

Научная статья
УДК 338.2

Ю.С. Гаранина
Yu.S. Garanina

Пермский национальный исследовательский политехнический университет,
г. Пермь, Российская Федерация

Perm National Research Polytechnic University,
Perm, Russian Federation

ВАЖНОСТЬ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ КОМПАНИЙ

THE IMPORTANCE OF FORMING STRATEGY FOR INNOVATIVE DEVELOPMENT OF COMPANIES

Исследуются инновационные стратегии как важный элемент управления компанией в условиях динамично изменяющегося рынка. В ходе исследования проведен анализ различных трактовок понятия «инновационная стратегия», изучены основные типы стратегий инновационного развития и этапы их разработки. Для подтверждения важности использования инновационной стратегии приведены примеры компаний, успешно внедривших данные стратегии.

Ключевые слова: инновационная стратегия, инновационное развитие компании.

The innovative strategies as a crucial component of company management within a rapidly changing market is investigated. It analyzes various definitions of the term "innovation strategy" and examines the primary types of innovation development strategies, as well as the stages involved in their implementation. To support the significance of adopting an innovation strategy, the article provides examples of companies that have successfully executed these strategies.

Keywords: innovative strategy, innovative development the company.

В условиях динамично развивающихся технологий одной из важнейших задач для большинства стран мира является переход на инновационный путь развития, так как технологическое преимущество повышает конкурентоспособность на мировом рынке.

Для ликвидации технологического отставания и удержания лидерских позиций на мировой арене отечественным компаниям необходимы стратегии, которые основаны на инновациях, поскольку инновации способствуют эффективной адаптации к изменениям внешней среды [1]. Для этого государство разрабатывает разнообразные методы поддержки и стимулирования, формируя благоприятные условия для компаний, осуществляющих инновационную деятельность.

В России в 2022 г. доля организаций, внедряющих технологические, организационные или маркетинговые инновации, составляла всего лишь 11 %, в то время как максимальный процент составляет 79,3 % [2]. На основании этих данных можно с уверенностью сделать вывод, что российским предприятиям следует увеличить уровень инновационной активности. Однако без разработки

стратегий управления, ориентированных на инновации, преодоление технологического отставания представляется невозможным.

На сегодняшний день существуют различные интерпретации стратегий инновационного развития предприятия. Объединяющим аспектом всех подходов является то, что основная задача стратегии заключается в повышении эффективности и обеспечении устойчивого роста за счет оптимизации инновационной деятельности.

Таким образом, инновационная стратегия – это комплексная программа действий компании, ориентированная на формирование устойчивых конкурентных преимуществ посредством эффективного внедрения инновационной деятельности. Основу инновационной стратегии составляет совершенствование существующих продуктов и процессов предприятия. Эти действия способствуют не только сохранению, но и увеличению рыночной доли компании.

Стратегическое инновационное развитие служит важнейшим инструментом поддержания и усиления конкурентоспособности компании. Согласно отчету BCG за 2021 г., 75 % организаций рассматривают инновации как основной драйвер своей конкурентоспособности [3].

Определение оптимальной инновационной стратегии является фундаментальной проблемой инновационного менеджмента. Многочисленные исследования подтверждают, что стратегия внедрения инноваций становится основным фактором рыночного лидерства компании [4].

Реализация различных видов инновационных стратегий предполагает соблюдение двух ключевых условий:

- 1) прогрессивный характер инновационной деятельности должен быть направлен на развитие и повышение эффективности организации;
- 2) инновационная стратегия должна соответствовать стратегическим целям компании и выступать инструментом их достижения [5].

Существуют различные виды инновационных стратегий, которые классифицируются по различным признакам: по реакции на внешнюю и внутреннюю среду; в зависимости от конкурентной позиции на рынке; по характеру реализации инновационной стратегии. Согласно мнению многих исследователей, основными стратегиями инновационного развития, различающимися в зависимости от типа развития компании, являются наступательная, защитная и имитационная [6].

