

**Построение системы управления инновациями в государственных
предприятиях как элемент развития экономики сферы услуг (на примере
ФГУП «Почта России»)**

Научный руководитель – Осипов Владимир Сергеевич

Богданов Дмитрий Владимирович

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет
государственного управления, Кафедра теории и методологии государственного и
муниципального управления, Москва, Россия

E-mail: dmbogdanov@gmail.com

В настоящее время ФГУП «Почта России» осуществляет работу по подготовке пяти-летней стратегии развития предприятия (включая обновление общекорпоративной стратегии, стратегии отдельных бизнес и операционных направлений деятельности предприятия).

Стратегия предприятия будет представлять собой документ, утвержденный Правительством Российской Федерации в срок не позднее 01 июля 2018 года и включающий в себя анализ внутренней и внешней среды, определение стратегических целей предприятия в целом и по линиям бизнеса, а также набор мероприятий по их достижению.

ФГУП «Почта России» сегодня - это 42 тысячи отделений почтовой связи по всей стране, около 350 тысяч работников и более 2 миллиардов единиц ежегодно доставляемой письменной корреспонденции в год, включая простую и заказную письменную корреспонденцию, а также счета [4].

Очевидно, что новая стратегия развития предприятия должна быть направлена в том числе на решение ряда актуальных проблем, таких как изношенная инфраструктура, неэффективность ряда ключевых бизнес-процессов (например, соблюдение контрольных сроков доставки, обслуживание клиентов в крупных городах), а также низкие заработные платы работников предприятия, занятых непосредственно приемкой, сортировкой и доставкой письменной корреспонденцией, бандеролей и посылок.

Вместе с тем в современных реалиях, по нашему мнению, одной из основных задач ФГУП «Почта России» сегодня является глобальная трансформация предприятия и отрасли почтовых услуг в целом, в том числе путем стимулирования роста инновационной активности.

Согласно данным Федеральной службы государственной статистики, показатель инновационной активности организаций, рассчитанный как отношение числа организаций, осуществлявших технологические, организационные, маркетинговые инновации, к общему числу обследованных организаций, в 2016 году упал на 0,9% по сравнению с показателем за 2015 год и составил 8,4% при среднем значении показателя в 9,7% за период измерений с 2005 по 2016 годы [3]. По нашему мнению, государственным предприятиям в сфере услуг следует осуществлять системную работу над улучшением данного показателя как одного из ключевых индикаторов развития экономики страны.

В условиях падающего рынка письменной корреспонденции перед ФГУП «Почта России» остро стоят вопросы повышения эффективности бизнес-процессов, поиска новых источников дохода, выхода на новые рынки и улучшения качества обслуживания клиентов.

Ответом на вызовы, на наш взгляд, должна стать активная работа предприятия с инновациями и стартапами как источниками новых идей и решений в современном мире.

Простым и эффективным инструментом работы со стартапами является создание корпоративного акселератора, в рамках которого ФГУП «Почта России» предоставляет стартапам возможность использовать свои данные, системы, оборудование и аудиторию для пилотных проектов и развития продукта. Кроме того, предприятие совместно с партнером развивает у участников акселерационной программы навыки ведения бизнеса и стратегического планирования, получая взамен доступ к новым технологиям и компетенциям.

В качестве модели внедрения инноваций можно использовать опыт Pósturinn, национального почтового оператора Исландии, где выбран, пожалуй, самый клиентоориентированный подход к внедрению инноваций [5]. В соответствии с принятой бизнес-стратегией, компания осуществляет диверсификацию своего бизнеса. Так, Pósuirinn приобрел и внедрил технологии по обработке электронных счетов, выкупил контрольные пакеты акций компаний, специализирующихся на складском хранении товаров, а также приобрел программное обеспечение по обработке электронных писем.

За счет реализации указанной стратегии компания смогла проводить политику максимальной клиентоориентированности бизнеса, сфокусировавшись, прежде всего, на электронной торговле. Успех Pósturinn в этом сегменте обеспечен за счет непрерывной коммуникации с клиентом, осуществления персонифицированной доставки и удобной транспортировки, а также соглашениями с крупнейшими мировыми сервисами по доставке товаров. Представитель национального почтового оператора Исландии заранее договаривается с каждым клиентом об удобном месте и времени доставки.

Любые инновации, внедряемые в Pósturinn, начинаются с проведения национальным почтовым оператором Исландии маркетингового исследования, целью которого является выявление потребности в изменениях и улучшениях со стороны клиентов. Далее осуществляется проверка идей по улучшениям в социальных сетях, в случае подтверждения гипотезы осуществляется разработка и внедрение продукта.

Такой подход к управлению инновациями, на наш взгляд, вполне применим к реализации не только в ФГУП «Почта России», но и в любых иных государственных предприятиях в сфере услуг.

Источники и литература

- 1) Гончаренко Л.П., Кузнецов Б.Т., Булышева Т.С., Захарова В.М. Инновационный менеджмент. М.: Юрайт. 2015.
- 2) Ким Чан У., Моборн Р. Стратегия голубого океана: как создать свободную рыночную нишу и перестать бояться конкурентов. М.: Н1РРО. 2005.
- 3) www.gks.ru (Федеральная служба государственной статистики).
- 4) www.pochta.ru (ФГУП «Почта России»).
- 5) www.postur.is (национальный почтовый оператор Исландии).