

Формирование цифровой среды бизнес-коммуникаций, стимулирующей результативность инновационной деятельности субъектов хозяйствования

Давлетшина Инна Владимировна

Аспирант

ORCID: 0009-0007-7109-4496, e-mail: davledshina@rambler.ru

Самарский государственный экономический университет, г. Самара, Россия

Аннотация

Проведен анализ бизнес-коммуникаций как ключевого инструмента стимулирования инновационной активности хозяйствующих субъектов в условиях цифровой трансформации. Бизнес-коммуникации рассмотрены как особая форма взаимодействия, отличающаяся целевой направленностью и контекстом деловых процессов, в которой реализуются функции информационного обмена, координации, мотивации, принятия решений, разрешения конфликтов и управления репутацией. Особое внимание уделено роли цифровых технологий, которые формируют новую среду организационного взаимодействия – цифровую коммуникационную бизнес-среду. Выявлены тренды и вызовы, определяющие развитие этой среды, включая геополитические изменения, ограниченный доступ к международным научным базам, слабую интеграцию с глобальным научным сообществом, недостаточную стратегическую согласованность и низкий уровень цифровых и инновационных компетенций. Подчеркнута необходимость создания единой цифровой инфраструктуры, обеспечивающей эффективную коммуникацию между всеми участниками инновационного процесса: государством, бизнесом, научными организациями и инвесторами. В качестве решения предложена модель региональной цифровой платформы, способствующей консолидации ресурсов и коммерциализации разработок. Настоящее исследование представляет интерес для специалистов в области инновационного развития, цифровой трансформации и стратегического управления, предлагая практические подходы к повышению эффективности бизнес-коммуникаций в инновационной сфере.

Ключевые слова

Бизнес-коммуникации, цифровая среда, инновационная активность, цифровизация, информационная платформа, инновации, научно-техническое развитие

Для цитирования: Давлетшина И.В. Формирование цифровой среды бизнес-коммуникаций, стимулирующей результативность инновационной деятельности субъектов хозяйствования // Вестник университета. 2025. № 6. С. 52–60.

Forming a digital business communications environment that stimulates the performance of innovative activities of business entities

Inna V. Davletshina

Postgraduate Student

ORCID: 0009-0007-7109-4496, e-mail: davledshina@rambler.ru

Samara State University of Economics, Samara, Russia

Abstract

An analysis of business communications as a key tool for stimulating innovative activity among economic entities in the context of digital transformation has been conducted. Business communications have been considered as a special form of interaction, distinguished by its purposefulness and the context of business processes, in which the functions of information exchange, coordination, motivation, decision-making, conflict resolution, and reputation management are implemented. Particular attention has been paid to the role of digital technologies, which are shaping a new environment for organizational interaction such as digital communication business environment. Trends and challenges that determine this environment development have been identified, including geopolitical changes, limited access to international scientific databases, weak integration with the global scientific community, insufficient strategic coordination, and a low level of digital and innovative competencies. The need to create a unified digital infrastructure that ensures effective communication among all participants in the innovation process such as state, business, scientific organizations, and investors has been emphasized. A regional digital platform model has been proposed as a solution to facilitate resources consolidation and developments commercialization. The study is of interest to specialists in the sphere of innovative development, digital transformation, and strategic management, offering practical approaches to improving business communications effectiveness in the innovation sphere.

Keywords

Business communications, digital environment, innovative activity, digitalization, information platform, innovation, scientific and technological development

For citation: Davletshina I.V. (2025) Forming a digital business communications environment that stimulates the performance of innovative activities of business entities. *Vestnik universiteta*, no. 6, pp. 52–60.



ВВЕДЕНИЕ

Коммуникации представляют собой процесс обмена идеями, информацией, инновационными наработками между субъектами хозяйствования, происходящий в любом контексте: личного общения, социального или профессионального взаимодействия. Бизнес-коммуникации стимулирования инновационной активности субъектов хозяйствования относятся к взаимодействию, которое осуществляется в контексте деловых коммуникаций и включает все формы общения. Различие между коммуникацией и бизнес-коммуникацией заключается в использовании контекста и целей коммуникации. Функции бизнес-коммуникаций, отражающие контекст стимулирования инновационной активности, представляются следующими: информационная, разработки и принятия решения, мотивации сотрудников, координации деятельности, разрешения конфликтов, выстраивания взаимоотношений, маркетинга и продвижения продукции, управления деловой репутацией и рисками, обратной связи.

Бизнес-коммуникации позволяют создать единое информационное пространство взаимодействия субъектов и предоставляют возможность всем подразделениям инновационной деятельности компании решать задачи совместными усилиями. В результате синергетический эффект позволит повысить объемы и качество производимой инновационной продукции, понизить расходы на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы и внедрение новых технологий [1].