Наступательная инновационная стратегия предполагает активный рост и стремление вытеснить конкурентов с ключевых рыночных сегментов. Она основана на создании собственных инноваций, обеспечивающих компании устойчивые конкурентные преимущества. Как правило, эту стратегию применяют крупные предприятия с масштабным производством.

Защитная инновационная стратегия направлена на сохранение текущих рыночных позиций компании. В ее основе лежат регулярные среднесрочные и краткосрочные инновации, позволяющие снижать издержки или улучшать

потребительские характеристики существующей продукции. Такой подход характерен для среднего и малого бизнеса, не имеющего достаточных ресурсов для масштабных инновационных прорывов.

Имитационная стратегия инновационного развития предполагает отказ от самостоятельных инноваций в пользу заимствования и адаптации уже существующих решений конкурентов. Ее цель – минимизировать затраты на инновации, перенимая проверенные технологии или продукты с последующей их доработкой под собственные нужды. Такой подход характерен для малых и средних предприятий, особенно для новых игроков рынка, которые стремятся снизить риски и оптимизировать ресурсы за счет использования уже апробированных идей.

Формирование и реализация стратегии инновационного развития компании обычно включают несколько последовательных стадий. Конкретное количество этапов и их содержание могут варьироваться в зависимости от особенностей предприятия, его организационно-правовой формы и модели управления [7]. Типовая схема разработки инновационной стратегии обычно включает следующие ключевые этапы:

1. Определение стратегических целей. На первом этапе разрабатывается цель инновационного развития организации. Сформулированные цели должны соответствовать критериям SMART: конкретность, измеримость, достижимость, релевантность, ограниченность во времени. Важным условием является согласованность целей среди всех заинтересованных сторон – от собственников до ключевых сотрудников, что обеспечивает единство видения развития компании.

2. Стратегический анализ. На данном этапе проводится анализ внешней и внутренней среды предприятия, а также анализ инновационного климата и оценка инновационного потенциала компании.

3. Выбор инновационной стратегии. На данном этапе осуществляются анализ и выбор оптимальной стратегии инновационного развития. Формирование инвестиционного плана с определением объема требуемых вложений, форм финансирования, а также комплексная оценка потенциальных рисков.

4. Реализация и контроль. Реализация стратегии инновационного развития, ее мониторинг выполнения, оценка эффективности и внесение необходимых изменений для достижения поставленной цели.

Для успешной реализации инновационная стратегия должна быть динамичной и способной подстраиваться под меняющиеся условия, своевременно реагируя на вызовы и открывающиеся перспективы. Также необходимо принимать во внимание потребности ключевых стейкхолдеров, включая инвесторов, потребителей, партнеров и сотрудников.

Разработка инновационной стратегии позволяет компаниям определить направления и приоритеты своей деятельности, а также эффективно использовать ресурсы для достижения поставленных целей.

Одним из ярчайших примеров использования стратегии инновационного развития является компания Apple, которая ежегодно выделяет значительные средства на исследования и разработки, что составляет около 6 % от ее общего дохода. Такой подход позволил Apple оставаться на передовой технологического прогресса и создавать продукты, которые задают стандарты для всей индустрии. Подобный пример демонстрирует, насколько важно для компаний инвестировать в инновации для достижения конкурентных преимуществ.

Технологический сектор занимает лидирующие позиции во внедрении инновационных стратегий. Amazon активно применяет стратегию диверсификации, внедряя новшества в такие области, как облачные вычисления, через платформу AWS (Amazon Web Services). Это направление стало одним из ключевых источников дохода компании, что подтверждает эффективность ее стратегического подхода к инновациям.

Инновационные стратегии «скрывают огромный потенциал и зачастую выдвигают транснациональную корпорацию на более высокий уровень, создавая в некоторых случаях «голубой океан» [8]. Таким образом, Amazon иллюстрирует, как инновации могут не только улучшить финансовые показатели, но и изменить конкурентный ландшафт, открывая новые возможности для роста.

