

УДК 330.341.1:004.77

DOI: 10.18413/2409-1634-2023-9-4-0-6

Палий Н.С.

**ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА
В АСПЕКТЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ**

Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского,
283050, г. Донецк, ул. Щорса, 31, Россия

e-mail: nata.paliy@yandex.ru

Аннотация

Данная работа сосредоточена на изучении того, каким образом предприятия адаптируются к динамичным изменениям – путем внедрения инноваций, развития новых моделей бизнеса. Новые технологии, альтернативные бизнес-модели и факторы поведения потребителей способствуют быстрой трансформации бизнеса в региональном и мировом масштабах. Компании активно применяют инновации, и, в результате – меняются как отдельные секторы, так и весь рынок. Исследование глобальных трендов дает понимание изменений, их особенностей, помогает прогнозировать направления развития как международных, так и локальных компаний.

Целью данного исследования является изучение потенциала инновационного развития бизнеса в аспекте цифровизации, а также выявление особенностей инноваций в современных условиях. Для достижения цели были последовательно решены основные задачи исследования: выявлены особенности инновационного развития бизнеса на современном этапе, проанализирована взаимосвязь реноваций, инноваций и технологического прорыва в аспекте цифровизации, детализированы компоненты актуальных инновационных стратегий, проанализированы мегатренды общественно-экономического развития.

Сделан вывод о динамичной трансформации бизнеса под влиянием цифровизации, инноваций и особенностей потребительского поведения. Цифровизация является мощным инновационным фактором, который уже показал серьезные результаты для экономики, как на региональном, так и на мировом уровне. Наиболее значимым эффектом цифровизации для бизнеса является усиление действующих и создание новых конкурентных преимуществ.

Ключевые слова: инновации, цифровизация, стратегия, драйвер, реновация, микробренды.

Информация для цитирования: Палий Н.С. Инновационное развитие бизнеса в аспекте цифровизации // Научный результат. Экономические исследования. 2023. Т.9. № 4. С. 60-71. DOI: 10.18413/2409-1634-2023-9-4-0-6

Natalia S. Paliy

INNOVATIVE BUSINESS DEVELOPMENT IN THE ASPECT OF DIGITALIZATION

Mikhail Tugan-Baranovskiy Donetsk National University of Economics and Trade,
31 Shchors St., Donetsk, 283050, Russia
e-mail: nata.paliy@yandex.ru

Abstract

This work is focused on studying how enterprises adapt to dynamic changes by developing new business models and introducing innovations. New technologies, alternative business models and consumer behavior factors are driving rapid business transformation on a regional and global scale. Companies are actively applying innovation, and, as a result, both individual sectors and the entire market are changing. The study of global trends provides an understanding of changes, their characteristics, and helps to predict the directions of development of both international and local companies.

The purpose of this research is to study the potential of innovative business development in the aspect of digitalization, as well as to identify the features of innovation in modern conditions. To achieve the goal, the main objectives of the study were consistently solved: the author identifies the features of innovative business development at the present stage, analyses the relationship between renovations, innovations and technological breakthroughs in the aspect of digitalization, and analyses the components of current innovation strategies were detailed, and megatrends of socio-economic development.

A conclusion is drawn about the dynamic transformation of business under the influence of digitalization, innovation and consumer behavior. Digitalization is a powerful innovation factor that has already shown serious results for the economy both at the regional and global levels. The most significant effect of digitalization for business is the strengthening of existing and creation of new competitive advantages.

Key words: innovation; digitalization; strategy; driver; renovation; micro-brands

Information for citation: Paliy N. S. "Innovative business development in the aspect of digitalization", *Research Result. Economic Research*, 9(4), 60-71, DOI: 10.18413/2409-1634-2023-9-4-0-6

Введение

Инновации являются ключевой темой в экономических дискуссиях, находятся в центре внимания научных сообществ и СМИ. Причины такой актуальности заключаются в стремительном развитии рынка технологий и усилении конкуренции в региональных и международных масштабах.

Новые технологии, альтернативные бизнес-модели и факторы поведения потребителей способствуют быстрой трансформации предприятий. Компании активно применяют инновации, и, в результате – меняются как отдельные секторы, так и весь рынок. Исследование новых глобальных

трендов дает возможность понимания изменений, их особенностей, помогает прогнозировать направления развития как транснациональных, так и локальных компаний.

Ключевым проблемам инноватики посвящены труды авторов: [Ковалева Д.В., Косолаповой Н.А., Лихацкой Е.А., 2020], [Литвинцевой Г.П., Петрова С. П., 2019], [Певнева В.В., 2019], [Янченко Е.В., 2020] и др. Особо следует отметить значение научных трудов [Гринева Н.Н., Николаевой Н.Ю., Саморокова А.В., 2022], [Дайнеко В.Г., Дайнеко Е.Ю., 2021], [Домнич Е.Л., 2022], [Стырина Е.М., 2022], посвященных исследованию различных аспектов инновационного развития.

