



**НАУЧНАЯ СТАТЬЯ**

УДК 330

Дата поступления: 25.08.2021  
рецензирования: 30.09.2021  
принятия: 26.11.2021

**Управленческие аспекты обеспечения конкурентоспособности  
инновационно активных предприятий**

**А.В. Юкласова**

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева,  
г. Самара, Российская Федерация  
E-mail: yuklasova.anasta@mail.ru. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-8216-5209>

**Аннотация:** Глобальная экономика основана на знаниях и инновациях, которые являются ведущей силой конкурентоспособности, роста и прибыльности. Быстрые изменения в требованиях потребителей, а также в технологической области являются движущими силами для различного рода инноваций, которые можно рассматривать как новые или усовершенствованные продукты, процессы, технологии и управленческие решения (или их сочетание), внедренные на рынке или введенные в эксплуатацию фирмой. Цель статьи – систематизировать ключевые элементы и факторы, влияющие на конкурентоспособность инновационно активных предприятий. В соответствии с международными статистическими руководящими принципами и рекомендациями инновационно активную фирму можно определить как компанию, которая занимается одним или несколькими видами деятельности по разработке или внедрению новых или усовершенствованных продуктов или бизнес-процессов для целевого использования. Основываясь на обзоре литературы, определение конкурентоспособности инновационно активной фирмы как экономической категории является предложенными, а также выделенными основными аспектами и предпосылками эффективного управления конкурентоспособностью инновационно активных предприятий, которые следует в первую очередь учитывать с точки зрения принятия управленческих решений для внедрения принципов инновационного развития в деловую практику в целях повышения эффективности организации и конкурентоспособности компании в быстро меняющейся бизнес-среде. В результате исследования, благодаря комплексному подходу, а представлен описательный обзор ключевых компонентов конкурентного потенциала инновационной фирмы, а именно инновационного, организационного, управленческого, информационного и маркетингового потенциала.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность; инновации; инновационно активное предприятие; предприятие; инновационная активность.

**Цитирование.** Юкласова А.В. Управленческие аспекты обеспечения конкурентоспособности инновационно активных предприятий // Вестник Самарского университета. Экономика и управление. 2021. Т. 12, № 4. С. 80–87. DOI: <http://doi.org/10.18287/2542-0461-2021-12-4-80-87>.

**Информация о конфликте интересов:** автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

© Юкласова А.В., 2021

*Анастасия Валерьевна Юкласова* – старший преподаватель кафедры государственного и муниципального управления, Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева, 443086, Российская Федерация, г. Самара, ул. Московское шоссе, 34.

**SCIENTIFIC ARTICLE**

Submitted: 25.08.2021  
Revised: 30.09.2021  
Accepted: 26.11.2021

**Management aspects of ensuring competitiveness of innovative enterprises**

**A.V. Yuklasova**

Samara National Research University, Samara, Russian Federation  
E-mail: yuklasova.anasta@mail.ru. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-8216-5209>

**Abstract:** The global knowledge-based economy is driven by innovation which is the leading force of competitiveness, growth, and profitability. The rapid changes in the requirements of consumer needs, as well as those in the technological field are drivers for disruptive and incremental innovations, which can be considered as new or improved products, processes, technologies, and managerial decisions (or a combination thereof), that have been introduced on the market or brought into use by the firm. The paper aims to systematize the key elements and factors that influence the competitiveness of innovation-active enterprises. According to international statistical guidelines and recommendations, an innovation-active firm can be defined as a company that is engaged in one or more activities to develop or implement new or improved products or business processes for an intended use. Based on a literature review, the definition of the competitiveness of an innovation-active firm as an economic category is proposed, as well as the main dimensions and prerequisites for effective management of competitive capacity of innovation-active enterprises are highlighted, that should be primarily taken into account from a management decision-making viewpoint to embed the innovation development principles into business practice in order to improve the organizational performance and strengthen the competitiveness of a company in a fast-changing business environment. As a result of the study, through an integrated approach a descriptive overview of the key components of an innovation-active firm's competitive capacity is presented, namely the innovation, the organizational, the managerial, the information, and the marketing capacity.

**Key words:** competitiveness; competitive capacity; innovations; innovation-active enterprise; enterprise; innovative activity.

