

<sup>1</sup>Л. А. Третьякова, <sup>2</sup>Н. И. Лаврикова

<sup>1</sup> Белгородский государственный национальный исследовательский университет,  
г. Белгород

<sup>2</sup> ФГКВООУ ВО «Академия Федеральной службы охраны Российской Федерации»  
(Академия ФСО России), г. Орел, email: nalavrikova@yandex.ru

## ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ ОРГАНИЗАЦИИ ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРЫ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА В УСЛОВИЯХ ЛОКАЛИЗАЦИИ

**Ключевые слова:** инновации, экономическая система, сфера народного хозяйства, локализация.

На протяжении многих лет инновации и предпринимательство рассматриваются как ключевой источник экономического развития, роста конкурентоспособности и эффективности сферы народного хозяйства в условиях локализации. Развитие рынков и современная международная конкуренция основаны на погоне за новым и высоким качеством, которое является ответом на возрастающие требования и спрос на рынке. Инновации играют огромную роль в экономическом развитии каждого государства. Компания, которая хочет оставаться на рынке и быть конкурентоспособной должна иметь возможность создавать инновации, потому что их отсутствие может представлять угрозу существованию предприятия на рынке. Но с другой стороны, инновации могут усложнить деятельность предприятия из-за неопределенности и рисков, которые они несут, а также из-за конфликтов или инновационной инерции работников. Феномен инноваций неразрывно связан с изменением, новизной, реформой или идеей, воспринимаемой как новизна, ибо нет инноваций без изменения прежнего положения дел и внедрения новизны.

<sup>1</sup>L. A. Tretyakova, <sup>2</sup>N. I. Lavrikova

<sup>1</sup> Belgorod State National Research University, Belgorod

<sup>2</sup> FGKVOU VO «Academy of the Federal Security Service of the Russian Federation»  
(Academy of the Federal Security Service of Russia), Orel, email: nalavrikova@yandex.ru

## ECONOMIC PROCESSES OF ORGANIZATION OF THE EFFECTIVE FUNCTIONING OF THE INNOVATIVE SPHERE OF THE FOLK ECONOMY IN THE CONDITIONS OF LOCALIZATION

**Keywords:** innovation, economic system, the sphere of the national economy, localization.

For many years, innovation and entrepreneurship have been viewed as a key source of economic development, growth of competitiveness and efficiency of the national economy in the context of localization. Market development and modern international competition are based on the pursuit of new and high quality, which is a response to the increasing demands and demands of the market. Innovation plays a huge role in the economic development of every state. A company that wants to stay in the market and be competitive must be able to create innovations, because their absence can pose a threat to the existence of an enterprise in the market. But on the other hand, innovation can complicate the operation of the enterprise due to the uncertainty and risks that they carry, as well as due to conflicts or innovative inertia of workers. The phenomenon of innovation is inextricably linked with change, novelty, reform, or an idea perceived as novelty, because there is no innovation without changing the previous state of affairs and introducing novelty.

Инновации обычно связаны с чем-то материальным (новый автомобиль, компьютер), но инновации также являются нематериальными продуктами/услугами, такими как изменение структур управления, новая научная теория или новая стратегия действий [1]. Таким образом, инновации – лучший способ сохранить и улучшить свое рыночное положение. Внесенные изменения, если они должны творчески, инновационно влиять на предприятие, должны иметь форму инноваций [2]. Иннова-

ции означают изменение, но не каждое изменение является инновацией. Она может быть нетворческим изменением, дублирующим уже существующие решения, может также трансформировать их и лучше адаптировать к требованиям окружения. В хорошо управляемом предприятии должны преобладать инновационные изменения, направленные на значительное повышение степени его организации и эффективности функционирования и особенно обслуживания рынка. Эти изменения должны быть сде-

ланы заблаговременно, чтобы предприятие могло более легко удовлетворить требования будущего.

### Методология исследования

Для поставленных целей исследования были установлены следующие методологические предпосылки. Учитывая специфику сферы народного хозяйства в условиях локализации, предприятия рассматривались как некий однородный набор, с одновременным исключением микропредприятий. Внимание было сосредоточено только на этой группе компаний, поскольку в структуре данного сектора они составляют доминирующую долю инновационной деятельности. Кроме того, они отличаются особенно сильной связью с местным рынком труда и гибкостью в работе.

