

Влияние степени новизны и типа осуществляемых инноваций на конкурентоспособность высокотехнологичной компании

© 2016 Золотарева Марина Евгеньевна

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

119234, г. Москва, Ленинские горы, ГСП-1, сектор Д, д. 937

E-mail: marina-zolot@mail.ru

Рассмотрен вопрос влияния степени новизны и типа инноваций, осуществляемых высокотехнологичными компаниями, на занимаемые ими конкурентные позиции. Проанализированы современные тенденции изменения подхода к определению конкурентоспособности компании в условиях ускорения темпов инновационного развития и усложнения инновационных процессов высокотехнологичных компаний.

Ключевые слова: высокотехнологичные компании, инновации, инновационная деятельность, инновационное развитие, инновационный процесс, конкурентоспособность.

Исследования российских и зарубежных ученых подтверждают возрастающую роль инновационного развития в поддержании конкурентоспособности высокотехнологичных компаний. Усиление конкурентной борьбы на рынках высокотехнологичных отраслей свидетельствует о необходимости рассмотрения типов инноваций, осуществляемых компаниями для сохранения конкурентных позиций.

Существуют различные подходы, определяющие понятие “инновация”, с одной стороны, как результат определенной деятельности, использования новых идей, знаний, изобретений с целью повышения коммерческой эффективности¹. С другой стороны, известно понимание инновации как процесса, в котором изобретение или идея приобретают экономическое содержание². В современной литературе подход к рассмотрению “инноваций” в качестве процесса трансформации новшества в конечный продукт, технологию, бизнес-процесс или метод управления, реализация которого оказывает существенный коммерческий эффект в деятельности компании, определяется как “инновационная деятельность”³. Инновационная деятельность охватывает полный цикл процессов от зарождения идеи до ее коммерциализации: формирование, корректировку и реализацию стратегических целей компании; генерацию, поиск и отбор идей; проведение НИОКР; реализацию комплекса маркетинга инноваций; применение новых источников финансовых ресурсов и управление финансовыми потоками; управление человеческими ресурсами; управление знаниями; внедрение новых методов управления и другие этапы инновационного процесса⁴.

Управление инновационной деятельностью на микроуровне заключается в организации ин-

новационной деятельности в компании, соответствующей компетенции менеджеров высшего звена и интеграции управленческих и научно-технических знаний и навыков⁵. “Инновационное развитие компании” заключается в объединении и реализации комплекса вышеописанных направлений инновационной деятельности с целью обеспечения функционирования компании в долгосрочном периоде⁶.

Одним из главных факторов успешного инновационного развития высокотехнологичных компаний в российской и зарубежной литературе принято считать разработку и вывод на рынок нового продукта⁷. По степени новизны в деятельности компаний выделяют три вида осуществляемых инноваций (см. таблицу):

- радикальные (базисные) инновации, основанные на разработке и внедрении принципиально новых продуктов, услуг, технологий, бизнес-процессов;
- комбинированные (интегрирующие или комплексные) инновации, в основе которых лежит выявление и применение оптимального комплекса из различных сочетаний уже существующих факторов производства: знания, технологий, оборудования, информационных систем и др.;
- модифицирующие (улучшающие) инновации, заключающиеся в улучшении свойств и характеристик существующего продукта, усовершенствовании конструкции, совершенствовании применяемых методов управления и бизнес-процессов⁸. Улучшающие инновации могут носить характер замещающих, частично улучшающих и инноваций нового поколения технологий при сохранении базовых принципиальных конструкций и структур или иницирующих новые виды продуктов, услуг, технологий и методов управления посредством изменения их качественных

Влияние степени новизны внедряемых инноваций на уровень конкурентоспособности компании