Инновации находят применение и в традиционных отраслях, где компании используют нестандартные подходы для повышения своей конкурентоспособности. Так, компания Tesla изменила автомобильную промышленность, внедряя уникальные технологии в области электромобилей. Эти инновации позволили Tesla достичь значительных успехов и стать лидером в своей отрасли.

Анализ успешных компаний показывает, что одним из ключевых факторов их успеха является создание условий для инновационной деятельности. Инновационные процессы играют важную роль в стратегическом успехе предприятий в сфере товаров и услуг, а также в обеспечении их стабильности и устойчивого развития.

В ходе проведенного исследования была подтверждена важность формирования инновационной стратегии для успешного функционирования компании в условиях быстроменяющегося рынка. Анализ инновационной стратегии показал ее ключевую роль в обеспечении конкурентных преимуществ и адаптации к изменениям внешней среды. Были рассмотрены различные виды стратегий, их особенности и подходы к реализации. Особое внимание было уделено процессу формирования инновационной стратегии.

Список литературы

1. Лычкова Е.В., Туваева А.М. Развитие инноваций в России на примере компании «AT ENERGY» // Фундаментальные и прикладные исследования: проблемы и результаты. – 2016. – С. 73–77.
2. Индикаторы инновационной деятельности: 2024: статистич. сб. / В.В. Власова, Л.М. Гохберг, Г.А. Грачева [и др.]; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М., 2024. – 260 с.
3. Overcoming the Innovation Readiness Gap [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.bcg.com/publications/2021/most-innovative-companies-overview> (дата обращения: 10.04.2025).
4. Хошимова Ш. Понятие и сущность инновационной стратегии промышленного предприятия // Теория и практика современной науки. – 2020. – № 4 (58). – С. 191–196.
5. Савотеев Д.В., Стратегии инновационного развития: понятие, сущность и классификация // Социальная теория. – 2012. – № 11. – С. 21–25.
6. Ридель Л.Н., Евсеева С.Е. К вопросу о современных подходах к классификации инновационных стратегий // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. – 2019. – № 2 (30). – С. 55–60.
7. Инновационное развитие как эффективная стратегия организации / И.П. Богомолова, У.И. Кривенко, У.С. Стряпчих, Е.В. Шевалдова // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. – 2018. – № 1. – С. 398–412.
8. Имихович А.О., Сурменкова К.Ю. Инновационные стратегии международных предприятий // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2016. – Т. 2, № 12. – С. 867–869.

Сведения об авторе

Гаранина Юлия Сергеевна – студентка магистратуры гуманитарного факультета гр.СМИ-23-1м, Пермский национальный исследовательский политехнический университет, e-mail: juliagaranina55@yandex.ru

Научный руководитель – Алексеева Ирина Евгеньевна, доцент кафедры менеджмента и маркетинга гуманитарного факультета, Пермский национальный исследовательский политехнический университет, e-mail: alekseeva.i.e@yandex.ru

Финансирование: исследование не имело спонсорской поддержки.

Конфликт интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Вклад автора: постановка задачи Ю.С. Гаранина; научное руководство И.Е. Алексеева; сбор данных/материалов Ю.С. Гаранина; исследование и интерпретация результатов Ю.С. Гаранина; подготовка предварительной версии статьи Ю.С. Гаранина; редактирование статьи Ю.С. Гаранина, И.Е. Алексеева.

Получена: 10.04.2025

Одобрена: 11.04.2025

Принята к публикации: 05.05.2025

Просьба ссылаться на эту статью в русскоязычных источниках следующим образом: Гаранина, Ю. С. Важность формирования стратегии инновационного развития компаний / Ю. С. Гаранина // *Master's Journal*. – 2025. – №1. – Art. 06.

Please cite this article in English as: Garanina Yu. S. The importance of forming strategy for innovative development of companies. *Master's Journal*, 2025, no. 1, art. no. 06.