Принят вариант отбора проб, также называемый полным отбором. Это означает, что в исследование были включены все (т. е. все выявленные) малые и средние предприятия [3]. Существенным преимуществом полного отбора является тот факт, что результаты, полученные в ходе проведенного по всему населению, не чреваты статистической ошибкой. Барьеры инноваций оценены по трехступенчатой шкале:

- 1 – не является барьером,
- 2 – представляет собой барьер,
- 3 – представляет собой серьезный барьер.

Чем выше показатель значения 2, тем больше барьер представляет собой данный фактор.

Факторы, влияющие на инновационную деятельность, оценены по пятибалльной шкале:

- 1 – определенно негативное влияние;
- 2 – довольно негативное влияние;
- 3 – отсутствие влияния (нейтральный фактор);
- 4 – довольно положительный эффект;
- 5 – определенно положительный эффект.

Чем больше коэффициент воздействия достигает значения выше 3, тем больше будет положительное влияние отдельных компонентов на инновационную деятельность. Индикатор эффектов ниже 3 будет показывать негативное воздействие отдельных элементов на инновационную деятельность.

### Результаты исследования

Успехи предприятий сегодня все больше зависят от их восприимчивости к инновационным изменениям, поскольку инновации становятся детерминантами развития и расширения личности [4]. Это также определяет ее выживание. Инновации понимаются как изменения, осуществляемые сознательно, заключающиеся в изменении прежней позиции, в конечном результате, состоящие из его развития [5]. Создание инноваций происходит в рамках инновационной деятельности, а инновация является результатом инновационного процесса.

Компания является ключевым участником инновационного процесса, потому что, с одной стороны, она сообщает о спросе на новые научно – технические решения, а с другой – предлагает технических нововведений [6]. В наши дни движущей силой технического прогресса является не ученый, а инновационно настроенный предприниматель.

Инновационные изменения должны вносить сегодня все предприятия, не только новые, стремящиеся завоевать рынки сбыта, но и стабилизированные, процветающие компании. Предприятия, которые не внедряют инновации, попадают в ловушку, в которой неспособность к инновациям подрывает конкурентоспособность, наносит ущерб их рыночному положению и прибыльности. Уже в 60-х годах XX века был описан феномен «бабьего года устаревшей техники», заключающийся в том, что предприятия, успешно внедрившие инновации, не могут бездействовать, пока не будут исключены из рынка конкурентами [7]. Они должны постоянно реагировать на рыночные потребности путем модернизации и омоложения своих продуктов или внедрения совершенно новых методов производства и управления. Открытость к изменениям является необходимостью для предприятия, которое хочет внедрять инновации и, следовательно, лучше адаптироваться к динамически меняющейся среде и рыночным потребностям. Ибо требованием существования и расцвета предприятия является его способность адаптировать собственную изменчивость к изменчивости окружающей среды. Таким образом, эффективность инноваций в значительной степе-

ни зависит от производства новинки и ее эффективного внедрения, от рыночной ориентации предприятия и его способности улавливать, или удовлетворять спрос на него, а также от стиля управления предприятием.

Основными целями введения предприятием инноваций может быть повышение эффективности, качества и производительности процессов производства, приспособляемость к окружающей среде, повышение конкурентоспособности продукции/услуг, ликвидация барьеров и трудностей в деятельности, возможность достижения поставленных стратегических целей [8]. Большое влияние на это оказывает скорость принятия инноваций рынком, на что влияют особенности внедряемых инноваций, то есть:

- польза, которую они дают потребителю,
- степень, в которой она удовлетворяет потребности и ожидания клиентов,
- делимость, коммуникативность и сложность инноваций.

#### Обсуждение результатов

Понятие инноваций происходит от латинского слова *innovatio*, означающего обновление, новизна, реформа. Нововведением можно определить, какие изменения (качественные, а также творческие) возникают в сфере материальной и нематериальной деятельности предприятий, которые характеризуются оригинальностью или новизной, как для предприятий, так и для местных рынков и за рубежом.

Инновация связана с каждой сферой социально – экономической жизни и может быть прослежена в новых культурных и мыслительных течениях. В интерпретации концепции инноваций преобладают два подхода [9].

