УДК 338

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ НА МЕЗОУРОВНЕ И ЕЁ ИНФРАСТРУКТУРНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Коды JEL: R 5, R 58, O15.

Лаврикова Н. И., *кандидат экономических наук, доцент, сотрудник ФГКВОУ ВО «Академия Федеральной службы охраны Российской Федерации», г. Орёл, Россия*
E-mail: nalavrikova@yandex.ru
SPIN-код: 7255-9470

Поступила в редакцию 29.06.2021. Принята к публикации 23.07.2021

Аннотация

Предмет. *Инновации широко рассматриваются как главный фактор успеха в высококонкурентной экономике. Взгляд на инновации дает четкое представление о будущих возможностях.*

Тема. *Определение направления развития инновационной экономики на мезоуровне и её инфраструктурное обеспечение.*

Цели. *Изучить взаимосвязь между инновационными возможностями, типом инноваций и различными аспектами деятельности компаний, включая рыночные и финансовые показатели, на основе эмпирического исследования*

Методология. *Методы логического и сравнительного анализа.*

Результаты. *Эмпирическая проверка модели развития инновационной экономики на мезоуровне дала доказательства, подтверждающие взаимосвязь между региональными инновационными возможностями и инновационными показателями компаний.*

Область применения. *Процесс управления инновационной экономикой на мезоуровне.*

Выводы. *Результативность инноваций в первую очередь связана с нефинансовыми аспектами корпоративной деятельности, например, с клиентскими аспектами, удовлетворенностью, а затем она ускоряет достижение более высоких финансовых показателей. Несмотря на то, что инновации в короткие сроки могут привести к возможным потерям, в долгосрочной перспективе это может ускорить получение положительного эффекта для производства, рынка и финансовых показателей.*

Ключевые слова: *управление инновациями, мезоуровень, коммуникационные и информационные технологии, конкуренция, инфраструктура.*

UDK 338

DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ECONOMY AT MESO LEVEL AND ITS INFRASTRUCTURE PROVISION

JEL codes: R 5, R 58, O15.

Lavrikova N. I., *Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Employee of FSKVOU VO «Academy of the Federal Security Service of the Russian Federation,» Orel, Russia*
E-mail: nalavrikova@yandex.ru
SPIN-код: 7255-9470

Annotation

Subject. *Innovation is widely seen as a major success factor in a highly competitive economy. Looking at innovation provides a clear picture of future opportunities.*

Topic. *Determining the direction of development of the innovative economy at the meso-level and its infrastructure support.*

Purpose. *Explore the relationship between innovation opportunities, type of innovation and different aspects of company performance, including market and financial performance, based on empirical research.*

Methodology. *Methods of logical and comparative analysis.*

Results. *An empirical test of the model of development of an innovative economy at the meso-level provided evidence confirming the relationship between regional innovative capabilities and innovative indicators of companies.*

Application area. *Innovation economy management at the meso-level.*

Conclusions. *The impact of innovation is primarily related to non-financial aspects of corporate activity, for example, client aspects, satisfaction, and then it accelerates higher financial performance. Despite the fact that innovations in a short time can lead to possible losses, but in the long term, this can accelerate the positive effect on production, market and financial indicators.*

Keywords: *innovation management, meso-level, communication and information technologies, competition, infrastructure.*

DOI: 10.22394/1997-4469-2021-54-3-34-39

Введение

Демографический сдвиг, финансовые реформы, развивающиеся рынки, развитие коммуникационных и информационных технологий и изменение поведения потребителей оказали значительное влияние на изменение эффективности, производительности и формирование структуры мезосистемы.

В большинстве академических и промышленных кругов инновации широко признаются как важнейший фактор для получения конкурентных преимуществ и поддержания конкурентоспособности и экономического роста. Осознание важности инноваций в сфере услуг как двигателя экономического роста несомненно.

