

ИННОВАЦИЯ: ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И РЕЗУЛЬТАТ, АССОЦИАЦИЯ С УСЛУГОЙ; ИННОВАЦИЯ КАК ОСНОВНОЙ ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Скоробогатова Т. Н.¹, Мараховская И. Ю.² Аборкина Е. О.³

¹Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского, г. Симферополь, Крым, Россия

² Южно-Российский государственный политехнический университет (НПИ) имени М.И. Платова,
г. Новочеркасск, Россия

³ научный редактор, Большая российская энциклопедия, Москва, Россия
E-mail: ¹stn57@mail.ru, ² smafred@yandex.ru, ³melcaseo@mail.ru

Аннотация. Показаны различные взгляды на понятие «инновация» отечественных и зарубежных ученых, определяющих ее как результат и как процесс. Указана аналогия инновации и услуги. Рассматривается креативность в качестве отправной точки инновации. Выделены функции инновации. Показаны особенности оценки эффективности инноваций в материальном производстве и сфере услуг. Рассматривается инновационная деятельность как способ обеспечения экономической эффективности фирм и повышения конкурентоспособности производимых ими продукции и услуг. Авторами раскрывается взаимосвязь между факторами инноваций и обеспечением экономической эффективности фирм, а также анализируется необходимость разработки систем управления инновациями. Подчеркивается, что наиболее полный синергетический эффект от инноваций может быть получен только путем развития инновационной системы управления на фирмах.

Ключевые слова: инновация, деятельность, услуга, креативность, функции инновации, эффективность инновации, конкурентоспособность.

ВВЕДЕНИЕ

Не подлежит сомнению тот факт, что стержнем развития современной экономики выступают инновации. На сегодняшний день обеспечение экономической эффективности фирм, а также повышения конкурентоспособности производимых ими продукции невозможно без инноваций. Устойчивого роста показателей эффективности фирмы могут добиться только путем ведения активной инновационной деятельности. Инновации являются необходимым условием роста экономики в долгосрочном периоде, способствуя повышению уровня благосостояния будущих поколений (на основе [1]). В конкурентной борьбе побеждает именно тот, чья деятельность основывается на инновациях. В настоящее время традиционная конкуренция превращается в инновационную. Инновационная конкуренция - это конкуренция, при которой эффективной деятельности, фирмы могут добиться только с помощью инноваций [2]. По Й.А. Шумпетеру, стимулом к поиску и внедрению нового является прибыль, которая, в свою очередь, станет наградой за инновации [3]. Можно сказать, что решающую роль в обеспечении экономической эффективности фирм играет не качество или цена, а инновации.

АНАЛИЗ ПУБЛИКАЦИЙ, МАТЕРИАЛОВ, МЕТОДОВ

Понятие инновации – весьма многогранно. Рассмотрению инновации посвящено большое количество работ, как в законодательной базе [4], так и в публикациях учебного [5, 6] и научного [1, 7, 8] порядков. При этом инновацию редко ассоциируют с товаром. Инновацию можно рассматривать как информацию (об информации как особой форме товара см. в работе [9, с. 281-290]). С другой стороны, инновация в конечном итоге воплощается в виде одной из классических форм товара: продукции или услуги. Как известно, услуга воспринимается в качестве процесса и результата, такой аспект роднит инновацию с услугой,

Термин «инновации» появился в русском языке сравнительно недавно (например, в словаре В.И. Даля за 1881 г. он отсутствует). Однако на сегодняшний момент – это один из наиболее употребляемых терминов. В настоящее время имеется большое количество трактовок данного термина. Иногда инновация отождествляется с новацией, но это хотя и близкие, но не тождественные понятия. По мнению В.Д. Ковалевой, инновация – это инвестиции в новацию [10]. По нашему мнению, более корректно сказать, что инновация – это внедренная новация. Термин «инновации» появился в русском языке сравнительно недавно (например, в словаре В.И. Даля за

1881 г. он отсутствует). Однако на сегодняшний момент – это один из наиболее употребляемых терминов. В настоящее время имеется большое количество трактовок данного термина. Иногда инновация отождествляется с новацией, но это, хотя и близкие, но не тождественные понятия. По мнению В.Д. Ковалевой, инновация – это инвестиции в новацию [10]. По нашему мнению, более корректно сказать, что инновация – это внедренная новация. В данном аспекте следует сослаться на мнение Р.А. Фатхутдинова, представляющего инновацию как «конечный результат внедрения новшества с целью изменения объекта управления и получения экономического, социального, экологического, научно-технического или другого вида эффекта» [11].