**Citation.** Yuklasova A.V. Management aspects of ensuring competitiveness of innovative enterprises. *Vestnik Samarskogo universiteta. Ekonomika i upravlenie = Vestnik of Samara University. Economics and Management*, vol. 12, no. 4, pp. 80–87. DOI: <http://doi.org/10.18287/2542-0461-2021-12-4-80-87>. (In Russ.)

**Information on the conflict of interest:** author declares no conflict of interest.

© Yuklasova A.V., 2021

Anastasia V. Yuklasova – senior lecturer, Department of State and Municipal Administration, Samara National Research University, 34, Moskovskoye shosse, Samara, 443086, Russian Federation.

### Постановка проблемы

Инновационное развитие субъектов хозяйствования любой сферы экономики на сегодняшний день происходит в условиях высокой динамичности и непредсказуемости факторов внешней среды. В современном обществе, основанном на знаниях и внедрении инновационных технологий, наблюдается тенденция к интенсификации конкуренции между бизнес-организациями, что актуализирует вопросы эффективного управления конкурентным потенциалом инновационно активных предприятий. Устойчивость конкурентной позиции предприятия на целевом рынке определяется не столько наличием и эффективностью использования доступных ресурсов, сколько возможностями их генерирования в конкурентном потенциале, который обеспечивает основу для повышения уровня конкурентоспособности компании в стратегической перспективе.

Каждая бизнес-организация на протяжении всего срока своего существования пытается достичь высшего уровня конкурентоспособности по сравнению с конкурентами, ведь сильная рыночная позиция дает возможность повышать показатели эффективности деятельности за счет более полного удовлетворения меняющихся потребностей и запросов потребителей продукции или услуг. Все это требует от предприятия, которое стремится эффективно функционировать в течение долгосрочного периода, сформировать систему управления конкурентоспособностью, основанную на инновациях.

Анализ последних исследований и публикаций. Отдельные вопросы, посвященные изучению взаимосвязей инновационной деятельности и конкурентоспособности субъектов хозяйствования, освещены в трудах таких ученых, как: В.Н. Богач, Т.В. Копейкина, В.Коротченя, З.В. Ловкис, Е.М. Моргунова, М.В. Лысенкова, В.В. Макаров, М.Г. Слущкий, М.А. Александрович др. Тем не менее некоторые аспекты управления конкурентоспособностью инновационно активных предприятий, в частности, в части формирования устойчивых конкурентных преимуществ, представлены фрагментарно и требуют дальнейшего изучения.

### **Формулирование целей статьи**

Целью статьи является теоретическое обобщение составляющих конкурентоспособности предприятий и определение на этой основе предпосылок эффективного функционирования системы управления конкурентоспособностью таких бизнес-организаций.

### **Изложение основного материала**

В современных условиях бизнес-среды определение составляющих конкурентного потенциала инновационно активных организаций выступает основой для разработки соответствующих управленческих мероприятий по повышению уровня их конкурентоспособности. Инновационная активность предприятия является одной из наиболее распространенных категорий, используемых в исследованиях по вопросам инновационного развития экономики. Вместе с тем, можно сделать вывод об отсутствии единого общепринятого определения этого понятия. В соответствии с разными научными подходами инновационная активность предприятия преимущественно рассматривается, как целенаправленная деятельность субъекта хозяйствования, направленная на создание, освоение и продвижение на рынок продуктовых, технологических и организационно-управленческих нововведений [1], или же как комплексное свойство организации, отражающее ее способность к инновационной деятельности [2]. В соответствии с международными рекомендациями по статистике инноваций, в частности руководства Осло, любое предприятие, которое в течение отчетного периода занималось деятельностью, связанной с созданием инноваций, относится к категории инновационно активных, независимо от того, привела ли такая деятельность в итоге к реальному внедрению нововведений [3].

Согласно ресурсному подходу конкурентоспособность предприятия может рассматриваться, как результирующая характеристика, отражающая степень интенсивности использования его инновационного потенциала. Эта категория также может быть определена, как способность субъекта хозяйствования успешно функционировать и развиваться в пределах выбранного рыночного сегмента за счет внедряемых инноваций [4].