Для успеха в конкуренции бизнесу нужны нестандартные, новые подходы. Новые возможности и потребительские предпочтения активно осваиваются быстрорастущими инновационными компаниями и региональными предприятиями, которые максимально сфокусированы на целевой аудитории. Сегодня инновации стали стандартом практически на каждом рынке.

Так, активизация инновационного развития прямо связана с развитием информационных технологий, электронных ресурсов, облачных систем хранения и обработки данных [Трайнев В.А., 2022]. Современная модель бизнеса с применением цифровых технологий формирует потоки доходов по всей цепочке ценностного предложения [Шаркова А.В., 2022].

Большую значимость представляет развитие инновационной сферы в контексте экономической безопасности. Уровень экономической безопасности зависит от уровня инноваций в стране и в тоже время является для них базисом [Сильвестрова С.Н., Эскиндарова М.А., 2022]. Развитие инноваций формирует основу для экономического роста. Довольно интересна точка зрения [Соклакова И.В., 2022], что новый взгляд на инновационный процесс поможет осознать масштаб изменений на потребительских рынках и превратить проблемы в возможности. Инновации являются частью системы управления изменениями: как их цель и как первопричина.

Этап трансформации экономики воплощается в переходе материальных активов в их цифровые эквиваленты, а также в интеграции экономических субъектов в цифровые экосистемы в процессе производства благ и услуг [Маркова Е.С., 2022]. Цифровизация трактуется как результат перехода к шестому технологическому укладу.

По мнению [Суртаева О.С., 2021], внедрение инновационных технологий открывает возможности для получения экономических преимуществ, позволяет модернизировать как крупные промышленные производства, так и обеспечить выживаемость малого и среднего бизнеса.

В авторитетных научных публикациях и государственных программных документах инновационное развитие экономики освещено достаточно объемно, но технологические и геополитические процессы активно преобразуют экономический ландшафт. Теория и механизмы инновационного развития бизнеса требуют нового подхода в условия цифровизации. Поэтому, исследование особенностей инновационного развития в аспекте цифровизации является актуальным и перспективным направлением.

Целью статьи является изучение инновационного развития бизнеса в контексте цифровизации, а также выявление особенностей инноваций в современных условиях. Для достижения цели были последовательно решены основные задачи исследования: выявлены особенности инновационного развития бизнеса на современном этапе, выделена взаимосвязь реноваций, инноваций и технологического прорыва в аспекте цифровизации, детализированы компоненты актуальных инновационных стратегий, проанализированы мегатренды общественно-экономического развития, представлен комплекс взаимодействия драйверов, мегатрендов и инноваций.

Теоретической базой исследования послужили научные труды российских и зарубежных авторов, которые затрагивают инновационное развитие и цифровизацию. Методология исследования включает общенаучные методы исследования: анализа и синтеза, научного обобщения. Исследование построено на изучении актуальной научной и периодической экономической литературы.

Основная часть

Переход экономических систем на цифровые технологии – большие данные, интернет вещей, облачные хранилища и вычисления, машинное обучение – привносит большие изменения в реальность. Персональные данные становятся современным высоколиквидным активом. Цифровизация

влияет не только на структуру экономики, потребление и стоимость капитала, но и на содержание трудовой деятельности. Так, если раньше базовые цифровые технологии развивались автономно, то в последнее время они все больше интегрируются и сращиваются с традиционными [Габдуллин Н. М., 2019].

Технологии увеличивают скорость изменений и обеспечивают базу для новых точек роста. Инновационные модели компаний «новой волны» фактически перестраивают рынки, по-новому привлекая потребителей и меняя коммуникации относительно категорий сервиса и удобства. Альтернативные бизнес-модели расширяют

конверсию и удовлетворяют потребности новыми способами.

Взаимосвязь реноваций, инноваций и технологического прорыва (рис. 1) иллюстрирует то, как предприятия применяют новшества с разной степенью влияния на рынки.

Реновация применяется, когда компания улучшает традиционные товары для увеличения доли рынка. Инновации являются результатом развития категории за счет новых ингредиентов, способов применения, продаж. И происходит настоящий технологический прорыв, когда разрабатывается совершенно новая категория.

