

<https://doi.org/10.23672/SAE.2023.10.34.016>

УДК 332

Куликов Юрий Александрович

аспирант,

Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

Kulikov2512@mail.ru

Yury A. Kulikov

Postgraduate student,

Moscow Financial and Industrial University «Synergy»

ИННОВАЦИИ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

INNOVATIONS IN THE ECONOMIC ACTIVITY OF ENTERPRISES

***Аннотация.** В статье рассмотрены способы обеспечения и укрепления конкурентных преимуществ в экономической деятельности предприятий посредством инноваций. Отмечено, что использование и внедрение инноваций на предприятиях служит механизмом реагирования на динамичную среду, в которой развитие устойчивых конкурентных преимуществ обеспечивает выживание и позиционирование субъекта хозяйствования на рынке. При этом инновации не подразумевают только развитие технологий, но и внедрение, создание или разработку «новых» элементов, имеющих применение в процессах, продуктах, методах, каналах и других характеристиках работы предприятия. В завершении исследования делается вывод о том, возможность сделать инновации частью стратегии функционирования предприятия реализуется за счет выбора целей, построения бизнес-процессов и систематического измерения успеха.*

***Ключевые слова:** инновации, конкуренция, предприятие, процесс, доход, конкуренция*

***Abstract.** The article discusses ways to ensure and strengthen competitive advantages in the economic activity of enterprises through innovation. It is noted that the use and implementation of innovations in enterprises serves as a mechanism for responding to a dynamic environment in which the development of sustainable competitive advantages ensures the survival and positioning of a business entity in the market. At the same time, innovation does not imply only the development of technologies, but also the introduction, creation or development of*

“new” elements that are used in processes, products, methods, channels and other characteristics of the enterprise. It is concluded that the opportunity to make innovation a part of the enterprise functioning strategy is realized through the choice of goals, the construction of business processes and the systematic measurement of success.

Keywords: *innovation, competition, enterprise, process, income, competition*

В современных условиях глобализации и стремительного технологического развития актуализируется вопрос приобретения экономическими субъектами исключительных конкурентных преимуществ. Практически единодушно учеными и экспертами разных стран мира признано, что путь к конкурентоспособности субъектов хозяйствования, независимо от масштабов их функционирования и охвата рынка, лежит через инновации. Разработка и внедрение передовых инновационных решений позволяет компаниям быстро адаптироваться к темпам технологических изменений, чтобы повысить свою конкурентоспособность [1].

Процессы развития, происходящие в мировой экономике, носят характер непрерывности и динамичности. Постоянное усовершенствование уже существующих научных подходов к решению производственных задач и вызовов влечет за собой разработку новых видов продукции, а иногда, обеспечивает выход ведущими учеными мира на новые так называемые плоскости науки и технологий. Так, например, прорывные технологические всплески в таких отраслях как информационные технологии, медицина, геномная инженерия, нанотехнологии и другие наукоемкие отрасли, вместе со своим появлением, ставят вопросы коммерциализации и возможности массового потребления таких технологий.

Таким образом, происходит, так называемая, постепенная диффузия технологий на отраслевые рынки. Новые технологии в производственных процессах, в управлении предприятиями, новые организационные подходы к ведению бизнеса, предоставление новых типов услуг – все это непременно приводит к обострению конкуренции, но в тоже время, позволяет вырваться в лидеры рынка, если субъект хозяйствования умело использует инновационные возможности.

По данным McKinsey, самые инновационные фирмы получают 33% своего дохода от новых инновационных продуктов и занимают лидирующие позиции на рынке (см. рис. 1).



Рис. 1 Выручка и прибыль компаний от новых инновационных продуктов за 2019-2022 гг., % [2].

Учитывая интерес предпринимательской сферы и научных кругов к пониманию взаимосвязи между инновациями и конкурентными преимуществами, в настоящее время проводятся многочисленные исследования и разработки данной тематики, предпринимаются попытки, направленные на изучение характеристик и факторов, определяющих успех или неудачу предприятия после внедрения инновационного процесса.

Таким образом, приведенные обстоятельства подтверждают актуальность темы данной статьи.

Детерминанты конкурентоспособности предприятий в современных условиях хозяйствования исследуют в своих трудах Костылева Е.Г., Фрязинов Н.Ю., Шепелев А.В., Кошкарев М.В., Схаплок Р.Б.

Масштабы и интенсивность воздействия инноваций на рыночные позиции предприятий очень разнообразны из-за многочисленных отраслевых детерминант, преобладающих взглядов и направлений развития, уровня бизнес-знаний и опыта управления бизнесом. Эти моменты нашли свое отражение в работах Каржаневича В.Д., Костенко О.В., Шакировой Д.М., Борисовой К.Ю., Загидуллиной З.Ф., Исмагилова З.Э. Однако, несмотря на наличие широкой научной базы, ряд вопросов влияния инноваций на рыночные стратегии предприятий и их конкурентные позиции остаются открытыми. Так, отдельного внимания заслуживают методы и способы включения инноваций в процесс построения бизнес-модели, что позволит предприятиям направлять свою карту деятельности в ответ на динамику

трансформаций и присутствующие на рынке изменения.