Обобщая имеющиеся теоретические подходы, под конкурентоспособностью инновационно активной бизнес-организации понимается способность предприятия обеспечивать эффективную деятельность, поддерживать устойчивое развитие и устойчивые позиции на целевом рынке через гибкое приспособление к изменениям факторов конкурентного окружения за счет разработки и внедрения инноваций различных типов. Конкурентоспособность предприятия является комплексной категорией, именно поэтому анализируя ее экономическую сущность нужно учитывать различные аспекты и факторы влияния. К основным составляющим, которые обеспечивают уровень конкурентоспособности предприятия, следует отнести следующие [5–7]

– конкурентоспособность:

– инновационного потенциала, включающего такие составляющие, как уровень технико-технологического оснащения, научно-исследовательский потенциал, производственно-сырьевые связи, кадровое обеспечение, интеллектуальный потенциал, а также финансово-инвестиционные возможности;

– организационно-управленческого потенциала и системы менеджмента, а именно организационная структура компании, ориентированная на инновации, функции, механизмы и инструменты управления, гибкость и оперативность менеджмента, инновационный тип мышления руководителя и корпоративная культура, восприимчивая к инновациям;

– информационно-маркетинговых связей и организационных коммуникаций, которая включает систему анализа маркетинговой среды (целевые рынки инновационной продукции, каналы маркетинга, контактные аудитории), а также взаимодействие предприятия с субъектами рыночного окружения, в частности, с поставщиками, потребителями, партнерами, инвесторами, имеющимися и потенциальными клиентами.

Как отдельный фактор стоит отметить конкурентоспособность инновационной продукции, который характеризуется высоким качеством, полезностью, потребительской ценностью и уникальными техническими преимуществами.

Только при условии конкурентоспособности на целевом рынке инновация может быть эффективной с экономической точки зрения. По источнику происхождения факторы конкурентоспособности инновационной продукции можно обобщить в две взаимозависимые группы: внутренние факторы

конкурентных преимуществ, отражающие отдельные аспекты деятельности бизнес-организации, и внешние факторы, включающие параметры социально-экономической среды функционирования предприятия. К конкурентным преимуществам инновационно активного предприятия можно отнести предложение уникального товара или услуги, новых технологий их производства или способов реализации; совершенствование взаимодействия между элементами системы с повышением эффективности менеджмента и тому подобное [8]. Среди важнейших факторов внешней среды, которые влияют на уровень инновационной конкурентоспособности, стоит отметить следующие: спрос на инновационную продукцию, адекватную условиям рынка инновационную политику, информационное и инфраструктурное обеспечение инновационной деятельности и др.

По объектам конкурентной борьбы можно выделить следующие основные составляющие конкурентного потенциала предприятия [9]: инновационную, отражающую способность организации к разработке и эффективного внедрения нововведений различных типов; финансово-инвестиционную, охватывающую возможности организации по привлечению финансовых ресурсов для реализации инновационных проектов; кадровую, которая характеризует способность организации формировать и эффективно использовать имеющиеся кадровые ресурсы и обеспечивает инновационную активность персонала; материально-техническую с отражением возможностей субъекта о привлечении материальных активов, необходимых для организации инновационной деятельности, а также маркетинговую, показатели которой характеризуют эффективность функционирования организации в пределах выбранного рыночного сегмента.

Комплексное исследование указанных составляющих позволяет оценить возможности предприятия по гибкому реагированию на действия конкурентов и изменению факторов рыночного окружения, привлекаемая имеющийся инновационный потенциал и используя другие резервы. Для длительного и эффективного функционирования организации все составляющие конкурентного потенциала должны взаимодействовать между собой на основе системного подхода, так как изменение одного из элементов в определенной степени повлияет на все остальные и в итоге отразится на конкурентной позиции организации в целом. Например, выгодное местонахождение организации с доступом к сырьевым ресурсам способно усилить ресурсный потенциал, надежная система поставки сформирует основу для организации эффективной сбытовой деятельности, а обеспеченность актуальными информационными ресурсами позволит расширить возможности по осуществлению маркетинговых исследований.

Соответственно, объектом управления конкурентоспособностью предприятия выступает не только инновационная продукция, а прежде всего составляющие инновационного потенциала, а также организационно-управленческая структура предприятия, которая должна быть ориентирована на поддержку инновационных изменений.

Планирование процесса управления конкурентоспособностью предприятия осуществляется на основе мониторинга рыночной ситуации, определения приоритетных направлений инновационной деятельности и разработки соответствующей инновационной стратегии. Организация управления конкурентоспособностью обеспечивается через распределение финансовых и инвестиционных ресурсов, организацию производства инновационной продукции, использование маркетинговых стратегий и обеспечение высокого уровня поставок.

