

Международный научно-исследовательский журнал

«Прогрессивная экономика»

№ 10 / 2025 https://progressive-economy.ru/vypusk_1/sovremennye-problemy-podhody-i-metody-razrabotki-korporativnoj-strategii-innovacionnogo-razvitiya/

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности ВАК: 5.2.6

УДК 37.014

DOI: 10.54861/27131211_2025_10_11



СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ, ПОДХОДЫ И МЕТОДЫ РАЗРАБОТКИ КОРПОРАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

Бучаев А.Г., доктор экономических наук, профессор, Ректор Дагестанского государственного университета народного хозяйства, Дагестанский государственный университет народного хозяйства, г. Махачкала, Россия
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9093-7010>

Гаджиев М.М., доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры Менеджмент, Дагестанский государственный университет народного хозяйства, г. Махачкала, Россия
ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-2938-583X>

Радионова И.В., кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры менеджмента, Северо-Западный институт управления РАНХиГС, Санкт-Петербург, Россия
ORCID <https://orcid.org/0009-0007-1211-2199>

Аннотация. Целью статьи является теоретическое и методологическое обоснование подходов к разработке корпоративной стратегии инновационного развития, ориентированной на обеспечение устойчивого экономического роста на микро- и макроуровнях. Показано, что стратегия инновационного развития должна рассматриваться не как статичный план действий, а как динамическая модель, обеспечивающая непрерывную адаптацию предприятия к изменениям внутренней и внешней среды. Установлено, что основой эффективной инновационной стратегии выступает взаимосвязь технологических, организационных и управленческих решений, формирующих единую систему. Инновации в этом контексте следует понимать как результат эволюции знаний и технологий, обеспечивающих конкурентные преимущества предприятия и его способность к саморазвитию. Выводы исследования подтверждают, стратегия инновационного развития



предприятия в контексте ускорения научно-технического прогресса, глобальной цифровой трансформации, смены технологических укладов в производстве должна базироваться на системном использовании потенциала экономики знаний. Практическая значимость результатов исследования состоит в том, что разработанная концептуальная модель и адаптивные механизмы её реализации могут стать основой для совершенствования управленческих практик на уровне предприятий, а также для формирования эффективной государственной инновационной политики, способной обеспечить устойчивое развитие национальной экономики.

Ключевые слова: инновации, инновационное развитие, корпоративная стратегия, разработка стратегии развития.

Конфликт интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Для цитирования: Бучаев А.Г., Гаджиев М.М., Радионова И.В. Современные проблемы, подходы и методы разработки корпоративной стратегии инновационного развития // Прогрессивная экономика. 2025. № 10. С. 11–29. https://doi.org/10.54861/27131211_2025_10_11.

Статья поступила в редакцию: 19.09.2025 г. Одобрена после рецензирования: 08.10.2025 г. Принята к публикации: 10.10.2025 г.

CONTEMPORARY PROBLEMS, APPROACHES AND METHODS OF DEVELOPING A CORPORATE STRATEGY FOR INNOVATIVE DEVELOPMENT

***Buchaev A.G.,** Doctor of Economics, Professor, Rector of Dagestan State University of National Economy, Dagestan State University of National Economy, Makhachkala, Russia
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9093-7010>*

***Gadzhiev M.M.,** Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Management, Dagestan State University of National Economy, Makhachkala, Russia
ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-2938-583X>*

***Radionova I.V.,** PhD in Economics, Senior Lecturer at the Department of Management, Northwestern Institute of Management, RANEPa, St. Petersburg, Russia
ORCID <https://orcid.org/0009-0007-1211-2199>*



Abstract. The purpose of the article is the theoretical and methodological substantiation of approaches to the development of a corporate strategy for innovative development, focused on ensuring sustainable economic growth at the micro and macro levels. It is shown that the strategy of innovative development should be considered not as a static action plan, but as a dynamic model that ensures continuous adaptation of the enterprise to changes in the internal and external environment. It is established that the basis of an effective innovation strategy is the interconnection of technological, organizational and managerial decisions that form a single system. Innovations in this context should be understood as the result of the evolution of knowledge and technologies that ensure the competitive advantages of an enterprise and its ability to self-develop. The conclusions of the study confirm that the strategy of innovative development of an enterprise in the context of accelerating scientific and technological progress, global digital transformation, and changing technological patterns in production should be based on the systematic use of the potential of the knowledge economy. The practical significance of the research results lies in the fact that the developed conceptual model and adaptive mechanisms for its implementation can become the basis for improving management practices at the enterprise level, as well as for the formation of an effective state innovation policy capable of ensuring the sustainable development of the national economy.

Keywords: innovation, innovative development, corporate strategy, development strategy development.

JEL classification: M11, O31, O32.

Conflict of interest. The authors declare that there is no conflict of interest.

For citation: Buchaev A.G., Gadzhiev M.M., Radionova I.V. (2025). Contemporary problems, approaches and methods of developing a corporate strategy for innovative development. *Progressivnaya ekonomika [Progressive Economy]*, 10, 11–29, https://doi.org/10.54861/27131211_2025_10_11 (In Russ., abstract in Eng.)

The article was submitted to the editorial office: 19/09/2025. Approved after review: 08/10/2025. Accepted for publication: 10/10/2025.