Степень новизны	Функционал	Базовая конструкция и структура	Технология	Качественные характеристики	Конкурентная позиция	
Радикальные базисные	Принципиально новый	Принципиально новая	Принципиально новая	Принципиально новые	"Абсолютный лидер" - создание нового рынка; - отсутствие конкурентной борьбы в краткосрочном периоде; - усиление конкурентной позиции в долгосрочном периоде	
Комбинированные (интегрирующие / комплексные)	Существующего продукта / услуги	Существующего продукта / услуги	Комбинирование существующих факторов производства	Принципиально новые	"Технологический брокер": - лидерство в средне- и краткосрочном периодах "Догоняющее развитие": - поддержание существующего уровня конкурентоспособности; - обеспечение конкурентоспособности в краткосрочном периоде	
Модифицирующие (улучшающие)			Усовершенствованная	Улучшенные		
Замещающие	Существующего продукта / услуги	Новая / усовершенствованная	Новая, более эффективная	Превосходящие существующие		
Частично улучшающие			Усовершенствованная	Улучшенные		
Инновации нового поколения технологий			Существующего продукта / услуги	Принципиально новая		Улучшенные
Иницирующие новые виды продуктов, услуг, технологий и методов управления			Новая / усовершенствованная	Новая / усовершенствованная		Принципиально новые

Примечание. Составлена автором на основе работ: Акимов А.А., Гамидов Г.С., Колосов В.Г. Системные основы инноватики. Санкт-Петербург, 2002; Кокурин Д.И. Инновационная деятельность. Москва, 2001.

характеристик при сохранении прежнего функционального принципа⁹.

Реализация модифицирующих, или улучшающих, инноваций не требует значительных затрат ресурсов, кроме финансовых, и проявления заинтересованности топ-менеджмента компании. Однако, эффект от внедрения модифицирующих инноваций обеспечивает компании лишь догоняющее развитие. Реализация стратегии догоняющего развития способна поддерживать существование компании в краткосрочном периоде¹⁰, несмотря на то, что компания может получать сверхприбыль в этом периоде времени¹¹. Целью же введения радикальных инноваций является завоевание и удержание позиции лидера на рынке в долгосрочном периоде. Но внедрение радикальных инноваций, в свою очередь, требует значительных преобразований в системе стратегического и оперативного управления, затрат практически всех видов ресурсов компании (управленческих, финансовых, информационных, производственных и др.)¹².

Тем не менее в современных работах западных исследователей существуют и альтернатив-

ные точки зрения. Так, А. Хагадон в своем исследовании природы инновационного развития¹³ отмечает, что в основе технологического прорыва может находиться не радикальное открытие новых технологий, а "технологическое брокерство", которое представляет собой успешное комбинирование существующих технологий в различных отраслях, деловых идей и людей, способных реализовывать их. Согласно "теории прорыва" А. Хагадона ключевой компетенцией компаний, технологических брокеров является способность решать какую-либо проблему, используя нереализованный потенциал существующих технологий и идей¹⁴. По мнению А. Хагадона, применение комбинированных инноваций также может обеспечить технологический прорыв и существенное конкурентное преимущество компании¹⁵. Принимая во внимание тот факт, что в основе достигнутого технологическим брокером конкурентного прорыва лежат уже известные и используемые в различных отраслях технологии, доступные для копирования другими компаниями, можно сделать вывод о среднесрочном и краткосрочном характере обеспечивающихся им

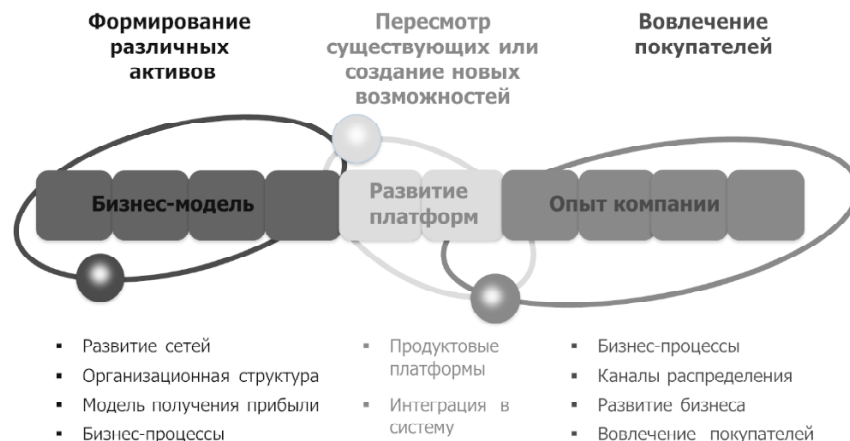


Рис. Концепция “десять типов инноваций” Л. Кили

Примечание. Разработан автором на основе исследования Л. Кили: Keely L. (2012) Finding the Future First. *Digital October*. Available from: http://digitaloctober.ru/system/stored_files/89.pdf.