Функция мотивации будет заключаться в поддержании высокого уровня заинтересованности персонала в результатах инновационной деятельности через использование соответствующих рычагов и инструментов стимулирования инновационной активности.

Контроль управления конкурентоспособностью, как заключительная функция данного процесса, осуществляется на основе анализа показателей эффективности использования ресурсов, контроля выполнения планов производства и сбыта инновационной продукции, оценивания уровня прибыльности маркетинговых мероприятий, а также по результатам проверки соответствия характеристик продукции действующим стандартам качества и техническим условиям. Данная функция включает также анализ эффективности управления конкурентоспособностью, по результатам которого может быть сформирован комплекс мероприятий по совершенствованию процесса управления.

Для эффективной реализации процесса управления конкурентоспособностью предприятия необходима взаимосогласованная деятельность всех уровней управления и функциональных подразделений компании, таких как инновационно-инвестиционный отдел, производственно-технологический отдел, планово-финансовый отдел, отдел управления качеством, отдел маркетинга и отдел сбыта. Ру-

ководители этих подразделений в пределах своих функциональных полномочий привлечены к процессам разработки, производства и продвижения на рынок инновационной продукции, поэтому слаженное взаимодействие этих отделов обеспечивает эффективное управление конкурентоспособностью организации.

Итак, можно обобщить основные функции указанных структурных подразделений в процессе обеспечения конкурентоспособности инновационно активного предприятия [2]:

- Инновационно-инвестиционный отдел – мониторинг инновационных технологий и продукции фирм-конкурентов, определение приоритетных направлений инновационной деятельности и разработка инновационной стратегии, разработка планов и программ инновационной деятельности предприятия; оценка потенциала инновационной продукции и рисков, связанных с ее внедрением, привлечение инвестиций в инновационную деятельность;

- Производственно-технологический отдел – формирование производственной политики, планирование и оптимизация производственных ресурсов, организация выпуска инновационной продукции, анализ объемов производства; ресурсное обеспечение инновационных программ и проектов;

- Планово-финансовый отдел – планирование, распределение, использование и контроль финансовых ресурсов, необходимых для организации инновационного процесса, формирование планов финансового развития, планирование объема продукции, анализ уровня затрат и доходности;

- Отдел управления качеством – обеспечение качества инновационной продукции, проверка соответствия продукции и процессов производства действующим стандартам и техническим условиям;

- Отдел маркетинга – мониторинг рыночной ситуации, разработка мероприятий по обеспечению надлежащего имиджа инновационной продукции, выбор оптимального комплекса продвижения инновационной продукции, определение бюджета и календарного плана продвижения, проведение маркетинговых исследований, мониторинг имеющихся и потенциальных конкурентов, разработка маркетинговых стратегий, контроль за реализацией маркетинговых кампаний, планирование и оптимизация ассортимента изготавливаемой продукции;

- Отдел сбыта – разработка сбытовой политики, формирование стратегий сбыта инновационной продукции, прогнозирование объемов продажи инновационной продукции, контроль за выполнением планов сбыта, определение оптимальных методов сбыта и каналов распределения инновационной продукции, организация сети сбыта и продвижение продукции.

Слаженная деятельность функциональных подсистем предприятия, обеспечение гибкости управленческих действий и решений, а также рациональное использование ключевых факторов успеха является основой формирования и реализации конкурентных преимуществ. Процесс управления конкурентоспособностью предприятия может быть реализован через применение действенного организационно-экономического механизма, который характеризуется совокупностью средств и методов управления развитием предприятия, направленных на поддержание имеющихся и формирование новых конкурентных преимуществ на основе инновационных решений. Механизм управления конкурентоспособностью предприятия является многофункциональной системой, которая состоит из комплекса взаимосвязанных блоков, образующих определенную целостность. Анализ практики функционирования отечественных инновационно активных предприятий позволяет выделить некоторые аспекты в деятельности организаций, усложняющих процесс управления конкурентоспособностью. Так, в организационной структуре многих предприятий не отделен отдел или подразделение по управлению конкурентоспособностью. Это может повлечь негативные последствия, среди которых отсутствие документально прописанных функциональных обязанностей, что приводит к недоразумениям между работниками; затрудненность организационных связей; нерациональное распределение функций между отделами организации и как следствие -неэффективная деятельность предприятия.