Согласно словарю С.И. Ожегова, инновация – это «введение чего-либо нового; нововведенная вещь; модернизация; реформа» [12]. Одно из объемных определений гласит, что «инновация – это конечный результат внедрения новшества с целью изменения объекта управления и получения экономического, социального, экологического, научно-технического или другого вида эффекта, т.е. прибыльное использование новшеств в виде новых технологий, видов продукции и услуг, организационно-технических и социально-экономических решений производственного, финансового, коммерческого, административного и иного характера» [7]. По российскому законодательству, инновации – это «введенный в употребление новый или значительно улучшенный продукт (товар, услуга) или процесс, новый метод продаж или новый организационный метод в деловой практике, организации рабочих мест или во внешних связях» [4]. Таким образом, инновация предстает как конечный результат проведенной для его получения деятельности. (Добавим, что в российском законодательстве инновационной считается «деятельность, направленная на реализацию инновационных проектов, а также на создание инновационной инфраструктуры и обеспечение ее деятельности») [4].

Тезис о том, что в отечественных официальных документах инновация рассматривается как результат инновационной деятельности, подтверждает группа ученых, а именно: И.В. Савенкова, Е.А. Нефедова, М.И. Кульш (со ссылкой на мнение М.А. Гершмана) [7, с. 172]. Инновационная деятельность — комплекс научных, технологических, организационных, финансовых и коммерческих мероприятий, направленный на коммерциализацию накопленных знаний, технологий и оборудования [2]. При этом авторы замечают, что в зарубежной терминологии инновации – это сама деятельность, процесс изменений [7, с. 172].

Однако это не всегда так, что подтверждают даже приведенные вышеуказанными авторами примеры. Если В. Томпсон определяет инновацию в виде стадий инновационного процесса: инициирования, адаптации и внедрения в среду предприятия, а для компании Procter & Gamble инновация – это основа существования, которая заключается в поиске новых способов сообщить потребителю, «кто мы есть», то в оксфордском толковом словаре инновация рассматривается как «любой новый подход к конструированию, производству или сбыту товара, в результате чего новатор или его компания получает преимущество перед конкурентами» [7, с. 172, 173]. Последнее определение, по нашему мнению, созвучно российским трактовкам.

В целом же понятие «инновация» в зарубежных источниках толкуется шире, чем в российских. Отчасти это объясняется тем, что у нас инновация часто отождествляется с нововведением. Однако понятие «нововведение» имеет более конкретный характер и предполагает именно конечный результат. Поэтому инновацию рационально рассматривать в двух аспектах (или скорее в двух этапах): 1) разработка и 2) внедрение или собственно нововведение.

Среди путей разработки инноваций выделим модернизацию и аналогию. Особый интерес представляет аналогия. Например, многие технические средства разработаны по аналогии с животным миром (самолет, гидролокатор, танк и др.). Более конкретно аналогия проявляется в такой области, как биомимикрия (Biomimetics). Биомимикрия – это направление, в котором природные механизмы выступают образцами для создания инновационных объектов. Так, подражание биологическим объектам активно применяется в США, где на разработки новых инноваций ученых вдохновил жук, который живет в пустыне, (Намиб - вид *Onymacris unguicularis*). Было замечено, что жук, живя в прибрежной пустыне, может конденсировать до 40% объема его собственного веса. Изучив его поведение в пустынной местности, вызванное необходимостью выживания, ученые Массачусетского технологического института создали систему извлечения воды из воздуха для орошения пустыни. В таких инновациях идеи создания объектов не являются новыми, поскольку они существуют в мире и основаны на уже функционирующих в природе

механизмах деятельности организмов, способах их жизнедеятельности, инструментах создания материалов или методах совместного выживания.

ЦЕЛЬ И ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования: определение сущности инновации и рассмотрение вопроса повышения эффективности фирм путем совершенствования инновационной деятельности.