1. В первом подходе нововведения – это изменения в сфере производства, ведущие к выпуску новых продуктов.

2. Во-вторых, инновации – это все процессы творческого мышления, стремящиеся использовать усовершенствованные решения в технике, организации, общественной жизни.

В литературе нет сформулированного единого определения понятия инноваций, так как оно определяется очень узко или очень широко и многогранно не только на уровне предприятия, но и в масштабах мировой экономики.

Считается, что понятие инноваций ввел в экономику науки Шумпетер в начале XX века, проанализировав теории экономического развития. Этот автор признавал мнение о том, что в создании инноваций преобладают крупные предприятия, выражением которого в то время было создание в них научно-исследовательских центров. Под инновациями он понимал любые изменения в технике производства, продукции, сырье, организации и открытии новых рынков. В этом классическом определении обращает на себя внимание то, что нововведение понимается очень широко и включает в себя не только технику производства, но и организации. По словам Шумпетера, именно благодаря внедряемым предприятиями инновациям экономика приобретает динамизм, а они сами приносят высокую прибыль [10].

Как Шумпетер в широком смысле инновации рассматривают С. Гомулка, который рассматривает инновации и изобретательность в ценах, так как они являются формой инвестиций в долгосрочной перспективе, а также считает главной целью инноваций – создание и внедрение в практику нового продукта, сочетая инновации с предпринимательством, направленным на трансформацию продукта нового процесса. Точно так же инновации определяют экономисты W. M. Grudzewski и I. K. Hejduk. Они приравнивают их к знаниям и идее для конкретного продукта или услуги, удовлетворяющей потребности рынка, что в дальнейшем порождает прибыль для предприятия и обуславливает дальнейшее развитие. В широком смысле, представленном В. Янышем, инновация означает творческое изменение. M. Haffer определяет инновацию, как любое изменение, являющееся носителем новизны, как в материальной, так и в нематериальной сферах. Напротив, K. Wandelt понимает его как использование творческого мышления, изобретательности или творчества в техническом, экономическом или научном смысле для конкретных и заранее определенных производственных целей.

Такое широкое понимание инноваций, сочетающие инновации со всеми видами прогресса, т. е. прогресса организационного, технического и экономического, наиболее полно отража-

ет широкое определение инноваций Z. Pietrasińskiego. По его словам, нововведения – это изменения, намеренно вводимые человеком или разработанные им кибернетические системы, которые состоят в замене прежних состояний вещей другими, оцениваемыми положительно, в свете определенных критериев, и в целом составляющими прогресс [11].

В зарубежной литературе понятие нововведения представляют J. A. Allen, E. M. Rogers, M. E. Porter, или P. R. Whitfield. J. A. Allen определили инновации как новые или улучшенные продукты или процессы, которые внедряются в экономику. А Е. М. Rogers пишет, что инновация – это объект или идея, которая воспринимается как новое, в свою очередь, М. Е. Porter обращает внимание, что инновация – это усовершенствование продукта, технологического процесса, новых форм распределения и концепции управления. P. R. Whitfield определяет инновации как ряд действий по решению проблем и созданию новизны [12].

Котлер, напротив, признает, что нововведение – это любое благо, которое воспринимается как новое. Согласно докладу Европейского Союза об инновациях, он понимается как синоним успешного производства, ассимиляции и эксплуатации новинок в экономической и социальной сферах. Напротив, P. F. Drucker пишет: инновация – это не изобретение или открытие. Однако ее фокус не в знаниях, а в эффективности; и на предприятии это означает экономическую эффективность. Суть инноваций носит скорее концептуальный, чем технический или научный характер. Особенностью новатора является способность видеть систему там, где другие видят отдельные не связанные друг с другом элементы [13].

P. F. Drucker, как и Шумпетер, признает только предпринимателей-новаторов, отвергая предпринимателей-подражателей. Важнейшей особенностью инноваций он называет систематичность в изучении изменений, которые являются источником предпринимательства.