Удержание конкурентной позиции на рынке зависит от определения ключевых факторов успеха и формирования устойчивых конкурентных преимуществ на основе инноваций. В долгосрочной перспективе конкурентоспособность предприятия обеспечивается путем формирования уникальных конкурентных преимуществ в сочетании с оптимальной стратегией их развития [10-16]. Необходимой предпосылкой создания стратегических конкурентных преимуществ является инновационная восприимчивость предприятия, которая определяет его способность к генерированию новых идей и гибкой перестройке всех бизнес-процессов в соответствии с освоением и использованием инновационных подходов, а также его инновационная компетентность, включающая знания потребностей по-

требителей, уровня технологий и продуктов на рынке, конкурентной среды и своей позиции, а также с использованием этих знаний в процессе создания и внедрения инноваций.

Таким образом, для эффективного функционирования системы управления конкурентоспособностью инновационно активного предприятия необходимо:

- определить цели и сформировать задачи по обеспечению конкурентоспособности предприятия, исследовать тенденции рыночной среды, провести мониторинг существующих инновационных технологий и продукции фирм-конкурентов;

- оценить имеющуюся конкурентную позицию и определить ключевые факторы успеха, очертить приоритетные направления инновационной деятельности, разработать соответствующую инновационную стратегию конкурентного поведения;

- осуществить проектирование бизнес-процессов, которые обеспечат преобразование имеющихся ресурсов («входы») в «выходы» (инновационная продукция, услуги, решения инновационного характера);

- разработать комплекс мер по поддержке имеющихся и формированию новых конкурентных преимуществ, необходимых для достижения поставленных целей;

- оптимизировать организационно-ресурсное обеспечение и организационную структуру предприятия;

- проанализировать уровень эффективности управления конкурентоспособностью и разработать на основе полученных результатов комплекс рекомендаций по его повышению.

Использование комплексного целевого подхода для построения системы управления конкурентоспособностью инновационно активного предприятия позволит объединить усилия специалистов различных подразделений и целенаправленно руководить их деятельностью для обеспечения эффективного инновационного процесса, начиная с генерации новых идей к изготовлению и реализации созданной на этой основе инновационной продукции.

### **Выводы и перспективы дальнейших исследований**

Таким образом, инновационная конкурентоспособность выступает критическим фактором стратегического развития предприятия в условиях жесткой глобальной конкуренции. Организационный механизм управления конкурентоспособностью инновационно активного предприятия обеспечивает превращение организационных целей в конечные результаты, сказывающиеся на конкурентной позиции компании.

Среди средств достижения определенных целей могут использоваться такие, как разработка новых видов продукции или услуг; внедрение инновационных технологий производства; прогрессивных методов организации труда; совершенствование рычагов и инструментов стимулирования инновационной активности персонала; внедрение управленческих решений инновационного характера во всех сферах деятельности компании. Основным условием достижения организационной цели, которая будет заключаться в обеспечении высокого уровня конкурентоспособности на принципах инноваций, является наличие соответствующего конкурентного потенциала, а также эффективное использование материально-технических, финансовых, кадровых и других ресурсов, без которых невозможно целенаправленное управление инновационным процессом и обеспечение необходимого уровня эффективности деятельности.

Перспективы дальнейших исследований охватывают разработку методического инструментария оценивания уровня инновационной конкурентоспособности бизнес-организации и формирование организационно-экономического механизма управления конкурентоспособностью инновационно активного предприятия на основе системного подхода.

### **Библиографический список**

1. Богач В.Н. Анализ тенденций научно-исследовательской деятельности в области ВИЭ в Беларуси // Энергоэффективность. 2021. № 1. С. 24–27.
2. Копейкина Т.В. Инновационные трансформаторы тока // Электрооборудование: эксплуатация и ремонт. 2021. № 5. С. 65–69.
3. Коротченя В.М. Стратегические основы догоняющего развития технического обеспечения сельского хозяйства России // АПК: Экономика, управление. 2021. № 2. С. 9–17. DOI: <http://doi.org/10.33305/212-9>.