Введение

Инновационное развитие сегодня выступает центральным направлением экономической политики большинства государств, определяя конкурентоспособность национальных экономик и устойчивость их роста в долгосрочной перспективе. Несмотря на наличие массива теоретических и прикладных исследований, проблематика формирования и реализации корпоративных стратегий инновационного развития сохраняет высокую актуальность, что объясняется как ускоряющейся цифровизацией и усложнением технологических процессов, так и необходимостью адаптации предприятий к меняющейся институциональной и рыночной среде.

Современное состояние инновационного развития российской экономики характеризуется умеренно положительной динамикой. В промышленном производстве в 2023 г. инновационную деятельность осуществляли 16,9% компаний против 15,6% годом ранее, при этом основным



драйвером роста стали обрабатывающие отрасли (22,5%). Увеличение инновационной активности наблюдается прежде всего в производстве машин и оборудования (42,9%), автотранспорта (38,5%), кокса и нефтепродуктов (28%), а также лекарственных средств и медицинского оборудования. Рост зафиксирован даже в традиционно менее технологичных отраслях – производстве напитков, пищевой продукции, бумаги. Максимальные показатели сохраняются в высокотехнологичных секторах – производстве компьютеров (49,5%) и летательных аппаратов (48%). В сфере услуг активизация инновационной деятельности наблюдается у компаний телекоммуникационной и ИТ-сферы, где доля инновационно активных организаций достигла 13% [1].

Несмотря на положительную динамику количественных показателей, практические аспекты разработки и реализации инноваций в корпоративном секторе требуют дальнейшего осмысления. Сложности стратегического планирования в условиях неопределенности, институциональные барьеры и дефицит управленческих компетенций ограничивают эффективность инновационной активности. В связи с этим данная статья посвящена анализу современных проблем, подходов и методов разработки корпоративной стратегии инновационного развития.

Целью статьи является теоретическое и методологическое обоснование подходов к разработке корпоративной стратегии инновационного развития, ориентированной на обеспечение устойчивого экономического роста на микро- и макроуровнях.

Обзор литературы

Инновационное развитие в современном экономическом пространстве становится не только важнейшим направлением государственной политики, но и ключевым элементом корпоративного управления. Современные стратегии инновационного развития должны быть ориентированы на формирование гибких моделей управления, обеспечивающих устойчивое развитие предприятия за счёт целенаправленного поиска, освоения и коммерциализации нововведений. Содержание стратегий предполагает разработку и применение современных методов принятия управленческих решений, которые не только способствуют достижению поставленных целей, но и обеспечивают рост эффективности и конкурентоспособности организации.

Классические и современные теоретические концепции стратегического управления создают основу для осмысления роли стратегии в инновационном развитии предприятия. Так, Г. Минцберг предложил типологию из десяти школ стратегии, каждая из которых по-своему раскрывает содержание и процесс её формирования – от плановой и позиционной до предпринимательской и когнитивной [2]. И. Ансоф, развивая теорию стратегического управления, выделил семь характерных особенностей



стратегического процесса, которые сохраняют актуальность и в контексте инновационного развития.

В соответствии с подходом И. Ансофа, стратегия не завершается непосредственными действиями, а определяет направление роста позиций компании. Назначение состоит в том, чтобы сфокусировать управленческое внимание на ключевых возможностях, исключив несовместимые направления. Поскольку стратегический выбор осуществляется в условиях неполной информации, реализация стратегии требует постоянной обратной связи. Кроме того, по Ансофу, стратегия всегда соотносится с изменением ориентиров организации, а потому требует системного подхода и постоянной корректировки в соответствии с динамикой внешней и внутренней среды [3].

Важно учитывать, что не все аспекты, формирующие стратегическое видение, обладают универсальной применимостью. В современных условиях стратегическое управление и его базовые концепции должны быть адаптированы к реалиям экономики знаний, активно используя её потенциал. Инновационная стратегия развития предприятий должна способствовать не только укреплению их конкурентоспособности, но и содействовать экономическому прогрессу в масштабах всей страны. Ключевым условием успеха является создание устойчивого конкурентного преимущества, основанного на уникальной комбинации внутренних ресурсов и компетенций, которые недоступны для воспроизведения конкурентами. Центральным элементом такой стратегии должна выступать инновационная идея, которая определяет сущность, методологические подходы и ключевые направления развития предприятия. Таким образом, стратегия инновационного развития должна быть направлена на достижение долгосрочных целей, формируя систему управления, ориентированную на перспективу.

Необходимо определить ключевые факторы, влияющие на экономическую эффективность, связанные с типом внедряемых инноваций, а также оценить степень их воздействия на результаты деятельности предприятия. Эмпирические данные свидетельствуют о том, что экономическая эффективность корпоративной системы инновационного развития (КСИР) в значительной степени зависит от успешности решения комплексных задач управления, включая оптимизацию распределения ресурсов, согласование бизнес-процессов, разработку информационной бизнес-модели, внедрение системы мотивации персонала и управление рисками, возникающими в процессе реализации инноваций.

Таким образом, достижение экономической эффективности возможно через создание и вывод на рынок инновационной продукции, обладающей высокой конкурентоспособностью и представляющей ценность для конечных потребителей. Для успешной реализации стратегии инновационного развития целесообразно руководствоваться принципами, представленными на рис. 1.

