ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ ECONOMY AND MANAGEMENT OF NATIONAL ECONOMY

УДК 332.47.7

<https://doi.org/10.23947/2413-1474-2020-4-3-6-12>

**Новая доминанта инновационной деятельности сервисной организации
в условиях цифровизации**

Меленкин В. Л.¹, Чешева К. К.²

¹Региональный финансово-экономический институт, г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация

²Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация

Устойчивое развитие экономики невозможно без инновационного влияния на методы и способы организационно-экономической деятельности с учетом социальных факторов природоресурсного капитала. В этой связи анализ глубинных основ инновационных аспектов в рамках цифровой деятельности является важнейшим направлением социально-экономического развития народного хозяйства как страны в целом, так и ее отдельных регионов. Исключительно важное значение в настоящее время приобрел фактор оцифровки экономики, что в конечном счете позволяет достаточно объективно дать оценку как устойчивости, так и эффективности поступательного движения всех аспектов народно-хозяйственной деятельности. Поэтому рассмотрение вопросов инновационной деятельности с учетом сервисной организации цифровизации является весьма актуальным в условиях трансформации социально-экономической доминанты в системе народного хозяйства.

Ключевые слова: экономика, территория, доминанта, оцифрование, деятельность, социальные аспекты, народное хозяйство.

Образец для цитирования: Меленкин, В. Л. Новая доминанта инновационной деятельности сервисной организации в условиях цифровизации / В. Л. Меленкин, К. А. Чешева // Экономика и экология территориальных образований. — 2020. — Т. 4, № 3. — С. 6–12, <https://doi.org/10.23947/2413-1474-2020-4-3-6-12>

New dominant of innovative activity of a service organization in the digitalization context

Melenkin V. L., Chesheva K. K.

Regional Financial and Economic Institute, Rostov-on-Don, Russian Federation

Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don, Russian Federation

Sustainable economic development is impossible without innovative influence on the methods and ways of organizational and economic activity, taking into account social factors of natural resource capital. In this regard, the analysis of the deep foundations of innovative aspects in the framework of digital activities is the most important direction of socio-economic development of the national economy, both in the country as a whole and in its individual regions. Currently, the factor of digitization of the economy has become extremely important, which ultimately allows us to fairly objectively assess both the stability and effectiveness of the progressive movement of all aspects of national economic activity. Therefore, consideration of issues of innovation activity with the service organization of digitalization is very relevant in the context of the transformation of the socio-economic dominant in the national economy.

Keywords: economy, territory, dominant, digitization, activity, social aspects, national economy.

For citation: V. L. Melenkin, K. K. Chesheva. New dominant of innovative activity of a service organization in the digitalization context. *Economy and ecology of territorial formations*, 2020, vol.4, no 3, pp. 6–12, <https://doi.org/10.23947/2413-1474-2020-4-3-6-12>

Введение. Сегодня с уверенностью можно говорить о том, что, начиная с рубежа XX и XXI веков в глобальном масштабе начался этап цифровизации экономических отношений, который связан с развитием принципиально новых форм взаимодействия субъектов этих отношений на основе внедрения инновационных разработок в области информатики и телекоммуникаций.

Проявление указанных признаков в деятельности все большего количества организаций сервисной сферы обусловило стремительное развитие такого явления, как цифровые, или электронные, услуги, под которыми понимается достаточно широкий спектр услуг, оказываемых при помощи сетевых технологий. При этом обеспечить их предоставление в условиях отсутствия информационных технологий как комбинации средств аппаратного и программного обеспечения не представляется возможным. В качестве примеров подобных услуг можно назвать электронную почту, электронные СМИ, хранилища файлов, электронную торговлю, онлайн-игры и т. д. Цифровые услуги в настоящее время пронизывают всю мировую экономику, а личная и профессиональная жизнь людей интегрируется с помощью цифровых услуг, обеспечивающих ее новое качество, недоступное на предыдущих этапах развития сервисной сферы. В связи с этим цель данной статьи — анализ потенциала, заложенного в модели развития цифровых инноваций при создании потребительской ценности цифровых почтовых услуг в рамках единого инновационного процесса.

Основные направления инновационно-цифровой деятельности в условиях реформирования современной экономики. Крайне важным в данном контексте является то, что клиенты ожидают получения дополнительной ценности от взаимодействия с поставщиками традиционных услуг с помощью именно цифровых каналов. Кроме того, наряду с предоставлением в цифровой форме многих видов подобных услуг все большее место в деятельности сервисных организаций занимают разработка и внедрение услуг, которые могут быть предоставлены потребителю исключительно в цифровой форме.