Современные реалии предъявляют новые требования к способам и формам деловой коммуникации, особенно в контексте глобализации, развития инновационной деятельности и усиления конкуренции. При этом значительное внимание уделяется не только самим технологиям, но и инфраструктуре, в рамках которой происходит взаимодействие субъектов хозяйствования. Формирование эффективной цифровой среды бизнес-коммуникаций становится одним из ключевых факторов, определяющих инновационный потенциал компаний и регионов.

ПОСТАНОВКА ТЕМЫ

В современных условиях цифровые бизнес-коммуникации выступают неотъемлемой частью успешного построения и функционирования бизнеса, способствуя его развитию. Вместе с осознанием требований к использованию цифровых бизнес-коммуникаций и технологий значительное внимание отводится среде информационного взаимодействия компаний как между собой, так и внутри организаций. Вопросам исследования среды цифровых бизнес-коммуникаций в последнее время уделяется значительное внимание, так как данная среда представляет инновационную форму организационного взаимодействия – организационные инновации, позволяющие участникам процессов бизнес-коммуникаций эффективно обмениваться информацией, координировать действия и решать возникающие проблемы.

Цифровая коммуникационная бизнес-среда постоянно изменяется, представляя субъектам новые вызовы и возможности. Во время изменений геополитических процессов, цифрового ландшафта взаимодействия ключевым фактором для успешной реализации бизнес-стратегии в бизнес-коммуникациях выступают тренды, определяющие развитие коммуникационной сферы стимулирования инновационной активности в ближайшей перспективе (рис. 1).



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 1. Основные тренды, определяющие развитие коммуникационной сферы стимулирования инновационной активности субъектов хозяйствования

В процессе создания цифровой среды для бизнес-коммуникаций возникают определенные проблемы, мешающие инновационному развитию: неполная интеграция российской научной коммуникации с другими странами, недостаточные взаимодействия между инвесторами, компаниями, занимающимися инновациями, и их инфраструктурой, включая научные и инновационные центры, технопарки и др., низкий уровень инновационных навыков, что затрудняет понимание задач как со стороны ученых, так и со стороны инвесторов, а также отставание Российской Федерации (далее – РФ, Россия) в области маркетинга инновационных решений по сравнению с мировыми лидерами [2]. Ключевым препятствием для развития эффективных бизнес-коммуникаций, которые способствуют успеху инновационной деятельности, является отсутствие единой стратегии. Работа в этой сфере осуществляется инноваторами, институтами, отвечающими за развитие, и федеральными властями в рамках отраслевых программ и инициатив, но при этом опирается на существующие технологии ведения коммуникации [3]. Организации, занимающиеся информационной поддержкой в области инновационного развития, зачастую не обладают четким стратегическим подходом и необходимым опытом, что приводит к простому переносу моделей работы других участников в этой сфере.

Для успешного формирования инновационных систем необходимо перейти от простого использования существующих технологий и знаний к разработке новой, эффективной модели их воспроизводства. Только на основе информационной инфраструктуры можно сформировать базу для интенсификации процессов инновационной активности и повысить инвестиционную привлекательность региона. На рис. 2 представлены инфраструктурные направления коммуникационного развития России.



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 2. Основные направления развития и поддержки современных инфраструктурных коммуникаций России

На рис. 2 представлена система информационной поддержки научной и инновационной деятельности, которая акцентирует внимание на производстве инновационных товаров. Мотивировать инновационную активность предприятий исключительно увеличением финансовой компенсации сотрудников недостаточно – лишь небольшая часть инновационных инициатив и исследований приносит существенный коммерческий результат. Недавние попытки увеличить значимость научной и инновационной работы оказались неэффективными и не способствуют консолидации ресурсов инноваторов, институтов и государства в данной области.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В современных условиях, связанных с ускорением инновационных процессов, возникает необходимость создания системы, обеспечивающей расширенный доступ отечественным исследователям и инноваторам к международной научной и инновационной информации. Для большинства ученых этот доступ остается на низком уровне и устремляется в негативную сторону, особенно на фоне введенных санкций. Только небольшое количество библиотек и научных учреждений обладают полным доступом к глобальным научным базам данных. Вместе с этим интеграция отечественных научных журналов в международную систему обмена научной информацией остается незначительной. Пример аналогичных инфраструктурных проектов информатизации зарубежных стран (Китай, Объединенные Арабские

Эмираты, Сингапур и др.) отражает резкий рост результативности процессов инновационной активности при разблокировании национальных информационных пространств [4].

В России продолжает наблюдаться недостаточная разработанность независимых систем оценки перспективных научных и инновационных проектов, а также центров, которые проводят анализ ключевых направлений инновационного развития. Кроме того, ощущается дефицит экспертных и аналитических материалов в этой области.