конкурентных преимуществ компании. Для завоевания и удержания лидирующих позиций в среднесрочном и долгосрочном периодах высокотехнологичным компаниям целесообразно осуществлять внедрение радикальных и комбинированных инноваций. Внедрение улучшающих инноваций способно укрепить текущую позицию компании и обеспечить ее существование в среднесрочном или краткосрочном периоде.

Нужно отметить, что в трудах российских и зарубежных исследователей существуют альтернативные точки зрения, согласно которым успех инновационного развития в большей мере зависит не от степени новизны выпускаемых компанией инновационных продуктов или внедряемых технологий, а основан на внедрении инноваций в различных сферах деятельности компании. Согласно концепции Л. Кили “десять типов инноваций” для успешного инновационного развития и повышения конкурентоспособности высокотехнологичной компании необходимо реализовывать хотя бы несколько из описываемых концепцией типов инноваций¹⁶.

Л. Кили выделяет три блока, состоящих из десяти типов инноваций, которые могут осуществлять компании¹⁷. В блоке инновации “бизнес-модели” (business-model centric innovation) Л. Кили выделяет внедрение инноваций в модели: получения прибыли, развития сетевых взаимодействий, организационной структуры и бизнес-процессов. В блоке инноваций, ориентированных на развитие “опыта компании” (experience-centric innovation), Л. Кили выделяет инновации в области: оказания сервиса, поиска новых каналов продвижения и распространения, развития бренда и взаимодействия с покупателями. Блок инноваций, ориентированных на “развитие платформ” (platform-centric

innovation), включает в себя: формирование инновационных платформ по развитию новых продуктов, услуг и технологий и их интеграцию в существующие системы. Стоит отметить, что Л. Кили не рекомендует акцентировать стратегию инновационного развития на выпуске новых продуктов и их интеграции в существующие продуктовые системы (см. рисунок), а советует сосредоточиться, в первую очередь, на реализации инноваций в бизнес-модели: построении сетевых взаимодействий с партнерами, изменении организационной структуры и оптимизации бизнес-процессов. Во вторую очередь, согласно теории Л. Кили, компаниям необходимо уделить внимание инновациям, касающимся опыта компании в области сервиса, каналов распространения, развития бренда, взаимодействия с клиентами и покупателями. И только после реализации инноваций вышеперечисленных типов Л. Кили предлагает рассматривать инновации в области построения инновационных платформ по развитию новых продуктов и услуг, их интеграции в существующие продуктовые системы¹⁸.

В работах отечественных ученых в последнее время также возрастает внимание к исследованию новых типов инноваций, способных повысить уровень конкурентоспособности компании. Так, А.М. Казиханов отмечает неполноценность подхода в изучении инновационного процесса в рамках технических, экономических, психологических проблем и возрастающую роль управленческих инноваций в результате усложнения инновационного процесса и форм взаимодействия его участников¹⁹. Понятие “управленческие инновации” А.М. Казиханов определяет как целенаправленное изменение состава функций, организационных структур, методов работы системы управления, ориентированное на

замену элементов системы управления или системы управления в целом для решения поставленных перед компанией задач²⁰.

Возрастающее значение организационно-управленческих инноваций и инноваций бизнес-процессов приводит к тому, что даже такое емкое комплексное определение конкурентоспособности продукта, приведенное Д.Е. Епифанцевым, как “соответствие товара условиям рынка, конкретным требованиям потребителей не только по своим качественным, экономическим, техническим, эстетическим, эргономическим характеристикам, но и по коммерческим и иным условиям его реализации (срок поставки, цена, сбыт, сервис, реклама)”²¹ уже не отвечает современным потребностям в оценке конкурентоспособности компании. В нынешних условиях ускорения процессов вывода на рынок новых товаров и услуг, сокращения жизненного цикла продукта, усиления конкурентной борьбы произошло смещение фокуса с оценки конкурентоспособности отдельных продуктов, выпускаемых компанией, к оценке компетенций компании, необходимых для системного осуществления инновационной деятельности и обеспечения ее непрерывного инновационного развития²².