Инновации часто происходят с использованием открытых технологий и высококачественных ресурсов, опираются на знания и информационную систему. Управление знаниями является наиболее важной частью инноваций, особенно в наукоемкой отрасли, такой как, например, страхование. Знания — это конкурентное преимущество при андеррайтинге и обслуживании в страховых компаниях. В страховой отрасли коммерческие тайны, конфиденциальная информация и ценные идеи являются частью знаний сотрудников. Поэтому использование системы управления знаниями для захвата внутреннего эксперта будет иметь решающее значение для таких компаний.

Способность фирмы вводить новшества является наиболее важным фактором конкурентного преимущества в условиях крайне нестабильной рыночной конъюнктуры. Инновационный потенциал побуждает организацию к непрерывному развитию инноваций, чтобы реагировать на меняющуюся рыночную среду и встраивать новые стратегии, системы и структуры, поддерживающие инновации в организации.

Из-за отсутствия в научной экономической литературе исследований, касающихся инноваций и инновационной деятельности страховой отрасли, существует разрыв между факторами, влияющими на инновации и влияющими на общую эффективность страховых компаний. Поэтому цель данной статьи — восполнить пробел путем разработки модели для понимания факторов, влияющих на инновационную деятельность страховых компаний в развивающихся странах. Хотя существует множество концептуальных исследований, которые были проверены в сохранившейся литературе, исследования ограничены количеством и глубиной анализа. В большинстве исследований изучалась взаимосвязь между типологиями инноваций. Исследования, связанные с сектором услуг, связали анализ с бизнес-стратегиями компании с точки зрения инноваций. В частности, инновационный потенциал гораздо менее заинтересован и недостаточно изучен в сфере услуг. С другой стороны, большая часть исследований касалась инновационных возможностей и эффективности компаний или инновационных возможностей с инновационными типологиями. В литературе нет исследований, подробно изучающих взаимосвязь между инновационными возможностями, типологиями инноваций и результатами деятельности фирм. Таким образом, целью данной статьи является создание более сбалансированной и эмпирически обоснованной картины инновационной деятельности в сфере услуг в перспективе развивающихся стран, особенно в страховой отрасли, которая не была полностью протестирована в литературе.

Внедрение инноваций в сферу услуг: возможности, особенности и эффективность

Инновации в сфере услуг обычно рассматривают два фактора: внедрение совершенно нового продукта или услуги для компании или отдельных лиц и реконфигурацию или улучшение существующих услуг либо радикальным, либо постепенным методом. В производственном секторе — это может наблюдаться в таких вещах, как продукты или товары, которые предлагает компания, и в изменении способа их производства и доставки. Но в сфере услуг различие между продуктом и процессом имеет тенденцию рисовать довольно неясную картину, поскольку инновации в продуктах и процессах без отрыва от производства происходят случайно. Однако, некоторые отрасли в сфере услуг могут применять такой подход, но это может быть неактуальным для других, например, в страховой отрасли компания может представить новый продукт с дополнительными покрытиями, включая дополнительные бонусы или некоторые дополнительные преимущества, такие как зарубежные туры, а с другой стороны — компания может разработать внутренний процесс об-

работки претензий, андеррайтинга, чтобы ускорить процесс доставки. Это может быть определено как технологическая инновация.

Инновации возможны только в том случае, если у компании есть способность вводить новшества. Инновационный потенциал рассматривается как ценный актив для компаний, обеспечивающий и поддерживающий конкурентное преимущество и способствующий реализации всей стратегии. Он формируется в рамках основного процесса внутри фирмы и не может быть отделен от других видов деятельности. Способность к инновациям помогает компаниям быстро внедрять новые продукты и новые системы, а это очень важно для поддержания постоянной конкуренции. Результативность инноваций можно объяснить как комбинацию активов и ресурсов. Поэтому для достижения успеха в быстро меняющейся среде требуется широкий спектр ресурсов, активов и возможностей. Поэтому инновационный потенциал можно определить как:

— способность разрабатывать новые продукты, удовлетворяющие потребности рынка;

— способность применять соответствующие технологические процессы для производства этих новых продуктов;

— способность разрабатывать и внедрять новые продукты и технологии обработки для удовлетворения будущих потребностей;

— способность реагировать на технологические шаги конкурентов.