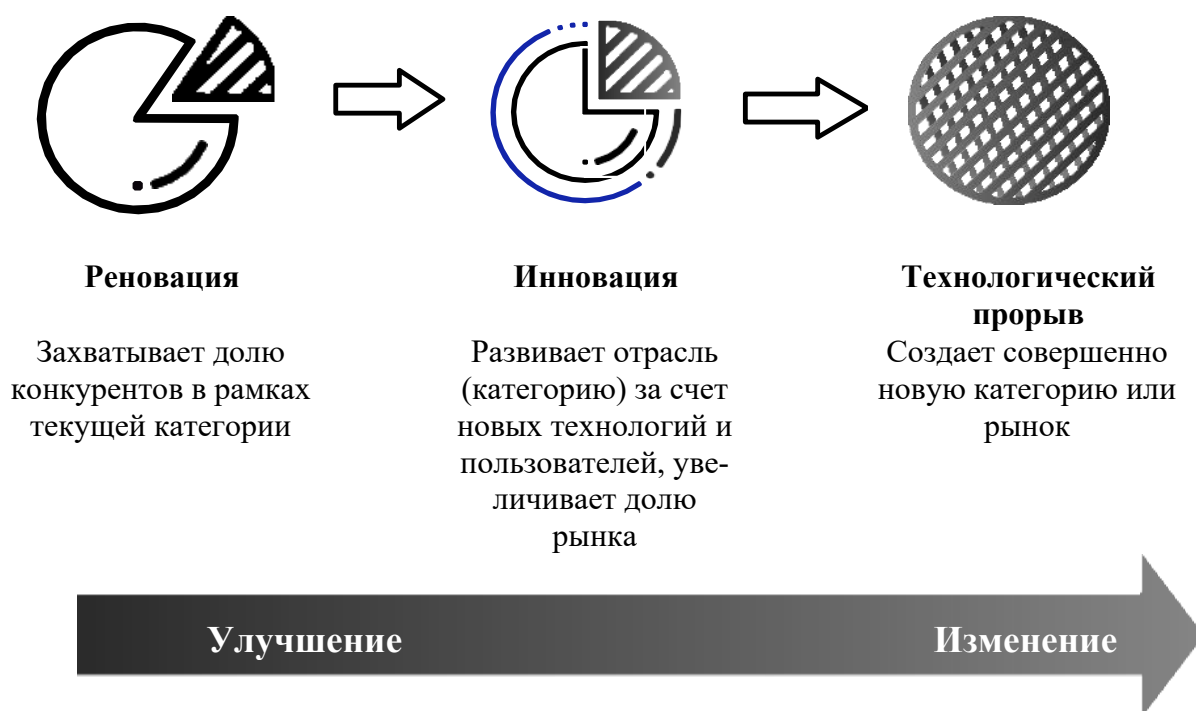


Рис. 1. Взаимосвязь реноваций, инноваций и технологического прорыва
Fig. 1. The relationship between renovation, innovation and technological breakthrough

Информационные технологии, в особенности, интернет и цифровизация, создали широкие возможности для доступа к разной информации и сервисам, выросла скорость коммуникаций, для многих отраслей снизились входные барьеры. Изучений спектра и характеристик инноваций способствует оценке конкурентных угроз и

возможностей роста для компаний. Цель реновации: восстановить сильную позицию в категории, подчеркнуть значимость для потребителей и защитить или даже захватить долю рынка у конкурентов. Ориентация на дополнительную прибыль является сильным стимулом для реновации, которая

оказывает влияние на объемы продаж и рыночную перспективу.

Стратегия внедрения реновации включает: изменение концепции позиционирования; запуск новых форматов, упаковки; репозиционирование или захват новых ниш, включая премиальный сегмент; ребрендинг; ценовая дифференциация. Так, сеть продуктовых магазинов «Светофор» вывела традиционную дисконтную розничную торговлю на новый уровень, адаптировала бизнес-модель для усиления привлекательности и стимулирования покупательской активности более состоятельных потребителей. Компания расширила товарные линейки премиум-класса, таким образом, увеличила доходы, обновила дизайн магазинов и открывает новые точки в престижных районах.

Более прогрессивная, чем реновация, инновация ведет к созданию категорий и привлечению новых потребителей. Инновационные стратегии включают: новые возможности для применения; запуск новых форматов; новые способы привлечения и потребления; слияние отраслей и товарных категорий; создание новых сегментов.

Для бизнеса в сфере цифровых технологий, инвестиции в нематериальные активы, в исследования, обучение, решающую роль играют методы управления. Так, самый высокий рейтинг в S&P 500 у ИТ-компаний: Google, Facebook, Amazon и

Apple [Tambe P., Hitt L., Rock D., Brynjolfsson E., 2020].

Драйверы инноваций – это: экономический рост; демографическая ситуация; изменения в окружающей среде и социуме; развитие новых технологий. Потребители и рынки не могут абстрагироваться от изменений в экономике или демографии. Существует ряд базовых социально-экономических факторов, которые формируют мегатенденции. Анализ мегатрендов помогает четко определить текущее положение компании, разработать проактивную стратегию, подготовить бизнес-план, чтобы оставаться актуальным в будущем. Мегатренды – это не краткосрочные прогнозы, а долгосрочные тенденции, которые характеризуют фундаментальные изменения и определяют потребительские рынки.