Данная ситуация определяет необходимость пересмотра постулатов, определяющих назначение, функции и эффективность функционирования сервисной организации в контексте формирования нового взгляда на осуществление ее деятельности в условиях цифровой экономики и на те преимущества, которые она может предоставить потребителям своих услуг в контексте наиболее полного удовлетворения их трансформирующихся потребностей.

Развитие цифровых технологий на протяжении последних десятилетий создало как потенциальные угрозы, так и новые возможности для развития организаций сервисной сферы на инновационной основе. В частности, именно цифровые инновации стали императивом для фигурантов рынка почтовых услуг при сокращении объемов традиционной корреспонденции в условиях развития информационно-коммуникационных технологий. При этом зарубежные специалисты выделяют четыре волны цифровых инноваций, оказавших непосредственное влияние на деятельность национальных почтовых операторов [1].

Следует отметить, что, хотя для каждой волны цифровых инноваций характерны определенные хронологические рамки, они, как правило, относятся именно к началу активного внедрения определенных типов инноваций. Впоследствии могло отмечаться охлаждение интереса к внедрению инноваций определенного типа, сменявшееся новым всплеском практического использования подобных разработок деятельности почтовых операторов.

Первая волна цифровых инноваций была связана с автоматизацией различных процессов, характерных для деятельности организаций почтовой связи. Начиная с начала 1990-х годов в условиях быстро растущих объемов почтовой корреспонденции и перехода к либерализации почтовых рынков цифровые инновации были, в первую очередь, направлены на рационализацию и автоматизацию сор-

тировочных процессов. Отслеживание почтовых отправок, как качественно новой технологии, сначала нашло применение в услугах экспресс-доставки, а затем зона его применения была существенно расширена.

Вторая волна инноваций была связана с внедрением новых цифровых технологий, обеспечивающих получение почтовыми операторами дополнительного дохода на рынках почтовых услуг. Многие операторы в ее рамках ориентировались на поиск возмещения доходами от оказания новых цифровых услуг тех объемов выручки, которые выпадали вследствие снижения уровня востребованности традиционных почтовых услуг. В частности, внедрение инноваций должно было обеспечить операторам исполнение роли посредника в управлении электронными коммуникациями и сделками между правительствами, хозяйствующим субъектами (такими, как банки или коммунальные службы) и гражданами. Этому должны были способствовать близость почтовых служб как к гражданам, так и к правительству, а также их репутация, базирующаяся на принципах доверия, надежности и безопасности.

В рамках реализации подобного подхода, например, почтовые службы Австралии, Дании, Италии, Швейцарии внедрили такие основанные на доверии услуги, как сертифицированные электронные коммуникации, онлайн-идентификация, верификация (например, цифровая подпись), защищенные электронные почтовые ящики, а также платформы онлайн-платежей и государственных услуг. В ближайшие годы они рассчитывают внедрить приложения, ориентированные на развитие новых сегментов рынка цифровых услуг (таких, как электронное здравоохранение), и обеспечить широкий охват ими потребителей.

В рамках третьей волны цифровых инноваций их основным содержанием становится ориентация на удовлетворение расширяющихся потребностей клиентов и обеспечение дополнительной ценности предоставляемых услуг.

По мере развития широкополосной связи и Интернета в начале 2000-х годов почтовыми службами предпринимались все более активные усилия по оцифровке отдельных элементов своей производственной цепочки. Цель подобных мероприятий состояла в том, чтобы расширить доступ клиентов к почтовым услугам и создать новые сервисы на пересечении физического и цифрового сервиса. Также операторы стали предоставлять ряд услуг в онлайн-режиме для повышения удобства клиентов и упрощения доступа к этим услугам. При этом снижение востребованности традиционных услуг и возросшая конкуренция на рынках обуславливают направленность на предоставление дополнительной ценности потребителям и развитие цифрового опыта клиентов. В конечном итоге все это ориентировано на обеспечение реагирования на потребности клиентов в режиме реального времени.

Наконец, четвертая волна инноваций связана с цифровой трансформацией почтовых служб. Подобные инновации выходят далеко за рамки предоставления определенного набора продуктов. Цифровая трансформация связана с проведением фундаментальных организационных изменений, которое происходит вследствие обновления технологий, процессов, организационной культуры и бизнес-модели в целом.

Речь идет о преобразовании организации в цифровое пространство, где обеспечивается инновационное наполнение всей ее деятельности. Для почтовых операторов цифровая трансформация — это долгосрочная дорожная карта, последствия реализации которой только начинают обретать свое практическое проявление.

Согласно оценкам консалтинговой компании Capgemini, национальные почтовые операторы за последние десять лет разработали более 3000 инноваций. При этом 75% инноваций, инициированных почтовыми операторами, нацелены на развитие их внутренних функциональных возможностей, в основном связанных с оптимизацией процессов обслуживания, и только 25% инновационных разработок были ориентированы на внедрение новых продуктов или бизнес-процессов.

