

УДК 004.9

ИННОВАЦИОННЫЕ БИЗНЕС-МОДЕЛИ В СЕКТОРЕ УСЛУГ

Д. А. РОЗЯЕВ

Научный руководитель К. В. ПОРТНОВ, канд. техн. наук, доц.
Самарский государственный экономический университет
Самара, Россия.

Сектор услуг занимает ключевое место в современной экономике, обеспечивая занятость, формируя значительную часть валового внутреннего продукта и определяя качество жизни населения. Однако традиционные модели обслуживания сталкиваются с растущей конкуренцией, изменением потребительских ожиданий и быстрым развитием цифровых технологий. Клиенты хотят получать услуги быстрее, удобнее, персонализированнее и через доступные цифровые каналы [1].

В этих условиях предприятия сферы услуг вынуждены пересматривать способы создания и получения дохода [2]. Инновационная бизнес-модель позволяет компании не только внедрить новый продукт, но и изменить саму логику взаимодействия с клиентами, партнёрами и ресурсами. Поэтому изучение современных бизнес-моделей является важной задачей для повышения устойчивости и конкурентоспособности организаций.

Цель работы: рассмотреть основные направления развития инновационных бизнес-моделей в секторе услуг, определить их преимущества и проблемы практического применения, а также сформулировать условия успешного внедрения таких моделей.

Инновационная бизнес-модель представляет собой способ организации деятельности, при котором компания создаёт ценность для клиента и одновременно формирует устойчивый источник дохода; так, для сферы услуг наиболее распространены: платформенные, подписочные, сервисные и цифровые модели.

Платформенная бизнес-модель объединяет поставщиков и потребителей на единой цифровой площадке, такие как сервисы заказа транспорта, аренды жилья, поиска специалистов и онлайн-образования [3]. Платформа, как юридическое лицо, редко производит услугу самостоятельно, а выступает «посредником», обеспечивая доступ к рынку, обработку платежей, коммуникацию пользователей и контроль качества. Преимущество данной модели заключается в возможности быстро масштабировать деятельность, однако важными условиями остаются доверие клиентов, защита данных и эффективная модерация.

Подписочная бизнес-модель базируется на формировании регулярного денежного потока за оплату постоянного доступа к какой-либо услуге. Для цифровых сервисов это доступ к программному обеспечению, медиа, фитнес-индустрии, доставке и консультационному обслуживанию и т. п. Это модель менее рисковая для предпринимателей, обеспечивая более предсказуемую выручку и долгосрочные отношения с клиентами, но требующая сохранения «ценности услуги» для клиентов, чтобы обеспечить сохранение и увеличение

числа подписчиков.

Влияние шеринговых тенденций в экономике сделало популярной модель «услуга вместо продукта», когда клиент платит не за приобретение оборудования, а за его использование, техническое обслуживание или результат. Наибольшее распространение он получил при аренде техники, облачных вычислениях, промышленном сервисе и транспортной сфере [4].

Цифровизация способствует появлению и развитию персонализированных новых моделей, чему способствует искусственный интеллект, большие данные и автоматизация посредством анализа поведения клиентов, прогнозирования спроса, выявления индивидуальных паттернов поведения клиентов и формирования специальных предложений.

Главной проблемой внедрения инновационных моделей является необходимость одновременно менять технологии, организационную структуру, бизнес-процессы и даже корпоративную культуру. Простое создание и (или) приобретение цифровой платформы не гарантирует успеха, т. к. это связано с рядом организационных изменений: обучением персонала, перестройкой внутренних процессов и оценкой обратной связи. С этими процессами связано появление дополнительных рисков, обусловленных высокой зависимостью от цифровой инфраструктуры, киберугрозами, технологическим неравенством и возможным сокращением рабочих мест из-за автоматизации.

Заключение и выводы. Рассмотренная классификация сервисных бизнес-моделей позволяет участникам бизнеса повысить гибкость, расширить рынок и сформировать более тесные отношения с клиентами. Наиболее перспективными направлениями являются платформенные, подписочные, сервисные и персонализированные цифровые модели, т. к. их эффективность определяется не отдельной технологией, а набором системных факторов. Для них согласованы следующие элементы бизнеса: ценностное предложение, каналы взаимодействия, ресурсы, партнёрства и механизмы получения дохода.

Успешное внедрение инноваций связано с необходимостью ориентироваться на реальные потребности клиентов, обеспечивать безопасность данных, развивать компетенции сотрудников и использовать поэтапное тестирование решений. Это делает инновации важнейшим инструментом адаптации бизнеса к изменениям рынка, и позволяет не только повысить прибыльность, но и создать более удобную, доступную и устойчивую систему предоставления услуг.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Олин, Р. А.** Экономика данных как движущая сила цифровой трансформации / Р. А. Олин // Наука XXI века: актуальные направления развития. – 2025. – № 2-2. – С. 169–174.
2. **Ермолина, Л. В.** Смарт-контракты как инструмент автоматизации и оптимизации бизнес-процессов / Л. В. Ермолина, К. В. Портнов // Экономика и предпринимательство. – 2025. – № 10 (183). – С. 793–797.
3. **Живцов, В. Ю.** Токенизация репутации / В. Ю. Живцов // Экономика и предпринимательство. – 2025. – № 11 (184). – С. 715–719.
4. **Портнов, К. В.** Нечеткость в операторах генетического алгоритма / К. В. Портнов // Наука XXI века: актуальные направления развития. – 2025. – № 1-1. – С. 529–532.