Анализ мегатрендов дает основу для качественного прогнозирования развития рынка и конкуренции, так как инновации неотделимы от текущих потребительских тенденций. Системный подход к анализу мегатрендов позволяет компаниям выйти за пределы традиционной категории, отрасли и рынка, чтобы мониторить изменения, прямо или косвенно влияющие на будущее. Долгосрочная перспектива позволяет рассчитывать на успех в инновациях, переходить от консервативных («догоняющих») к опережающим стратегиям. Наглядно комплекс взаимодействия драйверов, мегатрендов и инноваций представлен на рис. 2.

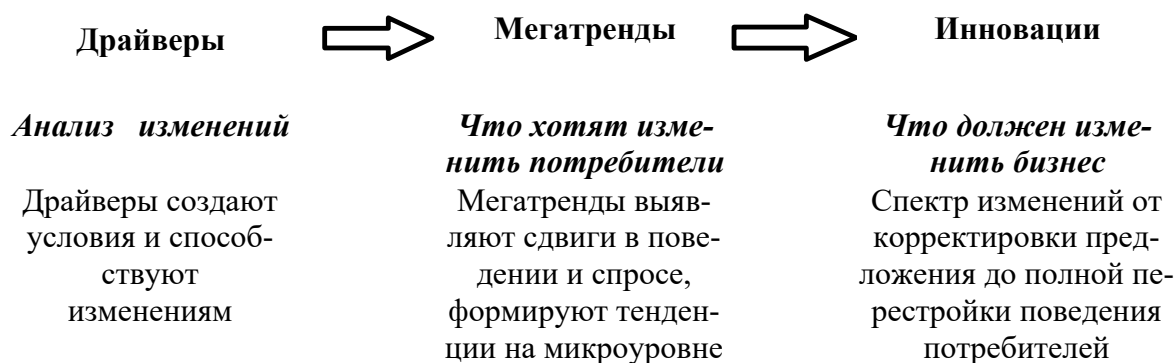


Рис. 2. Комплекс взаимодействия драйверов, мегатрендов и инноваций
 Fig. 2. Complex interaction of drivers, megatrends and innovations

Компании, которые анализируют мегатренды, оценивают, какие из них повлияют на потребителей и как, с большей вероятностью преуспеют в стратегиях, инновациях и революционных изменениях. Стоит отметить общие тенденции, которые влияют на потребителей как сегодня, так и в будущем: 1) здоровье; 2) устойчивое развитие; 3) пользовательский опыт; 4) премиализация; 5) цифровая реальность; 6) запросы потребителей; 7) приоритет ценности; 8) персонализация; 9) диверсификация и комбинирование; 10) удобство.

Компании обновляют продукцию, внедряют инновации или трансформируются под воздействием сочетания факторов. Традиционный бизнес, как правило, сочетает меньше факторов, чем инновационный. Но при технологическом прорыве применяются элементы, как из классических бизнес-моделей, так и из инновационных. Благодаря новым технологиям появляются бизнес-модели, способные преобразовывать рынки. Компании влияют на потребителей по новым каналам и по-новому формируют предложение.

Инновационные компании, локальные предприятия и транснациональные корпорации способны менять рынки. Текущая ситуация характеризуется развитием электронной коммерции, причем мелкие предприятия могут вполне успешно конкурировать с крупными игроками, благодаря участию в акселераторах по типу Wildberries, Ozon, Яндекс Маркет и др. Появился новый термин для малого бизнеса – «микробренды», или «повстанческие бренды», или «партизанские компании».

«Партизанские» компании – это небольшие, но быстрорастущие игроки рынка, которые стремятся закрыть неудовлетворенные потребности. Часто, они специализируются на монопродукте, соответствуя потребительским запросам. Местные компании опираются на аутентичность и уникальность, которые являются их конкурентными преимуществами. Эти предприятия являются гиперлокальными, используя

свои связи с небольшим регионом или традиционными игроками на развивающихся рынках.

Традиционные компании – это крупные транснациональные корпорации, которые доминируют в ключевых потребительских категориях. Хотя они и не такие мобильные, как «партизанские компании», в их активе – доля рынка, ресурсы и сильный бренд.

Сегодня запуск нового бренда с небольшими инвестициями вполне реален из-за меняющегося поведения потребителей, низких барьеров для входа на рынок и широкого распространения цифровых технологий. Микробренды решают проблемы потребителей, на которые крупные компании сегодня не обращают внимания. Дефицит капитала заставляет микробренды применять нестандартные решения: концентрироваться на упрощении, упаковке и ценности бренда. Без серьезных рекламных бюджетов, многие начинают с создания базы приверженцев или сообщества, совершенствуют один продукт для нишевого сегмента и строят на этом бизнес.