I. Nonaka и H. Takeuchi определяют инновации как процесс создания нового мира, с помощью заранее определенных идеалов, или видение, или представление в новое целое различной информации. Со-

гласно их определению, инновация заключается в применении на практике нового или усовершенствованного продукта или процесса, нового организационного или маркетингового метода. Их методология в дополнение к определению инноваций указывает на связи с другими компаниями в процессе инноваций (рис. 1).

Многие экономисты рассматривают понятие инноваций в узком смысле. Например, Freeman определяет инновации как первое коммерческое внедрение и применение продукта, процесса, системы или устройства. На некоторые недостатки этого смысла нововведения указывает А. Х. Ясинский, отмечая, что Freeman не уточняет, в каком масштабе должно произойти первое коммерческое внедрение: предприятия, страны или мира.

Близкое определение дает S. Kuznet, который определяет инновации как применение новых или старых знаний для начала применения изобретения, E. Mansfield, который называется нововведением, первое применение изобретения и P. M. Senge, который подчеркивает, что изобретение становится инновацией только в том случае, когда его можно копировать в промышленных масштабах с приемлемым уровнем затрат.

Среди представителей, рассматривающих инновации в узком плане и подчеркивающих роль знаний, можно отметить C. F. Carter и B. R. Williamsa, которые определяют инновации как внедрение изобретения, являющегося частью неиспользованных технологических знаний.

Еще одним важным элементом восприятия нововведения является оценка его с точки зрения его новизны. Здесь возникает вопрос, следует ли считать нововведением только первое использование идеи, или изобретение, уже примененное предприятием, может быть использовано другими организациями? Вышеупомянутые исследователи (Freeman, Mansfield), которые узко представляют проблему инноваций, представляют первое понятие, то есть приравнивают инновации к первому применению. Аналогичную позицию представляет J. A. Schumpeter, который в своих работах использовал понятия изобретений, инноваций и имитации в форме триады:

1. Инновация – открытие, изобретательность.

2. Инновация – применение решений, их внедрение.

3. Инновация – имитация, распространность, подражание, диффузия.

Изобретение является основой для инноваций, которые возникают в результате реализации идеи или изобретения. В отличие от этого, распространение инноваций означает, что происходит имитация, которая, по словам Шумпетера, инновацией уже не является.

Другая позиция, напротив, представляет R. Johnston, который считает, что инновации – это не только первое применение изобретения, но и последующее приспособление его предприятиями, секторами или странами.

Подводя итог, упорядочение определения понятия инновация влечет за собой множество проблем, из-за его неоднозначности и трудности с определением области сравнения различных его представлений. Из анализа литературы, касающейся этого вопроса следует, что вы можете продемонстрировать 4 основных способа создания понятия инноваций:

1. относящийся к инновации как конечному результату или результату процесса,

2. ссылающийся на использование определенной идеи или идеи в инновационной деятельности предприятий,

3. включающий только фазу ввода для практики идеи инновационного,

4. содержащих в себе помимо внедрения инноваций, также этап возникновения и генерирования идеи.

Однако здесь возникает вопрос: какой из указанных способов создания определений инноваций следует использовать? Согласно W. Sprucha, следует избегать узкого восприятия инноваций, поскольку оно включает в себя все изменения и улучшения, влияющие на бизнес, способствующие экономическому развитию. Так же инновацию определяет J. Penc, рассматривая его как создание, воплощение в реальность или модернизацию инновационных решений в области продукта, процесса, организации, методов производства, которые предприятие считает новыми и инновационными, и которые приводят к повышению эффективности и результативности использования доступных для него ресурсов.

