть Интернет.

Экономический эффект первоначальных сфер применения «Интернет-обслуживания» связан главным образом с экономией затрат, но в дальнейшем наибольшую выгоду получают компании, ставящие целью рост доходов. Например, новый подход предоставляет компаниям технические возможности предлагать свои компетенции в качестве услуг другим компаниям. Таким образом, передовые предприятия могут не только получать Интернет-услуги, но и продавать их. Так, CityBank уже предлагает пользователям свою автоматизированную систему расчетов CityConnect.

В этом плане Интернет способствует специализации ряда компаний на реализации таких функций, как управление отношениями с потребителями, управление инфраструктурой и освоение товарных инноваций. Предоставление услуг через сеть Интернет сможет стимулировать рост новых компаний за счет мобилизации ресурсов, направленных на привлечение широкого круга потребителей. Для обеспечения роста компаниям не придется приобретать



дополнительные активы, они смогут арендовать их в качестве Интернет-услуг у третьих сторон. Капиталоемкая модель обладания ресурсами будет замещаться более эффективной моделью гармоничного сочетания ресурсов. В результате может возникнуть и укрепится новый тип деловой организации, сфокусированный на соединении и координации деловых процессов в масштабах целых отраслей и рынков. Все это потребует не только новых информационных технологий, но и развития новых организационных компетенций, в том числе квалификации персонала, систем оценки результатов, систем вознаграждения и т.д.

Поставщики прикладных систем в области организации сбыта, материально-технического снабжения и т.п. ощущают потребность в дополнительных функциональных возможностях, при этом из двух возможных путей - самостоятельного их расширения и обращения к специализированным поставщикам - предпочтение во многих случаях отдается второму, более быстрому пути, позволяющему направить ограниченные ресурсы на привлечение потребителей. По мере совершенствования сетей обслуживания и при агрессивной политике доходов на базе возможностей, создаваемых использованием сети Интернет, могут стираться различия между пользователями и поставщиками Интернет-услуг. Компании будут поставлять услуги в тех областях, где обладают преимущественной компетенцией, и в то же время приобретать необходимые им услуги через сеть Интернет.

На российском рынке эффективно внедряют инновационные методы проникновения на рынок услуг многие крупные компании. Так например компания Microsoft-Россия строит отношения с российскими клиентами, выделяя «стратегических клиентов». Основными среди них являются «Сбербанк» России и «Сургутнефтегаз». Обычно с такими клиентами подписываются генеральные соглашения о сотрудничестве сроком на три года. Подобное соглашение - наиболее привилегированная форма сотрудничества компании Microsoft-Россия с крупнейшими корпоративными клиентами. Во всем мире у Microsoft имеется лишь несколько десятков таких стратегических клиентов. В результате реализации подобных соглашений клиенты получают широкий спектр услуг на постоянной основе. Так, например, по услови-

ям соглашения, заключенного в 90-е годы, специалисты нефтегазовой компании «Сургутнефтегаз» получили привилегированный доступ к ресурсам Microsoft Consulting Services. Компьютерщики компании смогли тестировать и изучать программные продукты Microsoft до начала их официальных продаж. Эксперты американской корпорации приняли участие в проектировании информационной сети «Сургутнефтегаза».

Практика деятельности компаний на рынке показывает возрастающую роль использования знаний в сфере производства для повышения конкурентоспособности.

