

Научная статья

Original article

УДК 331.5

doi: 10.55186/2413046X_2023_8_1_46

**РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В ПОЛУЧЕНИИ И РАЗВИТИИ
КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ СОВРЕМЕННЫХ КОМПАНИЙ
THE ROLE OF INNOVATION IN OBTAINING AND DEVELOPING
COMPETITIVE ADVANTAGES OF MODERN COMPANIES**



Кондрачук Ольга Евгеньевна, старший преподаватель кафедры «Экономика транспорта», ФГБОУ ВО «Уральский государственный университет путей сообщения» (УрГУПС), kolga-70@mail.ru

Kondrachuk Olga Evgenyevna, the senior teacher of Transport economics department, Ural State University of Railway Transport, kolga-70@mail.ru

Аннотация. В статье рассмотрена роль инноваций в получении и развитии конкурентных преимуществ современных компаний. Автор указывает, что конкурентные преимущества на современном этапе могут быть сформированы в большинстве своем за счет внедрения компаниями в свою деятельность инновационных и технологических подходов, прямо влияющих на рост деловой репутации, повышение эффективности управления, расширение клиентской базы и увеличение объемов продаж.

Abstract. The article examines the role of innovation in obtaining and developing competitive advantages of modern companies. The author points out that competitive advantages at the present stage can be formed for the most part due to the introduction of innovative and technological approaches by companies in their activities that directly affect the growth of business reputation, improving management efficiency, expanding the customer base and increasing sales volumes

Ключевые слова: конкурентные преимущества, конкурентоспособность, инновации, современные компании

Keywords: competitive advantages, competitiveness, innovations, modern companies

Развитие динамичной бизнес-среды оказывает влияние на деятельность всех участников рынка. Технологические изменения и вариации продукта - это два фактора, которые существенно влияют на развитие бизнеса [2]. Таким образом, заранее выбранные конкурентные стратегии влияют на успешность деятельности фирм, а их дальнейшее совершенствование необходимы для повышения конкурентоспособности фирмы.

Конкурентные преимущества, необходимые каждой компании для конкуренции на мировом рынке, включают:

- обязательное владение современными инновационными технологиями;
- наличие в штате высококвалифицированных сотрудников;
- высокая креативность и мотивация персонала;
- необходимый уровень эффективности и продуктивности производственных процессов;
- производство продукции высокого качества;
- эффективные системы управления и организационные структуры;
- высокий уровень предпринимательской активности;
- широкое видение перспектив развития продуктов компании и окружающей бизнес-среды (экономической, социальной, политической и т.д.);
- способность противостоять жесткой конкуренции на мировом рынке [4].

Конкурентное преимущество лежит в основе деятельности компании на конкурентном рынке. Преимущество компании вырастает из ценности или выгод, которые компания может создать для своих покупателей. Таким

образом, конкурентное преимущество – это позиция, в которой организация все еще работает над тем, чтобы победить конкурентов.

Конкурентные преимущества компании также основаны на ее возможностях. Возможности, в отличие от ресурсов, строятся на разработке, администрировании и обмене информацией через человеческий капитал компании. Возможности служат примером того, что, когда конкурентный ландшафт быстро меняется и может быть непредсказуемым, организация может достичь конкурентного преимущества за счет регулярных корректировок и развития собственных ресурсов [6].

Организационные возможности можно разделить на операционные и динамические. Операционные возможности предполагают выполнение какой-либо деятельности, такой как производство определенного продукта. Набор подпрограмм используется для выполнения и координации различных задач, необходимых для выполнения действия.

Динамические возможности – это способность компании интегрировать, наращивать и реконфигурировать внутренние и внешние компетенции в соответствии с быстро меняющейся средой. Таким образом, динамические возможности отражают способность организации достигать новых и новаторских форм конкурентного преимущества [4]. Динамическая способность включает в себя два термина: способность и динамичность. Слово «способность» демонстрирует ключевую роль стратегического менеджмента в согласовании адаптации, интеграции и реконфигурации внутренних и внешних организационных навыков, ресурсов и функциональных компетенций в соответствии с потребностями меняющейся среды.

Внедрение инноваций в процесс деятельности той или иной компании также связано с реализацией компанией тех или иных возможностей, как организационных, так и динамических, поскольку инновационный процесс может быть реализован как в сфере управления организацией и построении

ею производственного процесса, так и во внешней среде через предложение инновационных продуктов и услуг потребителям.