Таким образом, цель статьи заключается в рассмотрении особенностей инноваций как фактора получения конкурентных преимуществ в экономической деятельности предприятий.

В конкурентной среде продукты, в рамках одного и того же маркетинга, от каждого поставщика очень похожи, и клиентам трудно понять разницу. Конкурентное преимущество относится к способности, полученной с помощью атрибутов и ресурсов, работать на более высоком уровне, чем другие в той же отрасли или на рынке. Способность к инновациям является ключевым фактором повышения производительности, что создает конкурентное преимущество за счет восприятия или открытия новых качеств товара или лучшего способа конкурировать в отрасли.

Один из факторов успеха зависит от относительного преимущества инновации. В данном контексте, исследования и разработки (НИОКР) становятся все более важным фактором для любого предприятия, которое хочет оставаться конкурентоспособным на современном рынке. Согласно исследованию 2020 года, 1000 крупнейших компаний мира увеличили свои расходы на НИОКР на 16,4%, что свидетельствует о важности исследований и разработок для обеспечения устойчивости бизнеса [3].

Рассмотрим более подробно, каким образом, инновации позволяют обеспечить и укрепить конкурентные преимущества в экономической деятельности предприятий.

Во-первых, инновации могут создавать ценность для клиентов множеством различных способов, в том числе, делать продукт или услугу дешевле, быстрее или удобнее, функциональнее, надежнее или долговечнее или, возможно, лучше спроектированными. Все это позволяет предприятию расширять свое присутствие на рынке и обходить своих конкурентов.

Во-вторых, инновационное мышление дает возможность менеджерам предприятия лучше реагировать на непредвиденные обстоятельства и проблемы, которые неизбежно возникают на пути развития и расширения своего присутствия.

В-третьих, часто бизнесмены связывают концепцию бизнес-инноваций с «радикальными инновациями» или поставкой новых продуктов на новые рынки. Однако большинство инноваций не попадает в эту категорию. Лучшей моделью для понимания взаимосвязи инноваций и конкуренции является структура «Десяти типов», которая описывает три функциональные области для бизнес-инноваций: конфигурация, предложение и опыт [4]. Конфигурация обычно охватывает все потоки доходов и рабочие процессы, которые определяют бизнес, включая модели прибыли, ключевые сети, структуры и операционные процессы. Предложение относится к инновациям,

связанным с продуктом, которые могут привести к повышению производительности продукта или большей синергии продуктовых систем. Опыт связан с клиентами. В эту категорию попадают услуги, выбор каналов, решения по брендингу и стратегии взаимодействия.

В-четвертых, открытые инновации дают возможность обеспечения быстрого реагирования предприятия на конкурентную среду за счет сбора информации о меняющемся рынке и технологиях. Другой отличительной особенностью открытых инноваций является получение знаний для производственных нововведений. Традиционно, инновации продукта основаны на возможностях НИОКР, которые зависят от ресурсов внутри предприятия. Тем не менее, стало возможным более эффективно внедрять инновационные продукты за счет получения разнообразных и глубоких знаний посредством внешнего сотрудничества [5]. Учитывая тенденцию современной бизнес-среды, когда продукты имеют короткий жизненный цикл, а эффективность закрытых внутренних НИОКР снижается, возможность приобретать и использовать необходимые знания и навыки экономически эффективным способом извне становится все более важной.

В-пятых, включение использования инноваций в процесс построения бизнес-модели позволяет предприятиям проектировать свою карту деятельности в ответ на динамику рыночной конъюнктуры, что, в свою очередь, приводит к развитию элемента конкурентного преимущества перед другими участниками рынка, которые сосредотачивают свои усилия только на использовании инноваций для разработки продуктов и услуг. Как известно, данная стратегия позволяет получить быстрое превосходство, но вместе с тем, она имеет очень значимый недостаток - продукты и услуги со временем часто имитируются и заменяются, а с ними и исчезает конкурентное преимущество. Кроме того, бизнес-модель, содержащая в себе внедрение и продвижение бизнес-инноваций, позволяет предприятию заново изобретать себя с помощью ресурсов и собственных процессов, смягчая дополнительные финансовые затраты, которые могут быть связаны с приобретением новых ресурсов для реагирования на потребности окружающей среды.

Включение инноваций в бизнес-модель оказывает большое влияние на деятельность предприятия, поскольку дает возможность выйти за рамки применения новой идеи о продукте или услуге, позволяя изменить ряд действий, связанных с созданием ценностного предложения для клиента, определением каналов распределения, сегментацией клиентов, выбором ключевых ресурсов и отношений с клиентами, где инновационный импульс начинается с действий по реструктуризации внутри самого предприятия.