Согласно теории ключевых компетенций Г. Хэмэла и К. Прахалада²³ долгосрочное конкурентное преимущество компании заключается не в ее продуктовой портфеле, а в ее ключевых компетенциях, поскольку они выходят за рамки разработки и создания отдельного продукта и оказывают влияние на деятельность различных бизнес-единиц. Таким образом, под понятием “конкурентоспособность компании” в условиях усложнения моделей инновационного развития высокотехнологичных компаний актуальным становится рассмотрение не портфеля выпускаемых ею продуктов или набора отдельных бизнес-единиц, а совокупности компетенций компании, позволяющих систематически осуществлять инновационную деятельность для достижения целей инновационного развития и сохранения лидирующих позиций в долгосрочном периоде²⁴. Значительной движущей силой в формировании компетенций компании по осуществлению инновационного развития является развитие системы управления инновациями компании, отвечающей требованиям динамично развивающейся внешней среды.

¹ См.: Кокурин Д.И. Инновационная деятельность. Москва, 2001; Молчанов Н.Н. Инновационный процесс: организация и маркетинг. Санкт-Петербург, 1994; Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. Москва, 2007. С. 461.

² См.: Акимов А.А., Гамидов Г.С., Колосов В.Г. Системные основы инноватики. Санкт-Петербург, 2002; Новиков Д.А., Иващенко А.А. Модели и методы организационного управления инновационным развитием фирмы. Москва, 2006.

³ Акимов А.А., Гамидов Г.С., Колосов В.Г. Указ. соч.

⁴ См.: Акимов А.А., Гамидов Г.С., Колосов В.Г. Указ. соч.; Системный подход к управлению инновациями на промышленных предприятиях / О.Н. Герасина [и др.]; под ред. О.Н. Герасиной. Москва, 2011. 165 с.

⁵ Управление исследованиями и разработками в российских компаниях : национальный доклад / Е.Б. Кузнецов [и др.]. Москва, 2011.

⁶ Системный подход...

⁷ См.: Системный подход...; Geroski P., Machin, S., Van Reenen J. (1993) The Profitability of Innovating Firms. *RAND Journal of Economics*, 24, pp. 198-221. Available from: <http://www.jstor.org/stable/2555757>.

⁸ См.: Акимов А.А., Гамидов Г.С., Колосов В.Г. Указ. соч.; Кокурин Д.И. Указ. соч.

⁹ Акимов А.А., Гамидов Г.С., Колосов В.Г. Указ. соч.

¹⁰ Управление исследованиями...

¹¹ Geroski P., Machin, S., Van Reenen J. *Op. cit.*

¹² Кокурин Д.И. Указ. соч.

¹³ Hargadon A. *How Breakthrough Happen: the Surprising Truth about How Companies Innovate*. Available from: <http://credu.bookzip.co.kr/Resource/Englishbook/PDF/AE30162.pdf>.

¹⁴ Там же.

¹⁵ Там же.

¹⁶ См.: Кили Л. Инновационный менеджмент : Стенограмма лекции Ларри Кили // Digital October. 2012. URL: <http://digitaloctober.ru/player/content/44>; Keely L. (2012) Finding the Future First. *Digital October*. Available from: http://digitaloctober.ru/system/stored_files/89.pdf.

¹⁷ Keely L. *Op. cit.*

¹⁸ См.: Кили Л. Указ. соч.; Keely L. *Op. cit.*

¹⁹ Казиханов А.М. Инновационные системы в предпринимательских структурах промышленности региона // Управление экономическими системами : электронный научный журнал. 2012. □ 48. С. 1-11. URL: <http://www.uecs.ru/marketing/item/1773-2012-12-10-07-58-45>.

²⁰ Там же.

²¹ Епифанцев Д.Е. Проблемы оценки и управления конкурентоспособностью продукции // Управление инновациями: проблемы, методы и механизмы / под ред. В.В. Титова, В.Д. Марковой. Новосибирск, 2008. С. 262.

²² См.: Дружинников Е.П., Никитин А.Н., Ткаченко Г.И. Формирование и оценка потенциала конкурентоспособности на основе резервов экономического развития предприятия. Белгород, 2011; Кузнецова С.А., Маркова В.Д. Инновации и компетенции компаний. Рыночные инновации в бизнесе // Управление инновациями: проблемы, методы и механизмы / под ред. В.В. Титова, В.Д. Марковой. Новосибирск, 2008. С. 23.

²³ Hamel G., Prahalad C.K. (1994) Competing for the future. *Harvard Business Review*. Available from: <https://hbr.org/1994/07/competing-for-the-future>.

²⁴ Кузнецова С.А., Маркова В.Д. Указ. соч.