4. Ловкис З.В., Моргунова Е.М. Здоровое питание детей в Республике Беларусь: стратегия, качество и инновации // Пищевая промышленность: наука и технологии. 2021. Т. 14, № 2 (52). С. 19–29. DOI: [http://doi.org/10.47612/2073-4794-2021-14-2\(52\)-19-29](http://doi.org/10.47612/2073-4794-2021-14-2(52)-19-29).
5. Лысенкова М.В. Инвестиционная политика и механизм инвестиционного обеспечения инновационного развития экономики Беларуси // Научные труды Белорусского государственного экономического университета / [редкол.: В. Н. Шимов (председатель) и др.]. Минск. 2021. Вып. 14. С. 280–287.
6. Макаров В.В., Слуцкий М.Г., Александров М.А. Цифровая трансформация экономики и технологические инновации на предприятии // Проблемы современной экономики. 2021. № 2 (78). С. 35–38. URL: <http://www.elibrary.ru/item.asp?id=46466980>.
7. Методология разработки национальных стратегий в области интеллектуальной собственности / WIPO. Всемирная организация интеллектуальной собственности. 2-е изд. Женева: ВОИС, 2020. 85 с. DOI: <http://dx.doi.org/10.34667/tind.43798>.
8. Особенности ADAS // Автотранспорт: эксплуатация, обслуживание, ремонт. 2021. № 7. С. 59–63. URL: <http://panor.ru/articles/osobennosti-adas/63248.html>.
9. Петухова М.С. Прогнозная оценка рынков инновационных технологий для зерновой отрасли России // АПК: Экономика, управление. 2021. № 4. С. 51–56. DOI: <http://doi.org/10.33305/214-51>.
10. Пугачева О.В. Развитие инновационного поля университета в контексте показателей научно-инновационной деятельности // Известия Гомельского государственного университета им. Ф. Скорины. 2020. № 5 (122). С. 145–150. URL: <http://www.elibrary.ru/item.asp?id=44339873>; [http://vesti.gsu.by/2020/vesti\\_gsu\\_2020\\_5.pdf](http://vesti.gsu.by/2020/vesti_gsu_2020_5.pdf).
11. Садриев А.Р., Мустафина О.И., Лукишина Л.В. Экспорт национальных экономик в призме глобальных рейтингов инновационности и технологичности // Проблемы современной экономики. 2021. № 2 (78). С. 49–55. URL: <http://www.elibrary.ru/item.asp?id=46466984>.
12. Салеков Д.Ю., Сивоконь И.П. Российские инновации для поддержания изоляции электродвигателей в рабочем состоянии и предотвращения аварий // Охрана труда и техника безопасности на промышленных предприятиях. 2021. № 6. С. 53–56.
13. Санду И.С., Рыженкова Н., Кирова И. Систематизация научных подходов инновационного развития аграрного производства // АПК: Экономика, управление. 2020. № 12. С. 76–84. DOI: <http://doi.org/10.33305/2012-76>.
14. Сильванович В.И. Измерение экстерналий факторов инновационной бизнес-активности коммерческих организаций согласно современным международным стандартам статистики науки, технологий и инноваций // Бухгалтерский учет и анализ. 2021. № 6. С. 34–40. URL: <http://elib.grsu.by/doc/72578>.
15. Система «наука-технологии-инновации»: методология, опыт, перспективы : материалы Международной научно-практической конференции (Минск, 24–25 сентября 2020 г.) / [ред. кол.: В.В. Гончаров и др.]. Минск: Центр системного анализа и стратегических исследований НАН Беларуси, 2020. 654 с.
16. Столярова Е.В. Комплекс инструментов, стимулирующих появление цифровых инноваций в международных компаниях // Известия Гомельского государственного университета им. Ф. Скорины. 2020. № 5 (122). С. 161–167. URL: <http://www.elibrary.ru/item.asp?id=44339876>.

## References

1. Bogach V.N. Analysis of trends in research activities in the field of renewable energy in Belarus. *Energy Efficiency*, 2021, no. 1, pp. 24–27. (In Russ.)
2. Kopeikina T.V. Innovative current transformers. *Elektrooborudovanie: ekspluatatsiya i remont*, 2021, no. 5, pp. 65–69. (In Russ.)
3. Korotchenya V.M. A strategy of catch-up development of agricultural machinery in Russia. *AIC: economics, management*, 2021, no. 2, pp. 9–17. DOI: <http://doi.org/10.33305/212-9>. (In Russ.)
4. Lovkis Z.V., Morgunova E.M. Healthy nutrition of children in the Republic of Belarus: strategy, quality, innovations. *Food Industry: Science and Technology*, 2021, vol. 14, no. 2 (52), pp. 19–29. DOI: [http://doi.org/10.47612/2073-4794-2021-14-2\(52\)-19-29](http://doi.org/10.47612/2073-4794-2021-14-2(52)-19-29). (In Russ.)