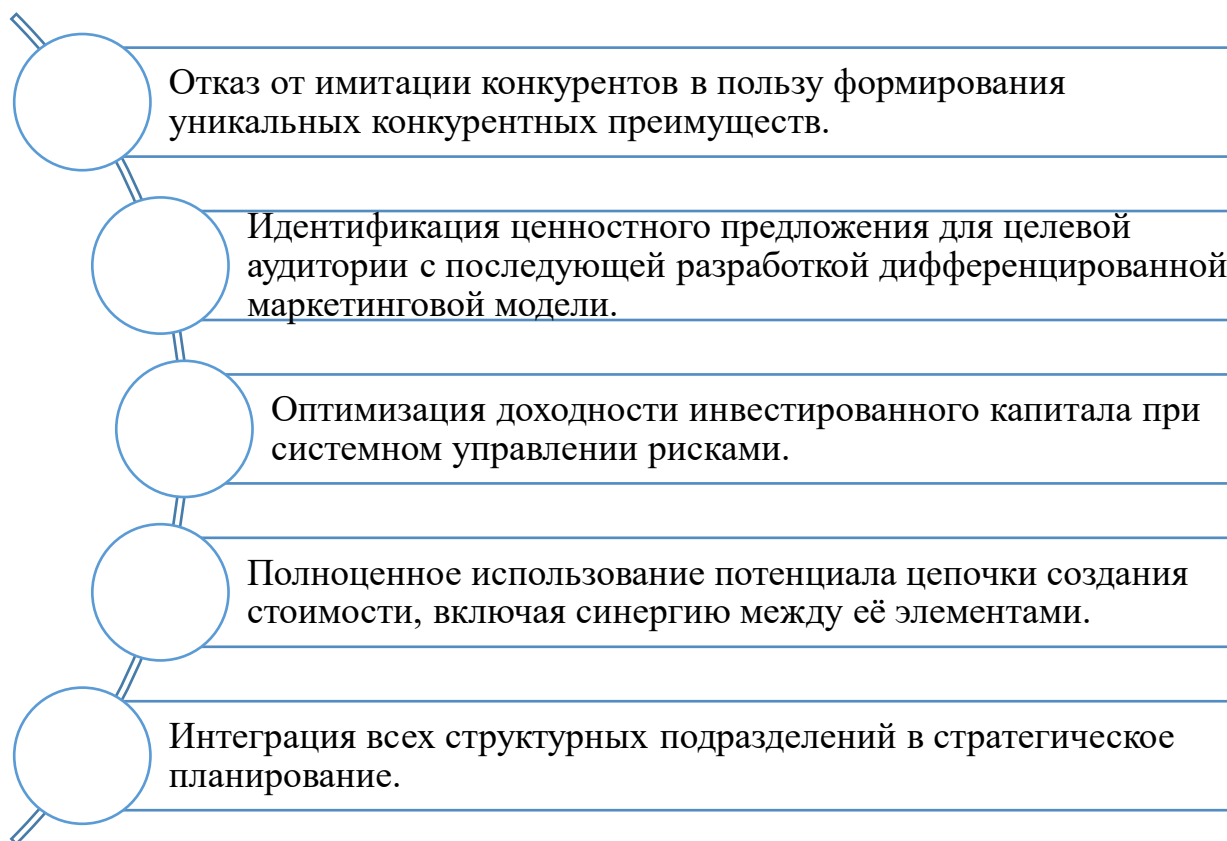


Рис. 1. Принципы формирования стратегии инновационного развития

Источник: составлено авторами по данным [4; 5]

Fig. 1. Principles of forming an innovation development strategy

Source: compiled by the authors according to [4; 5]

Гармонизация интересов стейкхолдеров достигается через ранжирование приоритетов в рамках аналитико-управленческого цикла. Ключевым методологическим ограничением в исследованиях инновационных стратегий выступает трактовка стратегического процесса как прерывистого цикла, локализованного в чётко определённых временных рамках. Данный подход противоречит концепции непрерывности, где стратегия рассматривается через призму динамической обратной связи атрибута, детерминирующего её адаптационный потенциал. Согласно Г. Минцбергу, стратегия формируется через непрерывную адаптацию к изменениям, а не как заранее спланированный набор действий. При этом фундаментальным атрибутом эффективной стратегии как обязательного элемента организационной устойчивости исследователи признают наличие механизмов обратной связи, внутренне присущих непрерывным процессам. Механизм обратной связи выступает индикатором итеративной природы стратегического процесса, где этапы разработки и внедрения взаимосвязаны [2].

Согласно концепции Й. Шумпетера, предпринимательство трактуется в качестве социально-экономического катализатора, выполняющего функцию движущей силы прогресса. Ключевым стимулом для субъектов хозяйствования выступает необходимость сохранения конкурентных преимуществ и максимизации прибыли, достигаемой за счёт внедрения инновационных решений [6]. Данный механизм формирует цикличность инновационной активности, где повторяющееся обновление технологий и процессов обеспечивает преемственность экономического развития.

В рамках стратегии инновационной трансформации предпринимательским структурам присваивается статус ключевых факторов, чья доминирующая позиция в инновационном процессе признаётся институционально. Параллельно государство выполняет регуляторную функцию в формировании инновационной политики, что обусловлено её растущим влиянием на макроэкономические процессы. Тем не менее, предпринимательские организации не ограничиваются рамками государственных инициатив: при решении операционных задач они разрабатывают автономные программы инновационного развития, адаптированные к специфике рыночных условий.