Организационная эффективность — это множественные иерархические конструкции, которые указывают на финансовые и операционные показатели, такие как доля рынка и качество. Существует множество исследований, в которых анализируется влияние инноваций и результатов деятельности компаний. Преобладает взаимосвязь между инновациями и производительностью организаций. Инновационная производительность выступает в качестве посредника между типами и аспектами производительности. Инновации оказывают сильное и прямое влияние на деятельность организации. Финансовые, рыночные и производственные показатели, положительно связанные с инновациями, и инновационная деятельность выступают в качестве посредника для их прямого положительного воздействия.

Инновации в сфере услуг часто рассматриваются как технологические инновации, которые могут быть инновационными в той степени, в которой они интегрированы с новыми технологиями. Но это не единственный способ, которым инновации в сфере услуг ведут себя в инновационном контексте, поскольку технологии — главный двигатель роста производительности в сервисных компаниях. Однако нетехнологические аспекты также считаются очень важными для инноваций в сфере услуг, где можно выделить 4 типа инноваций: продуктовые, процессные, организационные и рыночные. Инновации в продуктах и процессах, тесно связанные с технологическими усовершенствованиями, особенно в сфере услуг, можно рассматривать как использование высокотехнологичных установок и оборудования. В соответствии с нашими целями, в данной статье принята четырехмерная модель инноваций, связанных с сектором услуг, в сочетании с инновациями в страховой отрасли, включая два технологических и два нетехнологических измерения. Этими четырьмя измерениями инноваций являются инновации сервисных продуктов, процессные инновации, организационные инновации и маркетинговые инновации, определяемые следующим образом: инновации продуктов (услуг) — это внедрение нового продукта или услуги со значительно улучшенными характеристиками, такими как техническая спецификация, встроенное программное обеспечение для полного заполнения ключевые потребности клиентов лучше, чем существующие продукты.

Основной атрибут сервисных продуктов нематериален, и разработка нового сервисного продукта выступает инновациями сервисных продуктов. Инновации в продуктах (услугах) — решающий фактор производительности, который обеспечивает возможность выхода на новый рынок и новые отрасли и позволяет найти возможности для получения сверхприбыли. В ответ на современные изменения в культуре, ориентированной на потребителя, и в экономике, все более ориентированной на технологии, для страховщиков важно постоянно обновлять свою операционную систему, бизнес-модель и ценностные предложения. Также следует рассмотреть возможность непрерывной целостной трансформации продукта (услуг), унаследованной системы и бизнес-процессов для стимулирования роста доходов, финансовой стабильности, улучшения качества обслуживания клиентов и регулирования возникающей конкуренции.

Технологические инновации — это внедрение новых или значительно улучшенных методов производства или доставки. Также технологические инновации можно рассматривать как изменения в инструментах, человеческом капитале и методах работы или их комбинацию, такую как установка нового или улучшенного программного обеспечения для ускорения процесса государственного урегулирования претензий Технологические инновации могут повлиять на производительность, ее рост или прибыльность. Этот процесс необходим для предоставления продукта или услуг, за которые клиент не платит напрямую. Следовательно, технологические инновации должны быть новыми изменениями в процессе

производства или доставки продуктов, которые позволят значительно повысить ценность, предоставляемую заинтересованным сторонам.

Маркетинговые инновации — это внедрение новых маркетинговых методов, предполагающих значительные изменения в дизайне продукта, его размещении, продвижении или ценообразовании. Основная цель маркетинговых инноваций — удовлетворение потребностей клиентов, выход на новый рынок или новое позиционирование продукта фирмы на рынке с целью увеличения продаж. Маркетинговые инновации положительно влияют на создание долгосрочных конкурентных преимуществ и рост компании. Кроме того, важно, чтобы менеджеры руководствовались стратегией фирмы и восприятием маркетинговых инноваций для обеспечения устойчивого роста.