В соответствии с поставленной целью поставлены следующие задачи:

- рассмотреть различные взгляды на понятие «инновация» отечественных и зарубежных ученых, аналогию инновации и услуги, креативность как источник инновации;
- выделить функции инновации;
- определить связь между инновациями, конкурентоспособностью продукции (и услуг) и эффективностью фирм;
- исследовать вопрос соотношения понятий «эффективность» и «конкурентоспособность».

ОСНОВНОЙ РАЗДЕЛ

Процесс создания инновации в агрегированном виде можно представить следующим образом: выявление потребительской потребности, оценка собственного потенциала фирмы, непосредственно процесс деятельности. А именно: разработка технологии производства нового товара (продукции или услуги), апробация и окончательная доработка с учетом замечаний. Отметим, что инновация в материальном производстве требует значительных затрат: приобретение нового оборудования и материалов, наем дополнительного или переобучение собственного персонала. В сфере услуг обычно ограничиваются небольшими финансово-материальными затратами.

В целом, для создания инноваций требуются:

- интеллектуальные ресурсы (техдокументация, патенты, лицензии, бизнес-планы по освоению нововведений, инновационные программы);
- материальные (лаборатории, передовое технологическое и информационное оборудование, здания, и т.д.);
- финансовый капитал (собственный капитал, заемный капитал, субсидии и т.д.);
- человеческие ресурсы (руководитель-новатор; работники, заинтересованные в инновациях и. д.);
- партнеры;
- прошлый опыт проведения научных работ, опыт управления проектами;
- инфраструктурные ресурсы (наличие в фирме своего научно-исследовательского отдела, отдела маркетинга, юридического и информационного отделов и другие ресурсы, необходимые для ведения инновационной деятельности).

Акцентируем внимание на то, что условием создания инновации в любой сфере деятельности является наличие работников, обладающих креативным мышлением. К сожалению, такие работники не часто бывают «в фаворе», поскольку руководство фирмы не всегда склонно воспринимать новые идеи (действительно, такие идеи, на первый взгляд, иногда кажутся утопическими). При принятии же идеи указанные работники подчас не стимулируются должным образом. Данная проблема должна грамотно решаться в фирме.

Ведь еще в 2015 г. совместное исследование, проведенное Гарвардским университетом, Фондом Карнеги и Стэнфордским исследовательским центром, показало, что работоспособность и высокая эффективность сотрудника складывается всего лишь из 15% владения Hard Skills (специальные навыки) и из 85% владения Soft Skills (общие умения и навыки) [13]. Во второй группе особое место занимает креативность.

Действительно, в современной экономике, ориентированной на инновации, решающую роль играют именно генераторы идей. Генераторами идей считаются люди, у которых больше развито правое полушарие мозга (профессор Т.П. Хризман с сожалением указывают на их уменьшение [14]). Сейчас продолжается тенденция, когда «лучшие умы» отправляются за рубеж. Но и внутри России наблюдается процесс «перекачивания умов» в крупные города с наиболее высоким индексом креативности, такие, как Москва, Санкт-Петербург, Казань и др. (15 наиболее креативных городов

перечислены в ссылке [15]). Данная проблема в некоторой степени решается за счет дистанционной работы, но все равно стоит еще остро. Кроме того, как указывает А.Ж. Якушев, рост доходов работников, занятых в биосферном секторе (*по нашему мнению, лучше указать «в первичном секторе экономики»*) ведет к «перетеканию» туда наиболее образованных и квалифицированных кадров [8 с. 36]. Здесь также возникает задача оплаты труда перспективных работников.

Итак, креативность является отправной точкой инновации. Однако понятие «инновация» креативностью не ограничивается. С точки зрения некоторых ученых, инновация, кроме того, включает стратегию, реализацию (*здесь инновация уже превращается в нововведение – авт.*) и прибыльность. Причем прибыльность понимается не только как финансовый выигрыш, но гораздо шире, например, как вклад в жизнь общества (источник косвенный [7, с. 173, 174]). По нашему мнению, вместо понятия «прибыльность» грамотнее использовать термин «эффективность». Тогда можно говорить и об экономической, и о социальной эффективности.

Весьма важным вопросом является определение затрат для получения эффективной инновации. Если инновация связана с экспериментом, то принимаются в расчет расходы на его проведение. Возможно подсчитать затраты, связанные с апробацией. Но дело в том, что отдача от инновации может проявиться далеко не сразу, в некоторых случаях даже через длительный срок.