Структуры, действующие на принципах экономической целесообразности, реализуют системный анализ и риск-ориентированную оценку инновационных проектов, что способствует их долгосрочной устойчивости. Подобная практика требует создания специализированных стратегий, основанных на методологических подходах к управлению инновациями в конкурентной среде. При этом стратегическое планирование сохраняет тройственную основу, интегрирующую взаимодействие государства, бизнеса и научного сообщества через институционализацию механизмов коллаборации. Минимизация издержек на внедрение нововведений зачастую ограничивает доступ предприятий к наиболее эффективным и стратегически значимым решениям. Классификация инноваций осуществляется на основе их потенциала влияния на экономические процессы. В рамках концепции Яковца Ю.В. [7] предложена типология, учитывающая цикличность экономического развития (см. рис. 2).



Рис. 2. Классификация инноваций, учитывающая цикличность экономического развития

Источник: составлено авторами по данным [7]

Fig. 2. Classification of innovations, taking into account the cyclical nature of economic development

Source: compiled by the authors according to [7]

В работе Уткина Э.А. [8] для классификации инноваций предложены признаки, представленные в таблице 1: причина возникновения, предмет и сфера приложения, характер удовлетворения потребностей, с последующим разделением по видам. Виду неоднозначности понятия инновации с точки зрения инноваций полезности целесообразно ориентироваться на наиболее ёмкое понятие инноваций, не исключающее ориентацию на организационные знания и способности, сформулированные Й. Шумпетером, которые определил инновации, как новые научно- организационные комбинации производственных факторов, мотивированные предпринимательским духом [6]. С точки зрения стратегии, в контексте экономики знаний знания и навыки следует рассматривать как наиболее значимые ресурсы, обладающие такими характеристиками, как уникальность, сложность передачи и воспроизводства. Умение усваивать информацию быстрее, чем конкуренты, выступает в качестве ключевого и устойчивого конкурентного преимущества. Стратегия инновационного развития, ориентированная на экономику знаний, должна

создавать условия для эффективного управления знаниями, включая их формирование, развитие, сохранение и воспроизводство.

Таблица 1

Классификация инноваций

Table 1

Classification of innovations

Признак классификации	Вид	Назначение
Причина возникновения	Реактивные	Обеспечивают выживание, как реакция на новые преобразования, осуществляемые конкурентом, чтобы обеспечить конкурентоспособность.
	Стратегические	Внедрение носит упреждающий характер с целью получения конкурентных преимуществ в перспективе.
Предмет и сфера приложения	Продуктовые	Вывод на рынок новых продуктов и услуг.
	Рыночные	Открытие новых сфер применения продукта, вывод на новые рынки.
	Инновационные процессы	Технология, организация производства, управленческие процессы.
Характер удовлетворяемых потребностей	Ориентированные на существующие процессы	Действующая потребность, удовлетворяющая полностью или частично.
	Ориентированные на формирование новых потребностей	Перспективные потребности, которые могут появиться под влиянием различных факторов (повышение жизненного уровня, мода, расширение интересов людей и т.п.)

Источник: составлено авторами по данным [8]

Source: compiled by the authors according to [8]

Основной стратегической задачей, которую Правительство Российской Федерации ставит перед бизнес-сообществом, является инновационное развитие экономики, которое предполагает активное вовлечение предпринимательских структур в инновационные процессы и содействует формированию концепции «экономики знаний». Для достижения данной цели необходимо использовать достижения научно-технического прогресса, внедрять современные формы и методы организации и управления хозяйственной деятельностью, а также эффективные модели производственной интеграции. Важным аспектом является переход к современным технологическим укладам, соответствующим международным стандартам. В этом контексте целесообразно применять опыт других стран,



известный как бенчмаркинг, который позволяет заимствовать достижения в области организации производства, техники и технологий [9].

Государственная стратегия в сфере национальных инноваций должна эволюционировать как перманентный механизм, институционально закреплённый в качестве самостоятельного компонента управления экономикой. Её ключевая задача – системное решение вопросов инновационного развития во всех сегментах и структурных звеньях национальной инновационной системы (НИС) через призму экономики знаний и формирование институциональных условий для реализации инновационных циклов. Стимулирующая роль потребительского спроса активизирует предпринимательскую инициативу в области инноваций, что создаёт предпосылки для трансформации технологических парадигм. При этом оптимизация ценовых параметров требует выстраивания комплексной системы коммерциализации инновационных разработок.

Среди методов получения новых знаний с учётом предыдущего опыта выделяются бенчмаркинг и франчайзинг. Бенчмаркинг предполагает использование методов и практик организаций-лидеров в определённых областях. Основная цель этого подхода – заимствование лучших практик и их адаптация в рамках собственной компании. Франчайзинг, в свою очередь, подразумевает интеграцию малого и крупного бизнеса. Бенчмаркинг, как форма сотрудничества, включает заключение долгосрочного контракта между малым предприятием и крупной компанией, предоставляющего малому бизнесу эксклюзивные права на разработку, производство и реализацию товаров или услуг под брендом крупного предприятия на конкретном рынке. Стратегические альянсы представляют собой особую форму интеграции, способствующую более тесному сотрудничеству между организациями.