Для того чтобы эффективно организовать эту деятельность, необходимо создать сетевые платформы, которые интегрируют российское экспертное сообщество с международным. Важно также создать научные и инновационные структуры, объединяющие ученых и новаторов по сетевому принципу, основываясь на современных информационных технологиях для эффективного взаимодействия. Современные инновационные технологии сетевого взаимодействия позволяют осуществить кооперацию не только в инновационной деятельности, но и в сфере организации экспертиз, создания распределенных групп, кооперации и интеграции проектов и направлений деятельности.

Создание системы маркетинга и коммерциализации научной и инновационной продукции основывается на создании методологии, инфраструктуры и современных инструментов маркетинга, а также научных центров и направлений. Ввиду отсутствия данной информации осуществление маркетинговой деятельности, особенно в части эффективного расходования бюджетных средств, становится проблематичным.

На современном этапе развития экономических процессов в целях развития инновационной активности хозяйствующих субъектов требуется существенный объем информации, используемой для создания инновационных продуктов. Высокая интенсивность создания и использования новой информации, быстрое устаревание данных, увеличение количества источников и методов получения информации, совершенствование информационных систем управления инновационными технологиями представляют процессы создания и развития цифровой среды бизнес-коммуникаций, стимулирующей результативность инновационной деятельности субъектов хозяйствования [5].

При проведении анализа сущности и содержания цифровой среды бизнес-коммуникаций видно, что авторы представляют данную категорию по-разному. Так, Р.А. Щинова и Э.Э. Нуртдинова рассматривают цифровую среду бизнес-коммуникаций в качестве предоставления информации заинтересованным субъектам в целях осуществления своей деятельности. А.Ю. Маиров и А.З. Гаужаев представляют ее как набор элементов и сервисов системы, предоставляемых пользователям [6–8].

Вопросы формирования цифровой среды бизнес-коммуникаций активно исследуются современными исследователями. В работах О.И. Долганова, М.П. Галимой и Т.А. Левченко, посвященных подготовленности российских компаний к переходу на цифровые коммуникации, рассматриваются ключевые проблемы, различные аспекты инновационной деятельности, вызовы в отраслях, определяются тенденции продолжения внедрения и применения цифровых технологий в отечественном бизнесе. Выводы указанных авторов подводят к тому, что процесс цифровизации инновационных решений на российском производстве уже начат и активно реализуется [9–11].

Среди основных препятствий на пути формирования цифровой среды бизнес-коммуникаций, функционирующей как система накопления, хранения и обработки информации, можно выделить следующие: низкий уровень финансирования цифровизации в российских компаниях, отсутствие четко сформулированной цифровой стратегии и недостаточное развитие цифровой культуры среди сотрудников.

В работах Н.П. Лещенко рассматриваются факторы цифровизации хозяйствующих субъектов с учетом специфики различных отраслей [12]. Исследователь акцентирует внимание на характерных особенностях цифровой трансформации, таких как замена ручного труда автоматизированными технологиями, усиление контроля за технической инфраструктурой и активное внедрение онлайн-коммуникаций с ключевыми заинтересованными сторонами. При этом большинство отечественных организаций не обладают целостными стратегиями внедрения цифровых решений в инновационную деятельность. Схожие проблемы поднимаются и в исследованиях А.В. Овчинникова, где анализируются факторы, влияющие на эффективность инновационного процесса. В числе наиболее значимых он называет ограниченность внутренних ресурсов компаний, недостаточную квалификацию персонала и слабую коммерческую востребованность инноваций, обусловленную ограниченным спросом на новые разработки [13].

В работах О.Н. Киселевой рассматриваются аспекты создания цифровой среды для бизнес-коммуникаций в области инновационной деятельности и анализируются показатели ее результативности [2].

Автор вводит новый термин «инновационная цифровизация бизнес-процессов», который демонстрирует, как цифровые бизнес-коммуникации и применение цифровых технологий могут влиять на инновационные процессы, особенно с точки зрения организационно-управленческих изменений.

В трудах Е.А. Наташкиной внимание фокусируется на влиянии цифровизации на инновационные бизнес-процессы в коммуникациях промышленных компаний. Автор подчеркивает, что инновационный процесс можно рассматривать как способ повышения его эффективности и улучшения инновационной активности за счет внедрения цифровых технологий. Е.А. Наташкина также отмечает важность интеграции цифровых бизнес-коммуникаций в инновационные процессы, что способствует улучшению экономических показателей компании и стимулированию роста инновационного производства.

Автором настоящего исследования для стимулирования инновационной активности субъектов хозяйствования предлагается создание в регионах цифровой среды бизнес-коммуникаций на основе информационной платформы «Инновационный ландшафт региона» (рис. 3).