Примечания:

4. Mer F. Pour une nouvelle politique d'innovation// CNPF. Revue des entreprises. - P., 1997. - N590. - P.24.
5. Callon M., Laredo Ph., Rabeharisoa V. Que signifie "innover" dans les services?// Recherche. - P., 1997. - N295. - p.36.
6. Бобровицкий А. Индийское информационное чудо // Киевские ведомости. 2002. 11 октября // <http://www.silicontiga.ru>
7. Как отмечает А. Бобровицкий эта цифра сопоставима с бюджетом Украины // Бобровицкий А. Индийское информационное чудо // Киевские ведомости. 2002. 11 октября // <http://www.silicontiga.ru>
8. Бобровицкий А. Индийское информационное чудо // Киевские ведомости. 2002. 11 октября // <http://www.silicontiga.ru>
9. Hagel J., Brown J.S. Your next IT strategy // Harvard business review. -Boston, 2001. -Vol. 79, №9. - P.110.
10. Hagel J., Brown J.S. Your next IT strategy // Harvard business review. -Boston, 2001. -Vol. 79, №9. - P.111.

Библиография:

- Бобровицкий А. Индийское информационное чудо // Киевские ведомости. 2002. 11 октября // <http://www.silicontiga.ru>
- Данилова Е.В. Торговля услугами// Управление международным обменом товаров, услуг и капитала. Под ред. Э.Э. Батизи. - М.: Издательский дом «Высшее образование и наука», 2004, с. 157-148.



Демидова Л. С. Экспансия сферы услуг/ В сб. Мировая экономика: глобальные тенденции за 100 лет. Под ред. И.С. Королева. – М.: Экономистъ. 2003, с. 155-175.

Дюмулен И.И. Международная торговля услугами. - М.: ЗАО «Издательство «Экономика». 2003.- 315 с.

Ливенцев Н.Н. Торговля услугами и ее место в международных экономических отношениях/ Н.Н Ливенцев, В.Б. Буглай// Международные экономические отношения. Под ред. В. Е. Рыбалкина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА. 2004. с. 175-198.

Chryssochoidis G.M., Wong V. Rolling out new products across country markets: An empirical study of causes of delays // J. of product innovation management. — N.Y., 1998. — Vol. 15, N 1. — P. 16-41

Gerybadze A., Reger G. Globalization of R&D: recent changes in the management of innovation in transnational corporations // Research policy. — 1999. — Vol.28, № 2-3. — P.251-274.

Hagel J., Brown J.S. Your next IT strategy // Harvard business review -Boston, 2001. -Vol. 79, №9. - P.105-113.

Hansen M.T., Oetinger von B. Introducing T-shaped managers: Knowledge management's next generation // Harvard business review - Boston, 2001. - Vol. 79, № 3. - P. 107-116.

Kim B., Lee Y. Global capacity expansion strategies: Lessons learned from two Korean carmakers // Long range planning. - Oxford etc., 2001. - Vol. 34, № 3. - P.309-333.

Mer F. Pour une nouvelle politique d'innovation// CNPF. Revue des entreprises. - P., 1997. -N590. - p.22-24.

Trouille J.-M., Barron A. Nouvelle economic, vieux problemes?: L'industrie allemande a l'heure digitale // Documents. - P., 2001. - N 3. - P.57-65.

Truch E. Knowledge management: Auditing and reporting intellectual capital // Journal of general management. - Oxford, 2001. - Vol. 26, № 3. - P.26-40.

Россия открывает свой рыбный рынок для Болгарии

Двусторонний меморандум был подписан в Брюсселе заместителем генерального директора Национальной ветеринаромедицинской службы Д. Илиевым и С. Данквертом, руководителем Российской федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному контролю. Болгария – единственная страна Евросоюза подписавшая соглашение с Россией о торговле рыбой и рыбными продуктами.

Болгарская продукция полностью отвечает ветеринарно – санитарным требованиям, предъявляемым российскими властями. В данный момент на территории Болгарии действуют 48 предприятий по переработке рыбы, 5 из которых проявляют интерес к торговле с Россией.

Все предприятия, желающие воспользоваться открывшейся возможностью, должны получить одобрение на торговлю в рамках Европейского Союза. Предприятия будут проверены Центральной комиссией Национальной ветеринаромедицинской службы, дабы гарантированно удостовериться в соблюдении ветеринарных и санитарных требований к переработке рыбы и рыбных продуктов.

Соб. инф.