Оценка совокупности стратегических решений и действий позволяет судить об эффективности стратегии. В работе Т. Коупленда [10] доказан приоритет критерии роста экономической стоимости бизнеса как целевой функции эффективности по сравнению с другими экономическими критериями. Показано, что целевая функция бизнеса снижает конфликтность интересов отдельной группы участников и потребителей, учитывая интересы всех заинтересованных сторон при многообразии изменений под воздействием инновационного процесса. При этом следует учитывать, что получение экономического эффекта, кроме инновационных проектов, должно быть обеспечено за счёт эффективного освоения производства и вывода на рынок инновационного продукта, то есть коммерциализации инноваций.

Современная методология оценки эффективности предприятия, основанная на стоимостной парадигме, предопределена комплексом взаимосвязанных условий. К ним относятся: трансформация мировой экономики в условиях глобализации, интенсификация конкурентной борьбы в международном масштабе, ускорение технологической модернизации,



усиление роли нематериальных ресурсов (таких как интеллектуальный капитал, бренд-активы) в формировании конкурентных преимуществ, а также иные макро- и микроэкономические детерминанты. В качестве ключевого метрического индикатора в рамках данной концепции выступает динамика увеличения рыночной капитализации компании (РСП). Следовательно, экономическая результативность корпоративных систем инновационного развития (КСИР) интерпретируется через призму достижения стратегической цели – оптимизации РСП. Данный показатель отражает синергетический эффект от координации функциональных подразделений предприятия на всех иерархических уровнях, включая операционную, инвестиционную и управленческую деятельность.

Важным элементом стоимостного подхода является механизм гармонизации интересов стейкхолдеров. Гармонизация достигается за счёт внедрения системы приоритезации задач в рамках аналитико-управленческого цикла, что минимизирует конфликт целей между акционерами, менеджментом и внешними контрагентами [8]. Применение методологии, основанной на стоимостном анализе, для оценки результативности инновационных стратегий позволяет учитывать широкий спектр факторов, оказывающих влияние на успешность реализации программ технологического развития. К числу таких факторов относятся временные параметры, уровень рисков, стоимость привлечения капитала и его объем, а также условия, определяющие формирование доходов и расходов. Таким образом, оценка экономической эффективности инновационных инициатив, базирующаяся на стоимостном подходе, способствует интеграции теоретических основ управления, методов экономического анализа и инструментов корпоративных финансов. В современных условиях рыночной экономики концепция стоимостного подхода к оценке эффективности деятельности компаний получила широкое признание и стала неотъемлемой частью управленческой практики.

М. Портер [9] рассматривал идею цепочки создания ценности как способа оценки конкурентного преимущества, путём анализа отдельных видов деятельности предприятия, а ценность определял как совокупность получаемых потребителем выгод и понесённых расходов. Таким образом, конечные цели инновационной стратегии на принципах стоимостного подхода, заключаются в создании общей ценности (и полезности), которая в совокупности превышает общие издержки. Примеры построения цепочки создания ценности приведены в таблице 2.

Таблица 2

Примеры построения цепочки создания стоимости

Table 2

Examples of building a value chain

Элементы цепочки создания стоимости	М. Портер [9]	Ф. Котлер [12]	О.У. Юлдашева, С.В. Никифорова, С.Ю. Полонский [13]
Сущность концепции	Внутренние виды деятельности, создающие добавленную стоимость	Отличительные виды деятельности, формирующие конкурентные преимущества на рынке	Система бизнес-процессов, учитывающая внутренние и внешние факторы
Цель модели	Повышение эффективности внутренних операций и управление издержками	Формирование рыночной ценности и укрепление бренда	Интеграция инноваций и минимизация затрат в рамках взаимодействия с внешней средой
Первичные (основные) виды деятельности	- Входящая логистика (материально-техническое обеспечение) - Производственные процессы - Исходящая логистика (обеспечение сбыта) - Маркетинг и продажи - Обслуживание (сервис)	- Обучение и развитие персонала - Продвижение продукта на рынок - Формирование имиджа и бренда - Разработка и развитие продукта, улучшение свойств базового товара - Проектирование и упаковка - Построение каналов распределения	- Управление персоналом - Развитие технологий и НИОКР - Логистика и снабжение - Маркетинг и продажи - Финансовое управление
Вторичные (поддерживающие) виды деятельности	- Закупки - Управление людскими ресурсами - Развитие инфраструктуры фирмы (планирование, бухгалтерия, финансы) - Научные исследования и разработки	- Развитие материально-технической базы - Производство сырья и компонентов - Маркетинг - Транспортировка и сбыт - Послепродажное обслуживание	- Снабжение - Производство - Сбыт и распределение - Обслуживание покупателей - Оптимизация и цифровизация бизнес-процессов
Ключевые особенности подхода	Внутренняя ориентация, структурное деление деятельности на основные и вспомогательные процессы	Клиентоориентированный подход, фокус на маркетинговой ценности продукта	Комплексное управление, акцент на инновациях, взаимодействии с внешней средой и цифровых технологиях

Источник: составлено авторами по данным [9; 12; 13]

Source: compiled by the authors according to [9; 12; 13]



Показано, что подход М. Портера отражает традиционную концепцию «Value Chain» (цепочки ценности), в основе которой лежит структурное разделение деятельности компании на первичные и вторичные виды. Первичные (основные) действия включают логистику, производство, маркетинг, продажи и сервис – именно они напрямую создают добавленную стоимость для потребителя. Вторичные (поддерживающие) процессы, такие как развитие инфраструктуры, управление персоналом, снабжение и внедрение технологий, обеспечивают эффективное функционирование основных направлений деятельности. Традиционный подход ориентирован на внутреннюю организацию компании и оптимизацию её бизнес-процессов для повышения конкурентоспособности.