Анализируя функциональную направленность инноваций, специалисты указанной компании отмечают, что 61% от их общего числа направлены на совершенствования в рамках основной производственной цепочки (как правило, в сферах сортировки, транспортировки и доставки), 27% — на совершенствование продукта, а 6% — на улучшение непрофильных процессов. При этом 38% почтовых

операторов имеют специализированные команды по управлению инновациями, выделенные в рамках обособленных подразделений [2].

Исследуя опыт зарубежных почтовых служб в контексте организации инновационной деятельности, следует отметить, что выделение подразделений, отвечающих за разработку и внедрение цифровых инноваций, происходит в рамках реализации одного из следующих подходов к организационному проектированию — горизонтального, функционального, дивизионального и географического.

В частности, Poste Italiane, Swiss Post и New Zealand Post имеют функциональную структуру. Эти почтовые операторы выделили подразделения, ответственные за внедрение новых цифровых услуг, в отдельные группы, занимающиеся маркетингом, исследованиями и разработкой программного обеспечения. В Poste Italiane существует четыре подобные группы, ответственные за маркетинг и развитие бизнеса, гибридную почту, стратегическое планирование и проведение исследований. В New Zealand Post есть две подобные группы, ответственные за цифровой маркетинг и разработку программного обеспечения.

Posten Norge, Deutsche Post и швейцарская La Poste привержены дивизиональному принципу организации подразделений, ответственных за разработку новых цифровых услуг. В рамках всех трех почтовых служб существует единое выделенное подразделение, занимающееся данной деятельностью.

При этом деятельность данных подразделений, как правило, основана на принципах децентрализованного принятия решений, высокой степени внутренней свободы и отсутствии жесткой иерархии полномочий.

В частности, цифровые подразделения Deutsche Post и Posten Norge строят свою деятельность как венчурные команды. Например, digipost как подразделение почты Норвегии не обязано следовать традиционным организационным процедурам, установленным в рамках компании, и имеет полную свободу для содействия творчеству сотрудников и генерации ими новых идей. В рамках Swiss Post организованы креативные отделы по основным направлениям развития цифровых услуг. Разработка новых идей, ускоряющих данные процессы, является одной из важнейших задач, поставленных перед этими отделами.

В свою очередь, Poste Italiane ориентирована на формирование философии предпринимательства в рамках организации. Она поощряет сотрудников к выдвижению новых идей и разработке подходов к их практической реализации, предоставляя, например, возможность для творческого общения сотрудников во время проведения «мозговых штурмов» [3].

Касаясь отечественного подхода к организации разработки цифровых инноваций в рамках национального почтового оператора, отметим, что в 2017 году в структуре Почты России было сформировано подразделение «Почтовые технологии», ориентированное на разработку инновационных решений в сфере информационных технологий. При этом основной задачей сотрудников данного подразделения, число которых превышает 300 человек, является разработка новых цифровых продуктов и услуг [4].

Основные направления инновационной деятельности данного подразделения в разрезе структуры реализованных им проектов представлены на рис. 1.

Рис. 1. Основные функциональные направления инновационной деятельности подразделения «Почтовые технологии»

В компании реализуется программа инновационного развития на период 2016–2020 гг., которая является комплексным документом, определяющим ключевые показатели и направления ее инновационного развития, она включает в себя описание ключевых инновационных проектов, мероприятий по развитию системы управления инновациями, а также объем и источники привлекаемых ресурсов. Цель проектов, включенных в программу, состоит в том, чтобы повысить прибыльность, клиентоориентированность, эффективность и технологичность компании при одновременном обеспечении возложенных на нее социальных функций. Ключевые показатели эффективности реализации данной программы в 2017–2019 гг. представлены в табл. 1.

Таблица 1

Показатели эффективности реализации программы инновационного развития АО «Почта России»

Показатель	Единица измерения	2017		2018		2019	
		план	факт	план	факт	план	факт
Выручка на одного работника	тыс. руб. / мес.	54	51,5	62	56,2	66	62,3
Индекс удовлетворенности потребителей	единиц	7,1	6,8	7,4	7,2	7,7	7,7
Доля отправок, доставленных в контрольный срок	%	86,6	82,3	88,6	85,3	88,0	88,1
Количество ОПС, в которых внедрена ЕАС	единиц	12 000	38 959	42 000	39 465	42 000	39 535
Средняя скорость обслуживания клиентов в ОПС	минут	6:00	1:57	4:00	3:08	2:30	3:21
Выручка от новых услуг	млн руб.	2 503	5 196	4 219	6 486	6 367	10 639

В 2019 году был запущен акселератор, в рамках первого этапа деятельности которого была получена 301 заявка от стартапов, из которых 10 стали финалистами и получили шанс на практическую

реализацию предложенных концептуальных разработок. В настоящее время компания приступает к реализации проекта по развитию собственных венчуров, которые будут осуществлять деятельность в рамках наиболее перспективных с точки зрения обеспечения стратегического развития компании направлений инновационной деятельности.