Организационные инновации — это внедрение нового организационного метода в бизнес-практику, организацию или во внешние связи фирмы. Организационные инновации могут привести к повышению производительности фирмы за счет снижения административных и транзакционных издержек, а также направлены на повышение удовлетворенности на рабочем месте. Действия, ориентированные на организационные изменения, могут быть соответственно связаны с организационными инновациями. Таким образом, организационные инновации тесно связаны со всеми административными рачагами, включая обновление организационных систем, процедур для поощрения сплоченности команды, координации, сотрудничества, практики обмена информацией, обмена знаниями и обучения. Это также может относиться к любой сфере услуг, которая столкнулась с технологической и правотворческой эволюцией.

Инновационные возможности помогают фирмам применять соответствующие технологические процессы, разрабатывать новый продукт, удовлетворять потребности рынка и устранять конкурентные угрозы. Они помогают формировать и управлять многочисленными возможностями фирмы для поддержки успешной интеграции возможностей и стимулов к инновациям. Также перспективные инновационные возможности имеют тенденцию внедрять и развивать новый ассортимент продуктов в уже существующий портфель. Фирма должна усилить лидерство, партнерские отношения и организационные возможности перед внедрением первоначального процесса инноваций и разработки новых продуктов. Итак, инновационный потенциал — это потенциал для разработки нового продукта за счет сочетания инновационного поведения, стратегических возможностей и внутреннего технологического процесса.

Влияние инноваций на эффективность бизнеса в обслуживающих компаниях будет иным, чем в производственном секторе. Ученые последние несколько десятилетий посвятили себя выявлению взаимосвязи между инновациями и результатами деятельности компаний. Исследователи использовали различные финансовые и нефинансовые показатели для анализа эффективности бизнеса; это могут быть субъективные и объективные показатели. Инновации, относящиеся к радикальным или инкрементным, внесли интересный вклад в деятельность фирмы. Они действуют как важный фактор, определяющий эффективность бизнеса, несмотря на рыночные потрясения, в которых действует фирма. Инновационный процесс можно рассматривать как эффективные движущие силы для повышения инновационной и торговой деятельности организации.

Повышение качества новых продуктов или услуг, надежности, исключительности и новизны по сравнению с их конкурентами привело к инновациям в продуктах (услугах), а это повысило общую производительность фирмы, включая маркетинг и финансы. Исследование, связанное с отраслью высоких технологий, по выявлению взаимосвязи между ориентацией на рынок, инновациями в сфере услуг и эффективностью инноваций, показало, что качество продукции, основанное на технологиях, помогает компаниям добиваться превосходных инновационных результатов. Исследования инноваций в банковском секторе показало, что инновации в продуктах повышают прибыльность, в то время как инновации в процессах повышают прибыльность и эффективность, а также показали, что первопроходцы инноваций как продукта, так и процесса имеют большое влияние на прибыльность. Внедрение продуктов, процессов и институциональных инноваций делает фирмы более гибкими в своей деятельности и побуждает компании повышать качество продуктов, расширять сеть, привлекать высококвалифицированные кадры и повышать конкурентоспособность технологий.

С другой стороны, значительное количество исследований показало, что организационные инновации положительно связаны с инновационной эффективностью и помогают лучше понять, какой тип возможностей повлияет на конкурентное преимущество, которое может генерировать экономическую ренту.

Выводы. Таким образом, целесообразно сделать следующие выводы. Результативность инноваций может облегчить фирмам достижение рыночных показателей различными способами, помогая определять технологические возможности с улучшением качества продукции и услуг, а продукция с более высокой стоимостью для потребителя может помочь привлечь новых клиентов. Согласно взаимосвязи между инновациями и финансами, рыночные пока-

затели не являются прямыми, а опосредованы показателями инноваций. Эффективность инноваций может обеспечить устойчивое конкурентное преимущество за счет огромного повышения ценности для клиентов, что может улучшить рыночные показатели и прибыльность.