Подход Ф. Котлера отражает маркетинговую интерпретацию цепочки создания стоимости. В его модели акцент переносится с внутренних операций на внешние рыночные взаимодействия. Цепочка ценности понимается как совокупность «отличительных видов деятельности», усиливающих конкурентные преимущества предприятия за счёт эффективного позиционирования на рынке. Ключевыми элементами в этой системе выступают обучение и развитие персонала, продвижение продукции, формирование имиджа и бренда, а также создание и управление каналами распределения. Таким образом, согласно концепции Ф. Котлера, ценность продукта или услуги формируется не только внутренними усилиями компании, но и, что не менее важно, субъективным восприятием со стороны её клиентов.

Подход О.У. Юлдашевой и соавторов отражает современное понимание цепочки создания стоимости как интегрированной системы бизнес-процессов, включающей взаимодействие предприятия с внешней средой. Здесь особое внимание уделяется синтезу внутренних ресурсов и внешних факторов – технологических, рыночных и институциональных. В рамках данного подхода управление персоналом, финансами, маркетингом, логистикой и научно-исследовательской деятельностью рассматривается как взаимосвязанный комплекс, обеспечивающий реализацию стратегических целей предприятия. Оптимизация и цифровизация процессов позволяет снижать издержки и повышать инновационную активность компании.

Система методов оценки и показателей, характеризующих эффективность деятельности предприятия в рамках концепции стоимостного подхода, постоянно расширяется, что связано с расширением средств и методов повышения эффективности хозяйственной деятельности. Основными общепринятыми и наиболее используемыми являются [11]:

1. Метод дисконтированных денежных потоков (ДСК), который предусматривает определение стоимости компании как суммы чистых денежных потоков, которые способно генерировать предприятие. Одним из

разновидностей метода является метод капитализации доходов, как отношение чистого денежного потока коэффициенту капитализации.

2. Метод экономической добавленной стоимости (EVA), который предусматривает выявление избыточных доходов на основе чистой операционной прибыли после выплаты налогов, с учётом затрат на капитал, используемых на получение доходов.

$$EVA = NOPAT - WACC * IC \quad (1)$$

где NOPAT – чистая прибыль после уплаты налогов; WACC – средневзвешенная цена капитала; IC – инвестированный капитал.

3. Метод добавленной стоимости для акционеров (SVA). Отражает капитализированное изменение текущей стоимости операционного денежного потока, скорректированное на текущую стоимость инвестиций во внебюджетный и оборотный капитал, вызвавших это изменение. Показатель SVA, как и EVA, используется для получения информации об эффективности инвестиций. Логика расчета исходит из рыночной стоимости инвестированного капитала. Стоимость, добавленная новыми инвестициями, учитывается только в год осуществления инвестиций.

4. Метод управления по доходности денежного потока от инвестиций (CFROI) – денежная рентабельность инвестиций. Расчёт производится на основе первичной информации о денежном потоке.

5. Метод региональных опционов, основанный на применении модели финансовых опционов Блэка-Шоулза к оценке инвестиционных проектов на рынке товаров и услуг.

Использование стоимостного подхода требует выбора наиболее адекватного показателя для оценки. Одним из значительных преимуществ метода EVA является возможность его декомпозиции, что позволяет анализировать деятельность отдельных подразделений и сотрудников компании, тем самым формируя систему контроля и мотивации.

Кроме того, EVA интегрирует новые требования к оценке эффективности с традиционной финансовой отчетностью. Ключевыми факторами, способствующими росту EVA, являются: увеличение рентабельности, рост объемов продаж, поддержание уровня операционной прибыли и оптимизация её распределения, а также более эффективное управление статьями отчета о прибылях и убытках. EVA непосредственно коррелирует с чистой приведенной стоимостью (NPV) инновационных проектов, что соответствует корпоративной финансовой теории, согласно которой стоимость компании возрастает при выборе проектов с положительной NPV.

Управление корпоративной стратегией инновационного развития (КСИР), направленное на увеличение рыночной стоимости предприятия,

представляет собой процесс, сложность которого обусловлена многообразием факторов, влияющих на результаты, наличием альтернатив и рисков, а также разнообразием участников, чьи интересы могут не совпадать. Понятие «ценностное предложение для потребителя» со временем эволюционировало в концепцию «инновации полезности», акцентируя внимание на товарах с новыми функциональными свойствами, которые обеспечивают как потребительскую, так и экономическую выгоду. Таким образом, основная цель инновационной стратегии, основанной на стоимостном подходе, заключается в создании общей ценности, превышающей затраты.

Оценка совокупности стратегических решений и действий позволяет судить в эффективности стратегии. Стоимостной подход к оценке результатов деятельности предприятия обусловлен такими факторами как: глобализация экономики, рост конкуренции на глобальных рынках, рост инновационного развития экономики, рост влияния материальных активов на конкурентоспособность предприятия и др.