В-шестых, инновации позволяют изменить организационную культуру

субъекта хозяйствования. В рамках организационной культуры, основанной на инновациях, сотрудники получают поддержку в процессе создания новых идей, осознавая при этом, что не каждая новая идея приводит к чему-то хорошему для предприятия, что не ослабляет их импульс, поскольку у них есть уверенность в том, что возникновение ошибки или неудачи в инновационном процессе не будет наказано или осуждено, это понимается как часть риска инноваций. Уверенность сотрудников заключается в мотивации, которую дают менеджеры, понимающие, что достижение конкурентных преимуществ может быть достигнуто только за счет роста инноваций.

Итак, обобщая вышеизложенное, отметим, что предприятия, которые способны сделать инновации постоянной практикой, интегрируя их в реальные методы работы, имеют гораздо больше шансов поддерживать свою конкурентоспособность на высоком уровне сегодня и в будущем. Хотя переход на инновационный вектор развития является не самой простой задачей, внимание к следующим аспектам предполагает сделать инновации частью стратегии функционирования предприятия:

1. Выбор целей. Интеграция инноваций в стратегию и процессы начинается с определения долгосрочных целей и разбивки их на более мелкие. Когда есть понимание того, чего предприятие хочет достигнуть в долгосрочной перспективе, гораздо проще согласовать краткосрочные инновационные цели для поддержки этого видения.

2. Построение бизнес-процессов. Для того, чтобы на практике все шло гладко, ключевым моментом является беспрепятственная интеграция инноваций в методы работы. Лучший способ сделать — это создать процесс управления идеями. Правильный процесс управления идеями должен включать все этапы - от генерации идеи до разработки и реализации. Он должен поддерживать существующие бизнес-процессы и концентрироваться только на главном.

3. Систематическое измерение успеха. Лучший способ поощрить желаемое поведение — это измерить его эффективность. Начать следует с выбора нескольких вспомогательных показателей на уровне отделов и сотрудников. В отличие от эпизодических инновационных кампаний, постоянное измерение прогресса поможет сделать инновации непрерывной практикой.

Таким образом, использование и внедрение инноваций на предприятиях служит механизмом реагирования на динамичную среду, в которой развитие устойчивых конкурентных преимуществ обеспечивает выживание и позиционирование субъекта хозяйствования на рынке. При этом инновации не подразумевают только развитие технологий, они

предполагают также внедрение, создание или разработку «новых» элементов, имеющих применение в процессах, продуктах, методах, каналах и других характеристиках работы предприятия.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование в формате double-blind peer review (рецензенту неизвестны имя и должность автора, автору неизвестны имя и должность рецензента). Рецензия может быть предоставлена заинтересованным лицам по их запросу.

Review

All articles are reviewed in the double-blind peer review format (the reviewer does not know the name and position of the author, the author does not know the name and position of the reviewer). The review can be provided to interested persons upon request.

Литература

1. Дацаева Р.Ш., Хаджимурадова Б.Х., Сагидова Н.Г. Исследование инновационной модели управления предприятием в условиях рыночной экономики // *Журнал прикладных исследований*. 2023. № 3. С. 111-114.
2. Ибрагимова Г.А. Определение влияние инноваций на развитие предпринимательства // *Экономика и предпринимательство*. 2022. № 11 (148). С. 746-751.
3. Каржаневич В.Д. Повышение конкурентоспособности предприятия с помощью инноваций // *Научно-Исследовательский Центр «Science Discovery»*. 2022. № 10. С. 129-133.
4. *Business innovation: a case study approach* / Vijay Pandiarajan. London: Routledge, 2022. 314 p.
5. Valaei N. Indispensable components of creativity, innovation, and FMCG companies' competitive performance: a resource-based view of the firm // *Asia-Pacific journal of business administration*. 2022. Volume 14: Issue 1; pp 1-26.

Literature

1. Datsaeva R.Sh., Khadzhimuradova B.Kh., Sagidova N.G. Study of an innovative model of enterprise management in a market economy // *Journal of Applied Research*. 2023. No. 3. P. 111-114.
2. Ibragimova G.A. Determining the impact of innovation on the development of entrepreneurship // *Economics and Entrepreneurship*. 2022. No. 11 (148). pp. 746-751.
3. Karzhanovich V.D. Increasing the competitiveness of an enterprise through innovation // *Scientific Research Center "Science Discovery"*. 2022. No. 10. P. 129-133.
4. *Business innovation: a case study approach* / Vijay Pandiarajan. London: Routledge, 2022. \$314

5. Valaei N. *Indispensable components of creativity, innovation, and FMCG companies' competitive performance: a resource-based view of the firm // Asia-Pacific journal of business administration. 2022. Volume 14: Issue 1; pp 1-26.*