Именно инновации являются ключом к получению конкурентных преимуществ любой компании [5], поскольку они позволяют компании занять уникальную нишу на рынке и получить преимущество перед другими компаниями, выпускающими аналогичный продукт или оказывающими подобные услуги.

Понятие инновации происходит от латинского слова *innovatio*, означающего обновление. Очень часто к понятию инновации также относят латинское слово *novus*, что означает новое. Поскольку понятие инноваций по-разному понимается среди экономистов, менеджеров и практиков, здесь есть несколько синтетических определений:

– инновация – инновационное действие в промышленности или сфере услуг как по отношению к продуктам (путем создания новых или существенной модификации существующих), так и по отношению к процессам путем их усовершенствования [2];

– инновация — изменение существующей экономической системы, состоящее в разработке и внедрении новых решений предприятия и совершенствовании существующих, направленное на повышение эффективности его функционирования, а значит, и целеустремленности эксплуатационного, технического и производственного преимущества как а также экономическое преимущество. Это также может быть создание совершенно новой системы в форме предприятия [6];

– инновация – нечто новое, снижающее затраты, риск или предоставляет улучшенный продукт, услугу и инструмент, которые лучше удовлетворяют спрос участников рынка [4].

Инновации могут быть положены в основу разработки стратегии повышения эффективности бизнеса. Клиенты хотят получать инновационные продукты в соответствии со своими пожеланиями. Стремительный технологический прогресс и высокий уровень конкуренции требуют от

каждой компании постоянного совершенствования продуктов, что в конечном итоге увеличивает конкурентное преимущество организации. Для компаний, чтобы иметь конкурентное преимущество, необходимо творчески подходить к производству и продвижению продуктов или услуг, предлагаемых на рынке.

В связи с быстрым развитием технологий, как упоминалось ранее, компаниям необходимо поддерживать свое конкурентное преимущество различными способами, чтобы они могли продолжать конкурировать на рынке и не проигрывать своим конкурентам. Концепция инноваций имеет долгую историю и различные значения, в основном основанные на конкуренции между фирмами и различных стратегиях, используемых фирмами.

Инновации подразделяются на два типа: радикальные и инкрементные. При реализации радикальных инноваций в компании реализуются новаторские решения, изменяющие большую часть бизнес-процессов. Инкрементные инновации – это инновации, которые вносят небольшие изменения и коррективы в существующую практику деятельности фирмы. Инновации являются важным фактором конкурентоспособности бизнеса и улучшения результатов деятельности компании.

Инновации являются краеугольным камнем роста и помогают организациям противостоять колебаниям рынка и подготавливают их к долгосрочному росту. Инновационная бизнес-модель, хотя ее очень трудно достичь, сама по себе может стать путем к конкурентному преимуществу, если модель достаточно дифференцирована и ее трудно воспроизвести как для действующих, так и для новых участников.

По нашему мнению, наиболее эффективным на сегодняшний день выступает внедрение комплексных инноваций в деятельность организации, так как разработка инновационной стратегии управления в сочетании с выводом на рынок новых продуктов или услуг может не только увеличить объем производства и продаж, но и вывести компанию в лидеры рынка в

области управленческих инноваций, позволив реализовать следующие конкурентные преимущества:

- технологические;
- ресурсные;
- рыночные;
- инновационные;
- культурные;
- управленческие.

Существует положительное влияние между конкурентным преимуществом и производительностью, измеряемой объемом продаж, уровнем прибыли, долей рынка и рентабельностью инвестиций. Соответственно, инновации опосредуют взаимосвязь между стратегией и конкурентным преимуществом, и современные компании должны взять на вооружение необходимость внедрения инноваций в свои основные бизнес-процессы с целью повышения уровня конкурентоспособности на рынке.

При выборе бизнес-моделей и концепций, которые будут использоваться компанией в современных высококонкурентных условиях, руководители компаний должны уметь сочетать внутренние факторы, особенно ресурсы, и смотреть на структуру отрасли извне. Конкурентное преимущество проистекает из стратегического выбора компании по использованию рыночных возможностей [4]. Инновационная бизнес-стратегия, также называемая конкурентной стратегией, обычно разрабатывается на уровне подразделения и делает упор на улучшение конкурентных позиций продуктов/услуг компании в конкретной отрасли/сегменте рынка, обслуживаемом подразделением [3].