Временной разрыв между затратами и результатом в большей степени относится к нововведениям в области материального производства. В сфере же услуг населению отдача обычно проявляется быстро. Сервисная деятельность отличается широким кругом разрабатываемых и внедряемых инноваций. Она не только адаптирует множество инноваций, но часть разработанных инноваций революционизирует другие области общественно-полезной деятельности (на основе [16]). Кроме того, риск инноваций в сфере услуг ниже, чем в материальном производстве. Сервисные предприятия более уверенно лавируют между имеющимся спросом потребителей и формирующимися потребностями, определяющими новый товар (а именно услугу).

Наряду с предприятиями, внедряющими инновации, существуют организации, для которых разработка инноваций выступает основной деятельностью (их деятельность распространяется на сферу материального производства). В рассматриваемом случае оценке подлежит работа всего предприятия. С.Е. Ерошин и Г.А. Климентов предлагают комплекс соответствующих показателей. Кроме индикаторов финансово-хозяйственной деятельности, они выделяют показатели, оценивающие персонал: средний возраст, динамику кадрового состава, долю руководящего состава (предприятия с низкой долей административно-управленческого персонала имеют более высокий ранг) [17]. Данные показатели целесообразно учитывать и при инновационной оценке остальных предприятий любой сферы деятельности. При этом в выигрышном положении оказываются сервисные фирмы, где доля управленческих работников минимальна.

При внедрении инновации возникает вопрос финансирования. Крупные инновации часто поддерживаются государством, кроме того, масштаб поля их внедрения достаточно широк (большая фирма, комплекс или даже регион), поэтому для них находятся источники финансирования в виде грантов, кредитов и др. Если же инновация разрабатывается на уровне одного человека или нескольких человек и не относится к работе предприятия, то вопрос финансирования становится особенно острым. Одним из способов финансирования в этом случае является краудфандинг, когда группа людей объединяется для развития и реализации инновации (обычно инновационного проекта). Действия фаундеров можно рассматривать как своего рода финансовую помощь в виде возмездной или безвозмездной финансовой услуги. В начале реализации проекта возможно также использовать помощь «бизнес-ангелов».

Как мы уже указывали, услугу можно толковать в ракурсе процесса и результата. В большинстве услуг, конечно, важен результат. Но в отдельных услугах, в частности культурно-развлекательного плана, весьма важен сам процесс. Здесь сразу можно определить, как зрители оценивают то или иное нововведение.

Широким полем внедрения инноваций является образование. Необходимо оговориться, что образование человек может получить двумя путями: 1) обучение в образовательном учреждении; 2) самообразование. Первый путь в отдельных случаях носит формальный характер, зато предоставляет возможность соответствующей работы. Второй путь часто бывает более продуктивен, поскольку человек изучает именно то, что ему действительно интересно. Кроме того, ему не надо затрачивать средства на преодоление расстояния к образовательному учреждению. Однако такой путь не меняет статус индивида.

Традиционно обучение предполагало посещение соответствующего образовательного учреждения. Модификацией стало дистанционное образование, позволяющее человеку обучаться в домашних условиях и получая консультации специалиста. В условиях пандемии и очное образование приняло новую форму, сочетая дистанционное и так называемое «живое» обучение.

Модификацией обучения стал и «деловой отдых», когда люди получают новые знания в непривычной обстановке. Это могут быть и семинары в курортном регионе, и путешествия (чаще использует теплоход).

Индивиду может понравиться модифицированный процесс обучения, а может вызвать сопротивление с его стороны. Он одобрит новую форму, если добьется высокого результата. В данном случае можно говорить о приоритетности результата перед процессом.

Важным вопросом является определение функций инновации. Большинство авторов выделяет воспроизводственную [18] (или возобновляющую [19]), инвестиционную [18], и стимулирующую (или побуждающую [19]) функции. Воспроизводственная функция отражает кругооборот денежных средств, необходимых для расширенного воспроизводства. И стимулирующая, и инвестиционная функции характеризуют распределение получаемой прибыли. По нашему мнению, достаточно оставить инвестиционную функцию (тем более, что понятие «стимулирующая» весьма разнопланово, чему ниже будет дано подтверждение) и добавить превосходящую функцию, определяющую конкурентное преимущество предприятия перед аналогами, в том числе за счет финансового состояния. Можно выделить также привлекающую функцию, направленную на потребителей – любителей новизны и модернизированных товаров. И превосходящая, и привлекающая функции могут найти отражение в рекламе. В первом случае – это рекламные мероприятия предприятия, во втором – это еще и оповещение окружающих теми потребителями, которые уже опробовали новый товар (продукцию или услугу).