Феномен партизанских компаний появился сравнительно недавно, но они уже стали серьезной проблемой для крупного бизнеса. Партизанские компании обладают четким видением и миссией, стремятся удовлетворить новые потребности. Хотя они мало распространены в крупных и фрагментированных категориях товаров, при этом ни один сегмент не застрахован от их экспансии. Многие компании предлагают более высокое качество или лучшие преимущества по более выгодным ценам. В значительной степени партизанские бренды побеждают потому, что ограниченность заставляет применять свой подход к трем аспектам: запоминаемость, визуал и эффективность ассортимента. Вместо инвестиций в рекламу, микробренды усиливают запоминаемость за счет упаковки, свойств продукта, создавая сообщество сторонников с помощью концентрированного маркетинга.

Микробренды также осознают, что использование традиционных каналов коммуникаций для узнаваемости на раннем этапе может привести к распылению внимания. Они ориентируются на специализированные сегменты, чтобы закрепиться. Такая тактика позволяет микробрендам оперативно тестировать и совершенствовать продукцию, одновременно поддерживая уровень цен и сохраняя контроль. В дополнение к уникальному подходу к активам, партизанские компании опережают ведущих игроков путем создания партнерских экосистем. Это позволяет тестировать, обучаться и менять концепции по мере необходимости без значительных затрат. Так, партизанские бренды производят новые товары и поставляют их на рынок в три раза быстрее, чем крупные конкуренты.

Учитывая преимущества, крупные бренды могут инвестировать не только в традиционные сферы, где масштаб по-прежнему имеет значение, но и в новые отрасли, например, аналитику данных, цифровой маркетинг, новые технологии и таланты. Большие компании могут использовать методы микробрендов, а именно, переориентироваться на уникальность, получить новый импульс для бизнеса. Для усиления активности и гибкости организации, необходимо использовать межфункциональные команды для управления взаимоотношениями с клиентами, инновациями, для привлечения лучших специалистов, для тестирования и обучения.

Региональные компании часто достигают успеха за счет слияний и поглощений, а также благодаря новым брендам. Локальные операторы должны иметь конкурентное преимущество для эффективного позиционирования. Традиционные бизнесы часто применяют возможности интеграции. Ряд компаний масштабируют партизанские бренды, встраивая их в основной бизнес. Кроме того, предоставление приобретенной марке определенных свобод при сохранении контроля, может гарантировать дополнительную прибыль. По мере того,

как партизанские бренды растут и захватывают долю рынка, традиционные компании стараются снова заявить о себе, переосмысливают стратегию развития. Поэтому компании инвестируют в инструменты защиты от партизанских брендов.

Основные конкурентные преимущества микробрендов таковы: дифференциация: отличие от конкурентов; скорость: быстрота действий и реагирования; социальные сети: инструмент коммуникации и продвижения; узкий ассортимент: фокус на одном или нескольких товарах; быстрый рост: захват ниши или всей товарной категории; приверженцы: ориентация на сообщества; новизна: отсутствие ассоциаций с популярными брендами, гибкость и позитивное подкрепление; аутентичность: отсылка к истокам, подлинности; ориентированность на потребителя: потребитель является центром бизнеса; согласованность: соединить бизнес-интересы с ценностями потребителей.

Некоторые сегменты рынка более подвержены воздействию партизанских компаний, чем другие. Основные факторы, создающие риски для партизанских компаний: высокие барьеры для входа отрасли; жесткое регулирование; ограниченная лояльность к бренду; привлечение инвесторов. Сравнительная характеристика региональных и глобальных компаний представлена в табл. 1.

В то же время у традиционных операторов рынка есть несколько сильных преимуществ: обеспеченность капиталом, партнерские связи, отраслевые знания и опыт. Эти сильные стороны открывают возможности микробрендам, тогда как большой бизнес часто недооценивает новые аспекты потребительского поведения.

Рассмотрение инновационного развития бизнеса в разрезе трехуровневой системы: реноваций, инноваций и технологического прорыва дает возможность формирования управленческих инструментов для различных масштабов бизнеса и уровней государственной власти. Применение рено-

ваций актуально для восстановления сильных позиций на рынке, для захвата доли

рынка, для стимулирования продаж и получения дополнительной прибыли.

Таблица 1

Ключевые различия между региональными и глобальными компаниями

Table 1

Key differences between regional and global companies

Региональные компании	Глобальные компании
Локальная интеграция	Региональная адаптация
Инсайдеры (новички)	«Чужаки»
Вовлечены в жизнь целевых потребителей	Изучают местных потребителей
Дифференциация	Риск унифицированности

В меняющейся среде многие компании могут потерять ориентиры, что делает инновации критичными для бизнеса. Срав-

нение сильных и слабых сторон региональных операторов рынка содержится в табл. 2.