Заключение. Реализация потенциала, заложенного в модели развития цифровых инноваций, имманентно предполагает необходимость объединения усилий компании и других участников процесса создания потребительской ценности цифровых почтовых услуг в рамках единого инновационного процесса. В частности, в настоящее время Почтой России уже подписано соглашение о сотрудничестве с крупнейшими участниками отечественного рынка фулфилмента — компаниями «Бета ПРО» и СДТ, одним из пунктов которого является создание технологической фулфилмент-платформ. В ходе сотрудничества будет обеспечена бесшовная IT-интеграция операторов фулфилмента с цифровыми сервисами Почты России. При этом будут задействованы компетенции «Бета ПРО», инфраструктурные возможности СДТ, а также цифровые и финансовые ресурсы Почты России [5].

Подобная мультинаправленность организации управления инновационной деятельностью в рамках Почты России, предполагающая осуществление как собственных исследований и разработок, так и сотрудничество с другими заинтересованными участниками данного процесса, позволяет в наибольшей степени задействовать инновационный потенциал развития сервисной организации.

При этом реализация инновационных цифровых проектов не только обуславливает существенное увеличение параметров эффективности функционирования современной сервисной организации, но и обладает существенным потенциалом в контексте осуществления трансформационных изменений, соответствующих требованиям процессов цифровизации.

Библиографический список

1. Riding the Waves of Postal Digital Innovation RARC Report [Электронный ресурс] / The U. S. Postal Service Office of Inspector General. — Режим доступа: <https://www.uspsoig.gov/sites/default/files/document-library-files/2016/RARC-WP-16-014.pdf> (дата обращения : 22.09.2020).
2. Innovation Management in the Postal Industry – the Key for Business Transformation [Электронный ресурс] / Capgemini. — Режим доступа: <https://www.capgemini.com/wp-content/uploads/2017/07/> (дата обращения : 22.09.2020).
3. Digital transformation, business models and the postal industry. — Lausanne: Ecole Polytechnique Fédérale De Lausanne, 2017. — P. 208.
4. Коломыченко, М. Высокие почтовые технологии / М. Коломыченко, В. Новый // Коммерсант. — 2017. — № 90. — С. 13.
5. Почта России создаст технологическую фулфилмент-платформу для рынка eCommerce [Электронный ресурс] / E-PEPPER. Журнал для электронной коммерции. — Режим доступа: <https://e-pepper.ru/news/pochta-rossii-sozdast-tekhnologicheskuyu-fulfilment-platformu-dlya-rynka-ecommerce.html> (дата обращения : 20.09.2020).

Поступила в редакцию 30.04.2020

Запланирована в номер 25.07.2020

Об авторах:

Меленкин Владислав Леонидович, доцент кафедры «Экономика и финансы» Регионального финансово-экономического института (344010, РФ, г. Ростов-на-Дону, просп. Ворошиловский, 46/176), кандидат экономических наук, vlmelenkin@yandex.ru

Чешева Ксения Константиновна, студентка кафедры «Предпринимательство и менеджмент» Ростовского государственного экономического университета (РИНХ) (344002, РФ, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, д. 69) ekomagazine@yandex.ru

References

1. Riding the Waves of Postal Digital Innovation RARC Report [Electronic resource] The U. S. Postal Service Office of Inspector General.
2. Innovation Management in the Postal Industry – the Key for Business Transformation [Electronic resource]. Capgemini.
3. Digital transformation, business models and the postal industry. Lausanne: Ecole Polytechnique Fédérale De Lausanne, 2017: P. 208.
4. Kolomychenko M. Vysokie pochtovyte tekhnologii [The post high technology]. Kommersant, 2017; 90:13 (In Russ.)
5. Pochta Rossii sozdat tekhnologicheskuyu fulfilment-platformu dlya rynka eCommerce [Russian post creates a technological fulfillment platform for the e-Commerce market]. [Electronic resource]. E-PEPPER. The magazine for e-Commerce.

Received 30.04.2020

Scheduled in the issue 25.07.2020

Authors:

Melenkin Vladislav Leonidovich, associate professor, the Department of «Economics and Finance» Regional financial and economic Institute (46/176, Voroshilovsky av., Rostov-on-Don, RF, 344010), candidate of economic Sciences, vlmelenkin@yandex.ru

Chesheva, Ksiniya K., student, the faculty of «Business and Management» Rostov State University of Economics (RINH), (69, Bolshaya Sadovaya str, Rostov-onDon, 344002, RF) ekomagazine@yandex.ru