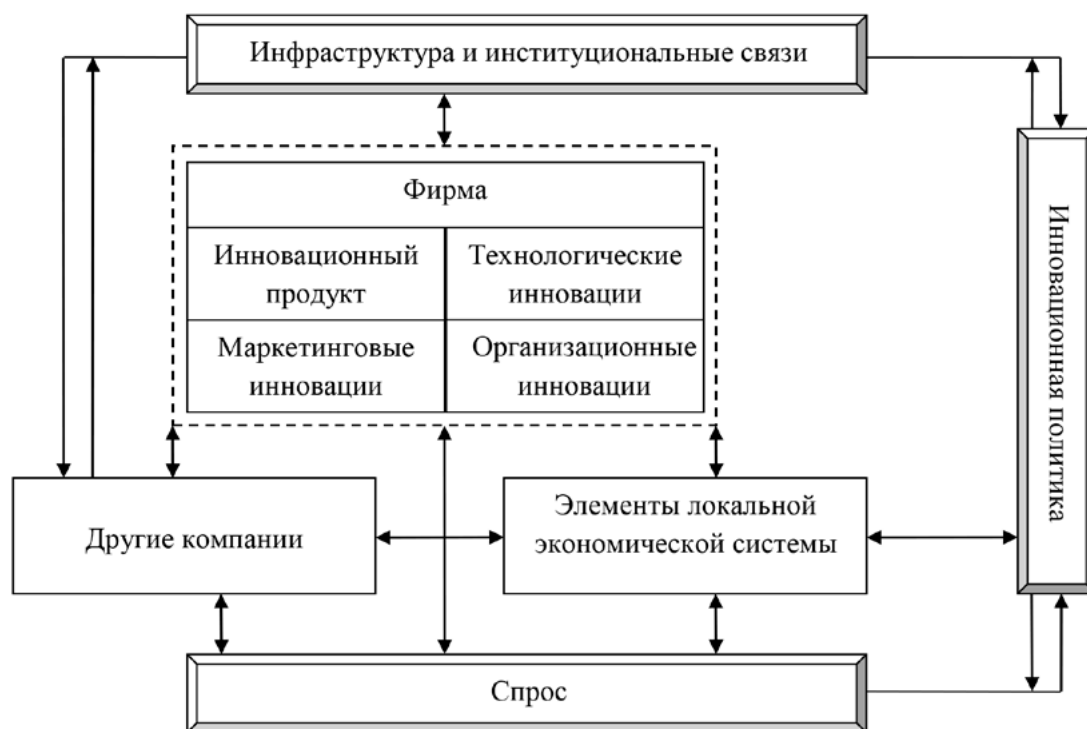


Рис. 1. Инновации в инфраструктурной системе

## Выводы

Анализируя понятие инноваций, можно прийти к выводу, что оно относится ко всем сферам жизни человека, начиная от экономического и заканчивая социальным. Поэтому оно по-разному интерпретируется отдельными авторами и исследователями, на что могут повлиять различные теоретические подходы. Как пишет Р. Ф. Друкер: «Невозможно представить одно точное и последовательное определение инноваций. Можно только определить, когда, где и как систематически искать возможности для инноваций, а также как оцениваются шансы на их успех и риски в случае неудачи».

При рассмотрении концепции инноваций можно выделить общие атрибуты, которыми они характеризуются. М. Dworczyk и R. Szalska делят особенности инноваций на:

1. первичные – расходы (как рациональные, так и психологические, например, страх сотрудников перед введением изменений), простота, соответствие (соответствие между требованиями клиента и его прошлым опытом, которые позволяют определить, насколько инновация полезна на практике),

2. вторичные – риски, сопутствующие внедрению инноваций, сложность (множественность действий, создающих инновации), обратимость (возможность вернуться к исходному состоянию), своевременность (превышение определенных сроков в реализации инноваций может повлечь за собой сверхплановые затраты), модифицируемость (возможность внести изменения во время реализации инноваций).

Другие особенности инноваций предложил Э. М. Роджерс, который отметил следующие 5:

1. относительное преимущество использования инноваций, которую можно оценить, используя, например, экономические показатели,

2. простоту настройки, т. е. в соответствии с ценностями и опытом потенциальных клиентов,

3. комплексность, то есть затруднение при которой инновация считается трудной в применении,

4. легкость применения,

5. простота наблюдения.

К характеристикам, которые были представлены, можно добавить еще две.

1. Во-первых, зависимость инноваций от знаний или опыта, которыми обладают сотрудники предприятий, поскольку большинство инноваций рождается в их головах, а не в исследовательских подразделениях.

2. Во-вторых, использование предприятиями для создания инноваций как внутренних, так и внешних источников, что является проявлением непрерывного обучения предприятий.

К. Poznanska одним из характерных атрибутов инноваций считает инновационную инерцию, то есть сопротивление изменениям, которые она может вызвать за счет снижения чувства безопасности и удобства сотрудников и, которая возникает на каждом уровне управления предприятием. Люди, которые разрабатывают инновации, должны транслировать инновации, большинство их особенностей, потому что это может облегчить их планирование, позже – реализацию, а затем – определение ожидаемых эффектов.

