

Елкана Тімотіус

Роль інноваційності в бізнес-стратегії як конкурентної переваги: Досвід індонезійських ММСП

Швидко мінливий діловий клімат та посилення конкуренції вимагають від компаній належної стратегії зростання та підтримки свого бізнесу. Метою цього кількісного дослідження є аналіз переваг інноваційності в бізнес-стратегії для створення конкурентних переваг для мікро-, малих та середніх підприємств (ММСП). Індуктивний статистичний аналіз був проведений за трьома опосередковуваними змінними: інноваційність персоналу, інноваційність процесів та інноваційність продукції, з погляду їхньої участі в бізнес-стратегіях, що є незалежною змінною, та конкурентній перевазі, що є залежною змінною. До вибірки увійшли двадцять дев'ять ММСП в Індонезії для перевірки чотирьох гіпотез у цьому дослідженні. Тридцять показників за п'ятьма змінними були перетворені на 50 запитань в анкеті, що використовує шкалу Лайкерта, поширеній серед відібраних респондентів із використанням цілеспрямованої вибірки. Результати t-тесту показують, що бізнес-стратегія має значний вплив на конкурентну перевагу, а це означає, що бізнес-стратегія без інноваційності створює лише 20,2 % своєї конкурентної переваги. З іншого боку, результати тесту Собеля демонструють, що інновації значною мірою опосередковують вплив бізнес-стратегій на конкурентні переваги компаній. Нарешті, інноваційність продукції потенційно збільшує конкурентні переваги на 53,1 %, а також інноваційність процесу та персоналу на 47,2 % та 44,5 % відповідно.

Ключові слова: бізнес-конкуренція, бізнес-модель, інноваційність персоналу, інноваційність процесу, інноваційність продукції

Класифікація JEL: J24, L25, M13, O14, O31



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.