Информация о конфликте интересов

Мы, авторы данной статьи, со всей ответственностью заявляем о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Гижко Д. В.* Методологические аспекты мониторинга инновационного потенциала региона / Д. В. Гижко // Вестник АКСОР. — 2010. — № 3 (14). — С. 199—206.

2. *Гижко Д. В.* Разработка алгоритма формирования и реализации инновационной стратегии региона на основе мониторинга и оценки его инновационного потенциала / Д. В. Гижко // Вестник АКСОР. — 2012. — № 3 (23). — С. 227—233.

3. *Гриневич Ю. А.* Инновационная инфраструктура как основа формирования региональных инновационных кластеров в Нижегородской области / Ю. А. Гриневич // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. — 2013. — № 3 (3). — С. 67—71.

4. *Гусев А. Б.* Формирование рейтингов инновационного развития регионов России и выработка рекомендаций по стимулированию инновационной активности субъектов Российской Федерации [Электронный ресурс] / А. Б. Гусев // Капитал страны : официальный сайт. — URL: http://www.kapital-rus.ru/articles/article/2574.

5. *Желтова В.* Научно-технологический форсайт РФ: региональные аспекты. Некоторые выводы исследования / В. Желтова // Доклад на III Российском венчурном форуме. Центр стратегических разработок «Северо-Запад». — URL: http://csr-nw.ru/files/csr/file_category_172.pdf.

6. *Колосова Т. В.* Методика оценки инновационного потенциала региона с учетом составляющих его структуры / Т. В. Колосова, О. Н. Лутченкова // Проблемы современной экономики. — 2015. — № 10. — С. 219—222.

7. *Лаврикова Н. И.* Институциональные и инфраструктурные аспекты становления и развития модели советской экономической системы / Н. И. Лаврикова // Экономика в теории и на практике: актуальные вопросы и современные аспекты : сборник статей III Международной научно-практической конференции, Пенза, 25 января 2020 года. — Пенза : Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г. Ю.), 2020. — С. 292—295.

8. *Мацкевич Н. Р.* Индикаторы инновационного развития как современные методы оценки инновационной деятельности регионов России / Н. Р. Мацкевич // Образование и наука в современных условиях : материалы IX Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 8 окт. 2016 г.). — Чебоксары : ЦНС «Интерактив плюс», 2016. — № 4 (9). — С. 214—219.

9. *Мерзлякова Е. А.* Совершенствование системы управления инновационным потенциалом региона / Е. А. Мерзлякова // Тренды развития современного общества: управленческие, правовые, экономические и социальные аспекты : материалы Международной научно-практической конференции (17—18 сентября 2015 г.). — Курск : Юго-Зап. гос. ун-т, 2015.

LIST OF LITERATURE

1. *Gizhko D. V.* Methodological aspects of monitoring the innovative potential of the region / D. V. Gizhko // Bulletin of AKSOR. — 2010. — No. 3 (14). — S. 199—206.

2. *Gizhko D. V.* Development of an algorithm for the formation and implementation of the region's innovative strategy based on monitoring and assessing its innovative potential / D. V. Gizhko // Bulletin of AKSOR. — 2012. — No. 3 (23). — S. 227—233.

3. *Grinevich Yu. A.* Innovative infrastructure as the basis for the formation of regional innovation clusters in the Nizhny Novgorod region / Yu. A. Grinevich // Bulletin of the Nizhny Novgorod University. N. I. Lobachevsky. — 2013. — No. 3 (3). — S. 67—71.

4. *Gusev A. B.* Formation of ratings of innovative development of Russian regions and development of recommendations to stimulate innovative activity of the constituent entities of the Russian Federation [Electronic resource] / A. B. Gusev // Capital of the country : Official site. — URL: http://www.kapital-rus.ru/articles/article/2574.