5. Lysenkova M.V. Investment policy and mechanism of investment support of innovative development of the economy of Belarus. *Nauchnye trudy Belorusskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta*. Minsk, 2021, Issue 14, pp. 280–287. Available at: [http://www.bseu.by:8080/bitstream/edoc/88364/1/Lysenkova\\_280\\_287.pdf](http://www.bseu.by:8080/bitstream/edoc/88364/1/Lysenkova_280_287.pdf). (In Russ.)
6. Makarov V.V., Slutsky M.G., Aleksandrov M.A. Digital transformation of economy and technological innovations at the enterprise (Russia, St. Petersburg). *Problems of Modern Economics*, 2021, no. 2 (78), pp. 35–38. Available at: <http://www.elibrary.ru/item.asp?id=46466980>. (In Russ.)
7. Methodology for the development of national strategies in the field of intellectual property. *WIPO. World Intellectual Property Organization*. 2nd edition. Geneva: VOIS, 2020, 85 p. DOI: <http://dx.doi.org/10.34667/tind.43798>. (In Russ.)
8. Features of ADAS. *Avtotransport: ekspluatatsiya, obsluzhivanie, remont*, 2021, no. 7, pp. 59–63. Available at: <http://panor.ru/articles/osobennosti-adas/63248.html>. (In Russ.)
9. Petukhova M.S. Forecast assessment of markets for innovative technologies in the grain industry of Russia. *AIC: economics, management*, 2021, no. 4, pp. 51–56. DOI: <http://doi.org/10.33305/214-51>. (In Russ.)
10. Pugacheva O.V. Development of the innovative field of the university in the context of indicators of scientific and innovative activity. *Proceedings of Francisk Scorina Gomel State University*, 2020, no. 5 (122), pp. 145–150. Available at: <http://www.elibrary.ru/item.asp?id=44339873>; [http://vesti.gsu.by/2020/vesti\\_gsu\\_2020\\_5.pdf](http://vesti.gsu.by/2020/vesti_gsu_2020_5.pdf). (In Russ.)
11. Sadriev A.R., Mustafina O.N., Lukishina L.V. Export of the national economies through the prism of global innovativeness and technological effectiveness ratings (Russia, Kazan). *Problems of Modern Economics*, 2021, no. 2 (78), pp. 49–55. Available at: <http://www.elibrary.ru/item.asp?id=46466984>. (In Russ.)
12. Salekov D.Y., Sivokon I.P. Russian innovations for maintaining electric motor insulation in working condition and preventing accidents. *Okhrana truda i tekhnika bezopasnosti na promyshlennykh predpriyatiyakh*, 2021, no. 6, pp. 53–56. (In Russ.)
13. Sandu I.S., Ryzhenkova S., Kirova I. Systematization of scientific approaches to the innovative development of agricultural production. *AIC: economics, management*, 2020, no. 12, pp. 76–84. DOI: <http://doi.org/10.33305/2012-76>. (In Russ.)
14. Silvanovich V.I. Measurement of external factors of innovation business activity of firms according to modern international standards of science, technology and innovation statistics. *Bukhgalterskii uchet i analiz*, 2021, no. 6, pp. 34–40. Available at: <http://elib.grsu.by/doc/72578>. (In Russ.)
15. Goncharov V.V. [et al.] (Ed.) System «science-technology-innovation»: methodology, experience, prospects: materials of the International research and practical conference (Minsk, September 24–25, 2020). Minsk: Tsentr sistemnogo analiza i strategicheskikh issledovaniy NAN Belarusi, 2020, 654 p. Available at: [http://www.icct.by/Docs/manuals/CSASR\\_Conf\\_STI\\_2020\\_RU.pdf](http://www.icct.by/Docs/manuals/CSASR_Conf_STI_2020_RU.pdf). (In Russ.)
16. Stolyarova E.V. A set of tools to stimulate the emergence of digital innovation in international companies. *Proceedings of Francisk Scorina Gomel State University*, 2020, no. 5, pp. 161–167. Available at: <http://www.elibrary.ru/item.asp?id=44339876>. (In Russ.)