В контексте стоимостного подхода основным мерилем результативности деятельности выступает увеличение капитализации компании. Следовательно, при разработке и внедрении стратегии инновационного развития необходимо акцентировать внимание на концентрации ресурсов и организационных возможностей на совокупности взаимосвязанных целей и факторов, способствующих повышению рыночной стоимости предприятий (РСП). Экономический эффект может быть достигнут не только через внедрение инновационных проектов, но и посредством оптимизации производственных процессов, успешного вывода на рынок новых инновационных продуктов и эффективной коммерциализации этих новшеств [14]. Таким образом, для достижения поставленных целей требуется комплексный подход, который объединяет как инновационную деятельность, так и эффективное управление ресурсами. В результате, стратегия инновационного развития должна быть направлена на создание синергии между различными аспектами деятельности предприятия, что в конечном итоге будет способствовать увеличению его рыночной стоимости.

Оценка экономической эффективности инновационной стратегии на основе стоимостного подхода должна основываться на синтезе теории управления, экономического анализа и методов корпоративных финансов. Таким образом, стратегия инновационного развития предприятия в контексте современных вызовов – ускорения научно-технического прогресса, глобальной цифровой трансформации, смены технологических укладов в производстве – должна базироваться на системном использовании потенциала экономики знаний.

Результаты и обсуждение

На основе проведённого анализа можно заключить, что формирование корпоративной стратегии инновационного развития должно рассматриваться



как многоуровневый процесс, сочетающий цели обеспечения устойчивого роста на микро- и макроэкономическом уровнях. На уровне отдельных предприятий стратегия становится инструментом повышения эффективности деятельности, оптимизации внутренних процессов и стимулирования инновационной активности. В то же время, на уровне национальной экономики её реализация способствует ускорению структурных преобразований, росту технологической независимости и повышению конкурентоспособности страны в глобальном экономическом пространстве.

Концептуальная основа стратегии инновационного развития должна включать динамическую модель инноваций, отражающую взаимозависимость технологических, организационных и управленческих решений. В условиях экономики знаний такая модель выступает как механизм непрерывного обновления и интеграции новшеств, обеспечивающий согласованность между научно-техническим прогрессом и производственно-экономическими процессами. Эволюция инноваций рассматривается как результат взаимодействия трёх взаимосвязанных факторов: знаний, технологий и институтов, что формирует основу для создания долгосрочных конкурентных преимуществ.

Ключевое значение в реализации данной модели приобретает адаптивный механизм управления, отражающий нелинейный характер инновационных процессов. В условиях цифровизации и технологической неопределённости эффективность стратегического управления определяется способностью системы гибко реагировать на изменения внешней среды, интегрировать новые цифровые инструменты и использовать методы прогнозной аналитики. Кроме того, результаты исследования подтверждают, что эффективная корпоративная стратегия инновационного развития должна базироваться на принципах интеграции и синергии. Эффективная корпоративная стратегия объединяет ресурсы и компетенции различных уровней, то есть от отдельных подразделений до межотраслевых объединений, и направлена на формирование цепочек создания добавленной стоимости, охватывающих весь инновационный цикл. Таким образом, стратегия перестаёт быть исключительно инструментом внутреннего планирования и трансформируется в ключевой элемент национальной системы инновационного роста.

Реализация предложенной модели требует согласования интересов всех участников инновационной экосистемы – государства, бизнеса, научных институтов и потребителей. Только при наличии устойчивых каналов взаимодействия возможно достижение эффекта кумулятивного развития, когда инновации становятся не разовыми проектами, а непрерывным процессом, формирующим основу новой экономики.

Заключение



В результате можно заключить, что стратегия инновационного развития в современных условиях должна рассматриваться как инструмент комплексного управления изменениями, направленный на повышение конкурентоспособности предприятий и укрепление экономической устойчивости государства. Успешная реализация стратегии инновационного развития требует динамического подхода, способности адаптироваться к технологическим сдвигам и активного вовлечения в процессы формирования экономики знаний.

Литература

1. Инновационный рост российской экономики // Высшая школа экономики. [Электронный ресурс]. URL: <https://issek.hse.ru/news/966501540.html> (дата обращения 05.08.2025).
2. Минцберг Г., Альстранд Б., Лампель Ж. Стратегическое сафари: экскурсия по дебрям стратегического менеджмента: перевод с английского. Москва: Московская школа управления Сколково: Альпина Паблишер, 2013. 365 с.
3. Ансофф И. Стратегическое управление: перевод с английского. Москва: Экономика, 1989. 519 с.
4. Ермакова Ж.А., Свечникова В.В. Методика оценки инновационного развития корпоративных структур // Креативная экономика. 2009. Т. 3. № 7. С. 88–99.
5. González-Blanco J., Rodríguez-Domínguez M. M., Guisado-González M. Innovation Strategies and Technical Efficiency // European Research on Management and Business Economics. 2024. Vol. 30. Iss. 2. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.iiedeen.2024.100243>.
6. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития: (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры). Москва: Прогресс, 1982. 455 с.
7. Инновации: теория, механизм, государственное регулирование: Учеб. пособие / Рос. акад. гос. службы при Президенте Рос. Федерации, Междунар. фонд им. Н.Д. Кондратьева; под общ. ред. Ю.В. Яковца. Москва: Изд-во РАГС, 2000. 236 с.
8. Уткин Э.А., Морозова Г.И., Морозова Н.И. Инновационный менеджмент: монография. Москва: Акалис, 1996. 207 с.
9. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов. Москва: Альпина Бизнес Букс: Компания XXI век, 2007. 452 с.
10. Коупленд Т., Коллер Т., Муррин Д. Стоимость компаний: оценка и управление. Москва: Олимп-Бизнес, 2004. 565 с.
11. Демиденко Д.С., Козловская Э.А., Яковлева Е.А. Оценка и управление стоимостью предприятия / Федеральное агентство по



образованию, Федеральное государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Южный федеральный университет". Ростов-на-Дону: Наука плюс, 2009. 337 с.