Инновационная бизнес-стратегия подразделения может быть направлена на увеличение прибыли при производстве и продаже продуктов и услуг. Инновационная бизнес-стратегии должны интегрировать различные функциональные виды деятельности для достижения целей подразделения. Инновационная стратегия определяет долгосрочные цели, способы и

масштабы использования инноваций (продуктовых, процессных или организационных) для создания стратегического преимущества.

Компании должны быть способны интегрировать инновационную бизнес-стратегию и различные ресурсы для создания более высокой конкурентоспособности [5]. Инновационные бизнес-стратегии фокусируются на улучшении конкурентных позиций продуктов и услуг компании в конкретной отрасли или сегменте рынка, обслуживаемом компанией [3]. Благодаря конкурентной позиции, продукция компании может улучшить ее производительность, добиться отличных результатов. Более сильная инновационная бизнес-стратегия также может помочь компаниям создавать новые идеи, открывать возможности для проникновения на рынок и проводить эксперименты, чтобы они могли стать лидерами рынка, реализуя свои долгосрочные стратегии и цели [6].

Таким образом, одним из направлений повышения конкурентоспособности компании и получения дополнительных конкурентных преимуществ выступает ее возможность принимать или внедрять новые идеи, процессы, продукты и услуги. Основным механизмом повышения конкурентных преимуществ компании является разработка и внедрение инновационных бизнес-стратегий, которые позволят организации занять достойное место на рынке и эффективно развиваться в будущем.

Список источников

1. Агалакова А.В., Храповицкий Г.И. Роль инноваций в процессе формирования стратегии предприятия // Сибирский аэрокосмический журнал. 2012. №3 (43).
2. Бурлаков В. В. Оценка конкурентоспособности инноваций - исходный элемент для осуществления инновационной стратегии // Известия МГТУ. 2013. №4 (18).
3. Дубинина Д. В. Инновационный потенциал предприятия как фактор повышения конкурентоспособности // Стратегия устойчивого развития регионов России. 2013. №15.

4. Машевская О.В. Инновации, конкурентоспособность и стратегия развития предприятий // Вестник ОмГУ. Серия: Экономика. 2015. №4.
5. Friesenbichler, K.; Reinstaller, A. Do firms facing competitors from emerging markets behave differently? Evidence from Austrian manufacturing firms. Eur. Bus. Rev. 2022, 34, 153–170.
6. Sanchez-Henriquez, F.; Pavez, I. The effect of open innovation on eco-innovation performance: The role of market knowledge sources. Sustainability 2021, 13, 3890

References

1. Agalakova A.V., Khrapovitsky G.I. The role of innovations in the process of forming an enterprise strategy // Siberian Aerospace Journal. 2012. №3 (43).
2. Burlakov V. V. Assessment of innovation competitiveness - a starting element for the implementation of an innovation strategy // Izvestiya MSTU. 2013. №4 (18).
3. Dubinina D. V. Innovative potential of the enterprise as a factor of increasing competitiveness // Strategy of sustainable development of Russian regions. 2013. №15.
4. Mashevskaya O.V. Innovations, competitiveness and enterprise development strategy // Bulletin of OmSU. Series: Economics. 2015. No.4.
5. Friesenbichler K.; Reinstaller A. Do firms that face competitors from emerging markets behave differently? Evidence from Austrian manufacturing companies. Euro. Bus. 2022, 34, 153-170.
6. Sanchez-Enrique F.; Pavel I. The impact of open innovation on the effectiveness of eco-innovation: the role of sources of market knowledge. Sustainable development 2021, 13, 3890

Для цитирования: Кондрачук О.Е. Роль инноваций в получении и развитии конкурентных преимуществ современных компаний // Московский экономический журнал. 2023. № 1. URL: <https://qje.su/ekonomicheskaya-teoriya/moskovskij-ekonomicheskij-zhurnal-1-2023-46/>

Московский экономический журнал. № 1. 2023

Moscow economic journal. № 1. 2023

© Кондрачук О.Е., 2023. *Московский экономический журнал, 2023, № 1.*