5. *Zheltova V.* Scientific and technological foresight of the Russian Federation: regional aspects. Some conclusions of the study / V. Zheltova // Report at the III Russian Venture Forum. Center for Strategic Research «North-West». — URL: http://csr-nw.ru/files/csr/file_category_172.pdf.

6. *Kolosova T. V.* Methodology for assessing the innovative potential of the region taking into account the components of its structure / T. V. Kolosova, O. N. Lutchenkova // Problems of modern economics. — 2015. — No. 10. — P. 219—222.

7. *Lavrikova N. I.* Institutional and infrastructural aspects of the formation and development of the model of the Soviet economic system / N. I. Lavrikova // Economics in theory and practice: topical issues and modern aspects: collection of articles of the III International Scientific and Practical Conference, Penza, January 25, 2020. — Penza : Science and Education (IP Gulyaev G. Yu.), 2020. — Pp. 292—295.

8. *Matskevich N. R.* Indicators of innovative development as modern methods for assessing the innovative activity of Russian regions N. R. Matskevich // Education and science in modern conditions : materials of the IX Intern. scientific-practical conf. (Cheboksary, October 8, 2016). — Cheboksary : Central nervous system «Interactive plus», 2016. — No. 4 (9). — S. 214—219.

9. *Merzlyakova E. A.* Improvement of the system of management of the region's innovative potential / E. A. Merzlyakova // Trends in the development of modern society: managerial, legal, economic and social aspects : materials of the International Scientific and Practical Conference (September 17—18, 2015). — Kursk : South-West. state un-t, 2015.

УДК 338.24

ПЕРСПЕКТИВЫ И ОГРАНИЧЕНИЯ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И УСЛУГ

Коды JEL: L51, R11, R58

Сироткина Н. В., *доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой цифровой и отраслевой экономики, Воронежский государственный технический университет, г. Воронеж, Россия*
E-mail: docsnat@yandex.ru
SPIN-код: 2336-2789

Поступила в редакцию 30.09.2021. Принята к публикации 07.10.2021.

Аннотация

Предмет. *Регулирование процессов формирования и развития регионального рынка потребительских товаров и услуг.*

Тема. *Перспективы и ограничения развития регионального рынка потребительских товаров и услуг.*

Цели. *Обоснование вектора развития рынка потребительских товаров и услуг в контексте реализации стратегии социально-экономического развития Воронежской области.*

Методология. *Логический и структурный анализ основных детерминант теории регулирования рынка.*

Результаты. *На основе исследования генезиса подходов к регулированию рынка товаров и услуг и анализа реализации стратегии социально-экономического развития Воронежской области выявлены перспективы повышения уровня и качества жизни населения региона за счет реализации адресных мер поддержки производителей потребительских товаров и услуг, дифференцированных с учетом вариативности покупательских предпочтений.*

Область применения. *Практика регулирования региональных рынков потребительских товаров и услуг.*

Выводы. *Методологическим базисом регулирования рынка продовольственных товаров в современных условиях являются стейкхолдеровский и структурный, программный и проектный подходы, а методическим инструментарием — средства и методы, идентифицированные в формате реализации государственных программ в рамках стратегии социально-экономического развития региона, интегрированной в национальную систему стратегического планирования.*

Ключевые слова: *потребительские товары, потребительские услуги, регион, рынок, цифровая экономика.*

UDK 338.24

PROSPECTS AND LIMITATIONS OF THE DEVELOPMENT OF THE REGIONAL MARKET OF CONSUMER GOODS AND SERVICES

Sirotkina N. V., *Head of the Department of Digital and Sectoral Economics, VSTU, Doctor of Economics*
E-mail: docsnat@yandex.ru
SPIN-code: 2336-2789

Annotation

Item. *Regulation of the formation of the development of the regional market for consumer goods and services.*