Таблица 2

Сильные и слабые стороны региональных операторов рынка

Table 2

Strengths and weaknesses of regional market operators

Сильные стороны	Слабые стороны
Масштаб деятельности	Низкая мобильность и скорость
Большие объемы капитала	Слабая корпоративная культура
Обширная клиентская база	Невосприимчивость к переменам
Сила бренда	Фокус на краткосрочной выгоде
Квалифицированная рабочая сила	Строгая отчетность

Инновация более прогрессивна, чем реновация, так как генерирует новые характеристики товаров (услуг), привлекает новых потребителей. Инновационные стратегии включают: новые возможности для применения; запуск новых форматов; новые способы привлечения и потребления; слияние отраслей и товарных категорий; создание новых сегментов. Технологический прорыв создает кардинально новые рынки или категории товаров путем реформатирования рынка, фокусировки на потребителях, сотрудничестве, лидерстве.

Существует ряд базовых социально-экономических факторов, которые формируют мегатренды. Анализ мегатрендов помогает определить текущее положение компании, разработать проактивную стратегию, подготовить бизнес-план, чтобы

оставаться актуальным в будущем. Мегатренды – это долгосрочные прогнозы, которые характеризуют фундаментальные изменения и определяют развитие рынков. Компании, которые анализируют мегатренды, оценивая, какие из них с наибольшим эффектом повлияют на потребителей, с большей вероятностью преуспеют в стратегиях, инновациях и революционных изменениях. К значимым мегатрендам для бизнеса сегодня относятся такие: здоровье; устойчивое развитие; пользовательский опыт; премиализация; цифровая реальность; запросы потребителей; приоритет ценности; персонализация; диверсификация и комбинирование; удобство.

Развитие бизнеса, инноваций и процессы цифровизации рассматриваются исследователями на разных уровнях и на ос-

нове различных подходов, что находит отражение в формировании ряда новых концепций. Так, сформирована концепция технологической инновационной системы (ТИС), которая сочетает системный подход к новым технологиям на всех стадиях их жизненного цикла, по аналогии с зарубежной практикой [Невзорова Т.А., 2022]. Данная концепция, по мнению автора, позволит эффективно анализировать развитие технологий с учетом действующих факторов. Такой подход представляется вполне оправданным и разумным.

Цифровизация в комплексе с инновационными драйверами обуславливает появление новых институциональных образований в экономическом ландшафте, таких, как маркетплейсы, цифровые экосистемы. В некоторых исследованиях] уделяется большое внимание потребительскому аспекту при формировании экосистем, из-за вовлечения большего числа компаний и потребителей [Шаститко А.Е., Курдин А.А., Филиппова И.Н., 2023. Подчеркивается актуальность государственного регулирования их деятельности в силу их влияния и быстрого роста. Авторы предлагают применить концепцию «мезоинститут» в отношении функционирования экосистем для саморегулирования.

Цифровые технологии относят к сфере материального производства, что спорно, и выдвигают гипотезу о том, что применение цифровых технологий на микроуровне положительно повлияет на финансовые показатели [Гудкова Т.В., За здравных А.В., Логинова В.С., 2022]. Авторы основываются на результатах исследования факторов успеха при внедрении цифровых технологий на промышленных предприятиях в Российской Федерации.

Анализ зарубежного опыта инновационного развития бизнеса свидетельствует о перспективности изучения данного вопроса в плане формирования мер государственной поддержки науки и техники [Brunjolfsson E., Rock D., Syverson Ch., 2021]. Цифровые технологии нуждаются в

значительных инвестициях, в том числе совместном финансировании новых процессов, продуктов. По мнению исследователей, эти инвестиции часто недооцениваются.

Существует мнение, что инновации малых и средних предприятий зависят от множества внутренних и внешних факторов: сотрудничество с другими фирмами и исследовательскими центрами, от локации и условий внешней среды [Hervas-Oliver J., Parrilli M., Rodríguez-Pose A., Sempereipoll F., 2021]. Региональные особенности бизнеса могут играть более важную роль для инноваций, чем сугубо научно-техническая деятельность. Целесообразно системное внедрение цифровых технологий в операционные процессы бизнеса на льготных условиях в рамках предпринимательских инициатив, в условиях режима специальных экономических зон. Это приведет к стимулированию развития бизнеса и технологическому прогрессу одновременно.

Заключение

Инновационное развитие бизнеса представляет собой сложный многоуровневый процесс. В условиях цифровизации происходят серьезные изменения во многих факторах бизнеса. Данное исследование направлено на то, чтобы конкретизировать особенности инновационного развития бизнеса в условиях цифровизации. Интерпретация научных статей позволила выявить главные движущие силы инноваций в современных условиях. На основе теоретических исследований и практических данных проведен эмпирический анализ инноваций и инновационной политики с учетом контекста цифровизации. В новых условиях инновации можно рассматривать в зависимости от характеристик отрасли, региональной специфики и масштаба бизнеса, в котором занят экономический субъект.

Уровень инновационного развития подвержен первоочередному влиянию глобальных трендов (мегатрендов), а именно: здоровье; устойчивое развитие; пользовательский опыт; премиализация; цифровая

реальность; запросы потребителей; приоритет ценности; персонализация; диверсификация и комбинирование; удобство.