Ряд функций инновации предлагают неоднократно цитируемые авторы (работа [7, с.174, 175]). Из их перечня целесообразно назвать наиболее адекватные: преобразующую, направленную на применение теории в практической деятельности (она также носит название реорганизующей [19]), и социальную, определяющую обеспечение населения качественными товарами (продукцией и услугами), соответствующими современным требованиям (в работе [19] она носит то же наименование). В состав функций следует включить активизирующую (вышеперечисленные авторы называют ее стимулирующей) как побуждение работников к новым идеям. Кроме того, целесообразно выделить экономную функцию, определяющую высвобождение ресурсов, которым может быть найдено другое применение. Сущность функций инновации кратко отражает нижеприведенная таблице 1.

Таблица 1.
Функции инноваций

Функция инновации	Сущность функции
Воспроизводственная	Обеспечение финансирования расширенного воспроизводства
Инвестиционная	Вложение средств в развитие объекта с целью получения прибыли
Превосходящая	Создание преимуществ перед конкурентами
Экономная	Экономия ресурсов
Привлекающая	Формирование интереса для потребителей – любителей новизны
Активирующая	Импульс к новым идеям
Преобразующая	Приложение теории к практической деятельности
Социальная	Обеспечение населения качественными товарами (продукцией и услугами), отвечающими духу времени

Итак, одним из популярнейших терминов на сегодняшний день является инновация. Существует большое количество определений данного понятия. В российских официальных документах инновация рассматривается как результат инновационной деятельности, то же касается многих других отечественных источников. В зарубежных источниках инновация часто

рассматривается как процесс изменений. Таким образом, инновация ассоциируется с услугой, которая представляется в качестве и процесса, и результата.

Инновации выполняют воспроизводственную, инвестиционную, превосходящую, привлекающую, активизирующую, преобразующую и социальную функции. Если остальные функции инновации направлены на использующих ее индивидов, то активизирующая – импульсирует самого генератора идеи. Следовательно, можно сказать, что инновация оказывает услугу и потребителю, и непосредственному разработчику. Исходным пунктом инновации выступает креативность, в ракурсе чего должное внимание следует уделять подбору кадров, обладающих соответствующим мышлением.

Рассмотрев функции инноваций, можно утверждать, что существует тесная связь между инновациями, конкурентоспособностью продукции (и услуг) и эффективностью фирм: потребности потребителя – инновационная деятельность – инновации – качество объекта – конкурентоспособность продукции/услуг – эффективность фирм [20].

Согласно Ворониной Н.В., показатели конкурентоспособности фирмы зависят от уровня использования ее инновационного потенциала [21]. Поэтому конкурентоспособность (К) может быть определена как:

$$K = K_B + K_{И.},$$

где: K_B – коэффициент восприимчивости фирмы; $K_{И.}$ – коэффициент инновационности фирмы.

Коэффициент восприимчивости рассчитывается следующим образом:

$$K_B = \frac{B_u}{B_o},$$

где: B_u – количество инновационных видов продукции или услуг, выпускаемых фирмой; B_o – общее количество видов продукции или услуг, выпускаемых фирмой.

Коэффициент инновационности рассчитывается по формуле:

$$K_{И.} = \frac{P_{исп.}}{P_o},$$

где: $P_{исп.}$ – размер ресурсов, используемых в обороте для создания и реализации инноваций; P_o – общий размер ресурсов, которыми владеет фирма.

Чем выше данные показатели, тем выше уровень конкурентоспособности и эффективности фирмы [22, с. 79-81].

Несомненный интерес представляет вопрос соотношения понятий «эффективность» и «конкурентоспособность». Данный вопрос уже рассматривался нами в работе [23, с. 204, 205]. Уточняя и развивая предыдущие положения, укажем, что эффективность отражает рациональность структуры фирмы, полноту и пропорциональность использования материально-технических и трудовых ресурсов. Конкурентоспособность определяет позицию фирмы на рынке за счет производимых товаров (продукции и услуг). Другими словами, эффективность оценивается тем, как фирма использует свои ресурсы, конкурентоспособность – как рынок воспринимает ее товары.