12. Котлер Ф., Бергер Р., Бикхофф Н. Стратегический менеджмент по Котлеру: Лучшие приемы и методы. Москва: Альпина Паблишер, 2012. 142 с.

13. Юлдашева О.У., Никифорова С.В., Полонский С.Ю. Методология организации бизнеса на основе цепочки по созданию потребительской ценности (на примере строительной корпорации) // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. 2007. № 2. С. 32–48.

14. Бучаев А.Г., Гаджиев М.М., Радионова И.В. Организационные формы, методы и проблемы управления эффективностью производства на предприятии в условиях технологической трансформации // Прогрессивная экономика. 2025. № 9. С. 95–112.

References

1. Innovatsionnyi rost rossiyskoy ekonomiki [Innovative growth of the Russian economy]. (2025). Vysshaya shkola ekonomiki [Higher School of Economics]. Retrieved August 5, 2025, from <https://issek.hse.ru/news/966501540.html> (In Russ., abstract in Eng.)

2. Mintzberg, H., Ahlstrand, B. & Lampel, J. (2013). Strategicheskoe safari: ekskursiya po debryam strategicheskogo menedzhmenta [Strategy Safari: A Guided Tour Through the Wilds of Strategic Management]. Moscow: Moscow School of Management Skolkovo; Alpina Publisher, 365. (In Russ., abstract in Eng.)

3. Ansoff, I. (1989). Strategicheskoe upravlenie [Strategic Management]. Moscow: Ekonomika, 519. (In Russ., abstract in Eng.)

4. Ermakova, Zh. A. & Svechnikova, V. V. (2009). Metodika otsenki innovatsionnogo razvitiya korporativnykh struktur [Methodology for assessing the innovative development of corporate structures]. Kreativnaya ekonomika [Creative Economy], 3(7), 88–99. (In Russ., abstract in Eng.)

5. González-Blanco, J., Rodríguez-Domínguez, M. M. & Guisado-González, M. (2024). Innovation Strategies and Technical Efficiency. European Research on Management and Business Economics, 30(2). <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2024.100243>

6. Schumpeter, J. A. (1982). Teoriya ekonomicheskogo razvitiya: issledovanie predprinimatelskoy pribyli, kapitala, kredita, protsenta i tsikla kon'yunktury [The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle]. Moscow: Progress, 455. (In Russ., abstract in Eng.)

7. Innovatsii: teoriya, mekhanizm, gosudarstvennoe regulirovanie [Innovation: Theory, Mechanism, and State Regulation]. (2000). Yu. V. Yakovets (Ed.). Moscow: RAGS, 236. (In Russ., abstract in Eng.)



8. Utkin, E. A., Morozova, G. I. & Morozova, N. I. (1996). Innovatsionnyi menedzhment [Innovation Management]. Moscow: Akalis, 207. (In Russ., abstract in Eng.)
9. Porter, M. (2007). Konkurentnaya strategiya: metodika analiza otrasley i konkurentov [Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors]. Moscow: Alpina Business Books; Kompaniya XXI vek, 452. (In Russ., abstract in Eng.)
10. Copeland, T., Koller, T. & Murrin, J. (2004). Stoimost kompaniy: otsenka i upravlenie [Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies]. Moscow: Olimp-Biznes, 565. (In Russ., abstract in Eng.)
11. Demidenko, D. S., Kozlovskaya, E. A. & Yakovleva, E. A. (2009). Otsenka i upravlenie stoimostyu predpriyatiya [Valuation and Management of Enterprise Value]. Rostov-on-Don: Nauka plyus, 337. (In Russ., abstract in Eng.)
12. Kotler, Ph., Berger, R. & Bickhoff, N. (2012). Strategicheskiy menedzhment po Kotleru: luchshie priemy i metody [Strategic Management by Kotler: Best Practices and Methods]. Moscow: Alpina Publisher, 142. (In Russ., abstract in Eng.)
13. Yuldasheva, O. U., Nikiforova, S. V. & Polonsky, S. Yu. (2007). Metodologiya organizatsii biznesa na osnove tsepochki po sozdaniyu potrebitelskoy tsennosti (na primere stroitel'noy korporatsii) [Methodology of business organization based on the value creation chain (a case of a construction corporation)]. Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Menedzhment [Vestnik of Saint Petersburg University. Management], (2), 32–48. (In Russ., abstract in Eng.)
14. Buchaev, A. G., Gadzhiev, M. M. & Radionova, I. V. (2025). Organizatsionnye formy, metody i problemy upravleniya effektivnostyu proizvodstva na predpriyatii v usloviyakh tekhnologicheskoy transformatsii [Organizational forms, methods and problems of managing production efficiency at the enterprise under technological transformation]. Progressivnaya ekonomika [Progressive Economy], (9), 95–112. (In Russ., abstract in Eng.)

© Бучаев А.Г., Гаджиев М.М., Радионова И.В., 2025 г.