Практическая значимость результатов исследования заключается в применимости их для дальнейшего формирования задач экономической политики, анализа инновационного развития на региональном и государственном уровне. Полученные результаты могут использоваться для дальнейших исследований в области инноваций и предпринимательства.

Список литературы

1. Габдуллин Н. М. Развитие человеческого капитала и цифровой экономики в регионах России: факторный и кластерный анализ: монография / Н. М. Габдуллин. Казань: КФУ, 2019: 268.
2. Гринев Н.Н., Николаева Н.Ю., Самоуров А.В. Развитие инновационных экосистем в современной экономике. ТДР. 2022. №2. С. 254-256.
3. Гудкова Т.В., Заздравных А.В., Логинова В.С. Цифровые технологии: актуальные проблемы внедрения и влияние на эффективность промышленного производства // Российский экономический журнал. 2022. № 3. С. 84-99. <https://doi.org/10.33983/0130-9757-2022-3-84-99>.
4. Дайнеко, В.Г., Дайнеко, Е. Ю. Трансформация структуры интеллектуального капитала в период цифровизации экономики // Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. 2021. №1. С. 3-12. DOI: 10.17308/econ.2021.1/3345.
5. Домнич Е.Л. Инновации как фактор изменения производительности предприятий: проблемы измерения и потребления // Пространственная экономика. 2022. Т.18. № 3. С. 93-127. <https://dx.doi.org/10.14530/se.2022.4.093-127>.
6. Институты обеспечения устойчивого развития российской экономики: монография / под редакцией С. Н. Сильвестрова, М. А. Эскиндарова. М.: Дашков и К, 2022. 466 с.
7. Ковалев Д.В. Стратегии, инструменты и технологии цифровизации экономики: монография / Д. В. Ковалев, Н. А. Косолапова, Е. А. Лихацкая [и др.]. – Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2020. С. 224.
8. Литвинцева Г.П., Петров С.П. Теоретические основы взаимодействия цифровой трансформации и качества жизни населения // Журнал экономической теории. 2019. Т. 16. №3. С. 414-427.
9. Маркова Е. С. Теоретико-методологические основы пространственной организации региона в условиях экономической нестабильности: монография / Е. С. Маркова. Липецк: Липецкий ГТУ, 2022. 170 с.
10. Невзорова Т.А. Концепция технологической инновационной системы: основные положения и возможности // Невзорова Т.А., Кучеров В.Г. Вопросы экономики. 2022. №5. С. 99-120. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2022-5-99-120>.
11. Певнев В.В. Цифровая экономика и её влияние на качество жизни//Экономическая безопасность и качество. 2019. №2(35). С. 20-26.
12. Соклакова И. В. Управление изменениями компаний в условиях инновационной активности бизнеса: монография / И. В. Соклакова, М. С. Санталова, А. В. Борщева. Москва: Дашков и К, 2022. 218 с.
13. Стырин Е. М., 2022. Государственные цифровые платформы. Формирование и развитие / Е. М. Стырин, Н. Е. Дмитриева. 2-е изд. Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2022. 192 с.
14. Суртаева О.С. Драйверы цифрового развития промышленного производства в России: монография / О. С. Суртаева. Москва: Дашков и К, 2021. 126 с.
15. Трайнев В.А. Совершенствование информационной системы организации управления предприятием, объединением: отечественная практика : монография / В. А. Трайнев. М.: Дашков и К, 2022. 164 с.
16. Шаркова А. В. Концепции и модели интенсификации предпринимательской деятельности: мировые, национальные и региональные тренды : монография / А. В. Шаркова. М.: Дашков и К, 2022. 400 с.
17. Шаститко А.Е., Курдин А.А., Филиппова И.Н. Мезоинституты для цифровых экосистем // Вопросы экономики. 2023. №2. С. 61-82. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2023-2-61-82>.
18. Янченко Е.В. Влияние цифровой экономики на инновационное развитие человеческого потенциала российского общества: воз-

возможности и ограничения // Вопросы инновационной экономики. 2020. Том 10. № 2. С. 849-866. Doi: 10.18334/vines.10.2.100896.

19. Brynjolfsson E., Rock D., Syverson Ch. The Productivity J-Curve: How Intangibles Complement General Purpose Technologies // *American Economic Journal : Macroeconomics*. 2021. Vol. 13(1). Pp. 333–372. DOI: <https://doi.org/10.1257/mac.20180386>.

20. Hervas-Oliver J., Parrilli M., Rodríguez-Pose A., Sempereipoll F. The drivers of SME innovation in the regions of the EU // *European Planning Studies*. 2021. Vol. 50 (9). 104316. DOI: 10.1016/j.respol.2021.104316

21. Tambe P., Hitt L., Rock D., Brynjolfsson E. Digital Capital and Superstar Firms. NBER, Working Paper No. w28285. December 2020. 60 p. <https://doi.org/10.3386/w28285>.