Эффективность инновации (ее отдачу) рационально рассматривать в экономическом и социальном аспектах. В материальном производстве отдача от инновации может проявиться спустя длительный срок. В сфере услуг потребитель сразу оценивает новый процесс. Но окончательное решение об эффективности инновации он принимает на основании результата.

ВЫВОДЫ

По нашему мнению, вместо понятия «прибыльность» грамотнее использовать термин «эффективность». Тогда можно говорить и об экономической, и о социальной эффективности. Эффективности можно добиться только с помощью инноваций. Рассмотрев функции инноваций, можно утверждать, что существует тесная связь между инновациями, конкурентоспособностью продукции (и услуг) и эффективностью фирм. Для внедрения инноваций требуются инновационные возможности, среди которых особо место занимают работники, обладающих креативным мышлением. Во многих российских фирмах наблюдается диспропорция между инновационными

возможностями и их реальным воплощением на практике, что отражается на эффективности инноваций. Данные трудности связаны с отсутствием исследований, методологических разработок и системных подходов. Сегодня, обладание ограниченными ресурсами и использование последних достижений науки оказывается определяющим фактором конкурентоспособности и эффективности фирм только в случае наличия отлаженной системы менеджмента, применения последних достижений в области стратегического и операционного управления. Отлаженная, результативная система менеджмента определяется способностью фирмы создать эффективную бизнес-модель, которая «не может быть реализована никем из нынешних или потенциальных конкурентов» и способную обеспечить более быстрое внедрение новшеств. Для выстраивания эффективной бизнес-модели нужна система управления инновационными процессами. Данный механизм не в полной мере используется российскими компаниями и организациями, что сказывается на их эффективности. Для этого первоначально необходимо сформировать стратегию на основе научного, системного управления инновациями, что позволит разрешить существующие противоречия, снижающие инновационную активность фирмы. Ведь наиболее полный синергетический эффект от инноваций может быть получен только путем развития инновационной системы. Непрерывный рост эффективности фирмы, достигнутый ведением инновационного процесса и внедрением инноваций, должен являться основным вектором, определяющим направления развития фирм.

ЛИТЕРАТУРА

1. Боков, С.И. К вопросу технико-экономической оценки внедрения инноваций при создании региональных инновационных систем [Текст] /С.И. Боков, К.Г. Серебряков, А.Ю. Пронин, У.А. Пестун // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. – 2021 – № 1 (65) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://eee-region.ru/article/6507/> (Дата обращения 13. 04. 2021).
2. Инновационная деятельность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://krfu.ru/docs/F991758538> (Дата обращения 07. 04. 2021).
3. Шумпетер, Й. А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия [Текст] / Й. А. Шумпетер; пер. с англ.: В. С. Автономов и др. — М.: Эксмо, 2007. — 861 с.
4. О внесении изменений в Федеральный закон «О науке и государственной научно-технической политике» [Текст]: федер. Закон от 31 июля 2020 г. № 309 ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.garant.ru/hotlaw/federal/1403552/> (Дата обращения 20. 08. 2020).
5. Абанников, В.Н. Инновационный менеджмент: учебное пособие [Текст] / В.Н. Абанников. – 2-е изд., испр. И дополн. – СПб.: РГГМУ, 2010. – 254 с.
6. Арутюнова, Д.В. Инновационный менеджмент: учебное пособие [Текст] / Д.В. Арутюнова – Ростов-на-Дону: Изд-во ЮФУ, 2014. – 152 с.
7. Мировая индустрия: экономические и инновационные аспекты: коллективная монография [Текст] / [под общ. Ред. Н.А. Адамова]. – М.: ЭКЦ «Профессор», 2015. – 340 с .
8. Модернизация национальной экономики: проблемы и решения: коллективная монография [Текст] / [под общ. Ред. Н.А. Адамова]. – М.: ООО ЭКЦ «Профессор», 2014. – 536 с.
9. Скоробогатова Т.Н. Логистические системы в сервисе: монография [Текст] /Т.Н. Скоробогатова. – Симферополь: Доля, 2007. – 416 с.
10. Ковалева, В.Д. Контролируй инновацию (управление инновациями как фактор повышения эффективности предпринимательской деятельности) [Текст] /В.Д. Ковалева //Креативная экономика. – 2008. – № 9. – С. 9-15.
11. Фатхутдинов, Р.А. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов [Текст] / Р.А. Фатхутдинов. – СПб.: Питер, 2013. – 448 с.
12. Ожегов, И.С. Толковый словарь русского языка : около 100 000 слов, терминов и фразеологических выражений [под ред. Л. И. Скворцова]. – 26-е изд., испр. И доп. – М. : Оникс [и др.], 2009. — 1376 с.
13. Что нас ждет в 2021 году: прогнозы и планы SCM Академии // Логистика. – 2021. - № 2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.logistika-prim.ru/articles/chto-nas-zhdet-v-2021-godu-prognozu-i-planu-scm-akademii> (Дата обращения 12. 04. 2021).
14. Правополушарное мышление: значение и упражнения для развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vk.com/wall-191870345_408 (Дата обращения 01. 11. 2020).