## Библиографический список

1. Гасанова А.Д. Научно-производственная составляющая инновационной подсистемы региона // Современные проблемы устойчивого развития региона: материалы межрегиональной научно-практической конференции, Махачкала, 15–16 марта 2017 года. Махачкала: ИП «Магомедалиев С. А.», 2017. С. 225-229.
2. Гойхер О.Л., Бугрова О.С. Модели и инструменты мониторинга реализации инновационных проектов на региональном уровне // Стратегическое развитие социально-экономических систем в регионе: инновационный подход : Материалы III международной научно-практической конференции, Владимир, 20 ноября 2017 года / Под общей редакцией Скубы Р.В., Барина М.А., Захарова С.С. Владимир: Издательско-полиграфическая компания «Транзит-ИКС», 2017. С. 36-39.

3. Ларюшина А.С. Проблемы развития инновационного предпринимательства в России как элемента цифровизации экономики // Актуальные проблемы развития управленческой и сервисной деятельности в цифровой среде: Материалы Всероссийской молодежной научно-практической конференции, Омск, 19–20 марта 2020 года / Редколлегия: Е.В. Яковлева [и др.]. Омск: Омский государственный технический университет, 2020. С. 116-120.
4. Иовлева О.В. Инновационный процесс как объект управления на предприятии и факторы, препятствующие его осуществлению // Экономика и управление: современные тенденции: Сборник статей / Главный редактор Н.В. Морозова. Чебоксары: Общество с ограниченной ответственностью «Издательский дом «Среда», 2019. С. 43-45.
5. Наджафзаде А.Д. Пути повышения эффективности информационного обеспечения инновационного развития отрасли: институциональные и экономические аспекты // Экономика и предпринимательство. 2020. № 12 (125). С. 616-621. DOI: 10.34925/EIP.2021.125.12.122.
6. Bayanduryan G., Kleymenova Y., Agabekyan R., Lavrikova N., Karpunina E. Assessment of the Balance of Industrial and Trade Policy in the Industries, Proceeding of the 37th International Business Information Management Association (IBIMA), Cordoba, Spain, 1-2 April 2021, P. 5026-5035.
7. Инновации в отраслях народного хозяйства, как фактор решения социально-экономических проблем современности: Сборник докладов и материалов VII Международной научно-практической конференции, Москва, 07–08 декабря 2017 года. М.: Автономная некоммерческая организация высшего образования «Институт непрерывного образования», 2017. 435 с.
8. Лаврикова Н.И. Особенности формирования инновационного потенциала экономических систем: зарубежный опыт // Вестник Забайкальского государственного университета. 2021. Т. 27. № 4. С. 115-121. DOI: 10.21209/2227-9245-2021-27-4-115-121.
9. Степанов А.А., Антонова Ю.А., Келигов З.И. и др. Управление инновационным развитием: сущность, содержание, эффективность // Наука в России. Угрозы и возможности: Сборник статей по материалам III ежегодной научно-практической конференции, Москва, 30 мая 2017 года. М.: Общество с ограниченной ответственностью «Научный консультант», 2017. С. 69-74.
10. Шпалтаков В.П. Шумпетер о проблемах инновационного развития // Инновационная экономика и общество. 2017. № 2 (16). С. 25-34.
11. Дабылтаева Н.Е., Юань М.М. Ресурсная политика во взаимодействии со Стратегией Экономического пояса Шелкового пути // Проблемы агрорынка. 2021. № 1. С. 50-56. – DOI: 10.46666/2021-1-2708-9991.06.
12. Tretyakova L.A., Lavrikova N.I. Quality of life of the population as an indicator of sustainable development of rural territories. Economy of Region. 2012. No 3(31). P. 234-239. DOI: 10.17059/2012-3-23.
13. Averina O., Gridnev, Y., Lavrikova N., Smirnova E., Karpunina E. Sustainable Development during the COVID-19 Pandemic: Opportunities for Ecological Innovation in Russian Regions, Proceeding of the 37th International Business Information Management Association (IBIMA), Cordoba, Spain, 1-2 April 2021. P. 1118-1129.