References

1. Brynjolfsson E., Rock D., Syverson Ch. (2021), “The Productivity J-Curve: How Intangibles Complement General Purpose Technologies”, *American Economic Journal: Macroeconomics*, 13(1), 333-372, <https://doi.org/10.1257/mac.20180386>.

2. Daineko, V. G., Daineko, E. Yu. (2021), “Transformation of the structure of intellectual capital in the period of digitalization of the economy”, *Herald of VGU. Series: Economy and management*, 1, 3-12, DOI: 10.17308/econ.2021.1/3345.

3. Domnich E. L. (2022), “Innovation as a factor in changes in enterprise performance: problems of measurement and consumption”, *Spatial economic*, 18, 3, 93-127, <https://dx.doi.org/10.14530/se.2022.4.093-127>.

4. Gabdullin, N. M. (2019), *Development of human capital and digital economy in regions of Russia: factor and cluster analysis*: monograph, Kazan: KFU. 2019.

5. Gudkova T. V., Zazdravnykh A. V., Loginova V. S. (2022), “Digital technologies: current problems of implementation and influence on the efficiency of industrial production”, *Russian Economic Journal*, 2022, 3, 84–99, <https://doi.org/10.33983/0130-9757-2022-3-84-99>.

6. Hervas-Oliver J., Parrilli M., Rodríguez-Pose A., Sempereipoll F. (2021), “The drivers of SME innovation in the regions of the EU”, *European Planning Studies*, 50 (9), 104316, DOI:10.1016/j.respol.2021.104316.

7. Grynev N. N., Nikolaeva N. Yu., Samorokov A. V. (2022), “Development of innovative ecosystems in the modern economy”, *TDR*, 2, 254-256.

8. *Institutes of ensuring the sustainable development of the Russian economy* (2022): a monograph, edited by S. N. Sylvestrov, M. A. Eskindarova, Moscow: Dashkov and K.

9. Kovalev D. V. (2020), *Strategies, tools and technologies of digitization of the economy*: a monograph, D. V. Kovalev, N. A. Kosolapova, E. A. Likhatskaya [and others], Rostov-on-Don, Taganrog: Publishing House of the Southern Federal University.

10. Lytvintseva G. P., Petrov S. P. (2019), “Theoretical basis of interaction of digital transformation and quality of population life”, *Journal of Economic Theory*, 16, 414-427.

11. Markova E. S. (2022), *Theoretical and methodological foundations of the spatial organization of the region in the conditions of economic instability*: a monograph, Lipetsk: Lipetsk Technical University.

12. Nevzorova T. A., Kutcherov V. G. (2022), “The concept of the technological innovation system: The basic principles and opportunities”, *Voprosy Ekonomiki*, 5, 99-120, <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2022-5-99-120>.

13. Pevnev V. V. (2019), “Digital economy and its influence on the quality of life”, *Economic security and quality*, 35, 20-26.

14. Sharkova A. V. (2022), *Concepts and models of intensification of entrepreneurial activity: world, national and regional trends*: a monograph, Moscow: Dashkov and K.

15. Shastitko A. E., Kurdin A. A., Filippova I. N. (2023), “Meso-institutions for digital ecosystems”, *Voprosy Ekonomiki*. 2023, 2, 61-82. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2023-2-61-82>.

16. Soklakova I.V. (2022), *Management of company changes in the conditions of innovative business activity*: a monograph, I.V. Soklakova, M.S. Santalova, A.V. Borshcheva, Moscow: Dashkov and K.

17. Styrin E.M. (2022), *State digital platforms. Formation and development*, E. M. Styrin, N. E. Dmitrieva, 2nd ed., Moscow: Publishing House of the Higher School of Economics.

18. Surtaeva O. S. (2021), *Drivers of digital development of industrial production in Russia*: a

monograph, O. S. Surtaeva, Moscow: Dashkov and K.

19. Tambe P., Hitt L., Rock D., Brynjolfsson E. (2020), "Digital Capital and Superstar Firms", *NBER, Working Paper No. w28285*, December 2020, <https://doi.org/10.3386/w28285>.

20. Trainev V.A. (2022), *Improvement of the information system of the organization of enterprise management, association: domestic practice*: monograph, Moscow: Dashkov and K.

21. Yanchenko E.V. (2020), "The influence of the digital economy on the innovative development of the human potential of the Russian society: opportunities and limitations", *Questions of innovation economy*, 10, 849-866, doi: 10.18334/vinec.10.2.100896.

Информация о конфликте интересов:

авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: the author has no conflict of interest to declare.

Палий Наталья Сергеевна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры туризма факультета ресторанно-гостиничного бизнеса, ФГБОУ ВО «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского», (г. Донецк, Россия).

Natalia S. Paliy, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Tourism, Faculty of Restaurant and Hotel Business, Mikhail Tugan-Baranovskiy Donetsk National University of Economics and Trade, (Donetsk, Russia).