15. Названы 15 самых креативных городов России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rb.ru/list/creative-capital-index/> (Дата обращения 02. 11. 2020).
16. Нюренбергер, Л.Б. Сервис завлекает и ... выигрывает (назначение сферы услуг в контексте реализации общественных потребностей) [Текст] / Л.Б. Нюренбергер, Т.В. Барыкина // Российское предпринимательство. – 2008. – № 8. – Выпуск 1. – С. 124-127.
17. Ерошин, С.Е. Формирование системы показателей эффективности НИОКР [Текст] / С.Е. Ерошин, Г.А. Климентов // Инновации. – 2020. – № 11 (265). – С. 26-29.
18. Функции инноваций в экономике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://yandex.ru/search/?clid=2186620&tex> (Дата обращения 05. 11. 2020).
19. Инновации: понятие, классификация и международные стандарты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://viafuture.ru/katalog-idej/innovatsiya#harakteristika-ponyatiya-2-3-4> (Дата обращения 14. 04. 2021) .
20. Мараховская, И.Ю. Концепция обеспечения конкурентоспособности продукции в контексте управления её ценностью и затратами на этапах создания, производства, реализации и потребления [Текст] / И.Ю. Мараховская // Вестник ЮРГТУ (НПИ). Сер.: Социально-экономические науки. – 2010. – №1. – С. 53-62.
21. Воронина, Н.В. Управление инновационными ресурсами предприятий [Текст] / Н.В. Воронина. — Хабаровск: Изд-во Тихоокеан. Гос. Ун-та, 2010. – 255 с.
22. Воронина, Н.В. Влияние результатов инновационной деятельности на конкурентоспособность предприятия [Текст] / Н.В. Воронина // Власть и управление на Востоке России. Научный журнал. — Хабаровск, 2014. – №1 (66). – С. 78-81.
23. Скоробогатова, Т. Н. Сервисная логистика в рекреационном секторе: монография [Текст] / Т. Н. Скоробогатова. – Симферополь: ДИАЙПИ, 2010. – 410 с.

INNOVATION: ACTIVITY AND RESULT, THE ASSOCIATION WITH THE SERVICE; INNOVATION AS THE MAIN FACTOR IMPROVING EFFICIENCY

Skorobogatova T. N.¹, Marakhovskaya I. Y.², Aborkina E. O.³

¹Crimean Federal University named after V.I. Vernadsky, Simferopol, Crimea, Russia

²South-Russian State Polytechnic University (NPI) of the M. I. Platov name, Novocherkassk, Russia

³Scientific editor, Great Russian Encyclopedia, Moscow, Russia

Annotation. Shown are different views on the concept of “innovation” of domestic and foreign scientists who define it as a result and as a process. The analogy of innovation and service is indicated. Attention is focused on creativity – the starting point of innovation.. The functions of innovation are highlighted. The features of evaluating the effectiveness of innovations in material production and services are shown. The article considers innovation activity as a way to ensure the economic efficiency of firms and increase the competitiveness of their products and services. The authors reveal the relationship between the factors of innovation and ensuring the economic efficiency of firms, and also analyze the need to develop innovation management systems. It is emphasized that the most complete synergistic effect from innovation can be obtained only through the development of an innovative management system in firms.

Key words: innovation, activity, service, creativity, functions of innovation, efficiency of innovation, competitiveness.