Составлено автором по материалам исследования

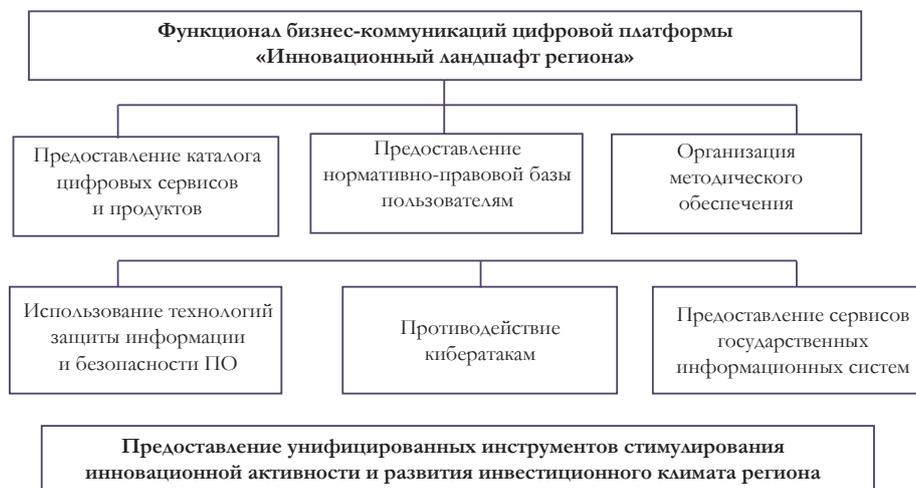
Рис. 3. Цифровая платформа «Инновационный ландшафт региона»

Предлагаемая автором цифровая информационная платформа разрабатывается по аналогии с платформой «ГосТех», которая служит для поддержки работы государственных информационных систем в соответствии с установленными регламентами, методиками и технологиями. Концепция платформы «ГосТех» была официально утверждена Правительством РФ в 2022 г.

Автор нацелен на создание цифровой экосистемы в регионах с использованием информационной платформы «Инновационный ландшафт региона», что должно способствовать технологическому, инфраструктурному и организационному развитию, а также стимулированию инновационной активности среди хозяйствующих субъектов. В частности, для повышения уровня инноваций в цифровом пространстве предлагается внедрение автоматизированного программного обеспечения для контроля качества инновационных продуктов, а также для мониторинга показателей информационной безопасности и других аспектов.

Основными целями предложений автора по стимулированию инновационной активности с использованием платформы «Инновационный ландшафт региона» выступают сокращение сроков создания инноваций, предоставление инструментария их коммерциализации с переходом на новый качественный уровень их надежности, информационной безопасности и совместимости. Предложенные идеи по созданию цифровой платформы для бизнес-коммуникаций и активизации инновационной деятельности

охватывают несколько аспектов и включают создание каталога цифровых товаров на основе законодательных актов, регулирующих взаимодействие участников в сфере инноваций, формулировку требований к цифровым сервисам платформы, в том числе проверку и обеспечение доступа к сервисам и продуктам, организацию мероприятий для успешного развития данной информационной платформы. Реализация данных предложений производится за счет функций цифровой платформы «Инновационный ландшафт региона» (рис. 4).



Примечание: ПО – программное обеспечение

Составлено автором по материалам исследования

Рис. 4. Функции бизнес-коммуникаций цифровой информационной платформы «Инновационный ландшафт региона»

Разработанные автором дополнительные элементы для информационной платформы направлены на уточнение ее функционала и включают следующие аспекты:

- создание решений для бизнес-коммуникаций, ориентированных на проектирование цифровых инноваций и технологическую структуру предприятия, а также на управление информационными системами;
- разработку методических рекомендаций для оценки и экспертизы инновационных проектов, включая их создание и внедрение;
- формирование стратегий управления бизнес-коммуникациями и цифровой инфраструктурой предприятия с использованием технологий искусственного интеллекта и цифровых сервисов.

Предложенные решения в области цифровых сервисов и бизнес-коммуникаций направлены на активное использование информационных систем для стимулирования инновационной деятельности. В их числе:

- сервисы для цифровых бизнес-коммуникаций и работы с информационными ресурсами, а также взаимодействия с инновационной инфраструктурой, предоставляемой единой облачной платформой;
- базовые цифровые сервисы, включающие инструменты для настройки конфигураций, управления базами данных, организации бизнес-коммуникаций, интеграции и взаимодействия с региональной инновационной инфраструктурой;
- автоматизированные программные и аппаратные комплексы, а также сервисы для мониторинга и защиты данных, включая средства для обнаружения атак и предотвращения хакерских угроз.

На данный момент основным информационным ресурсом для учета результатов интеллектуальной деятельности является «Единая государственная информационная система учета результатов НИОКР и технологических работ» (ЕГИСУ НИОКТР)¹.

ВЫВОДЫ

Автор предлагает внедрение технологий искусственного интеллекта в цифровую платформу «Инновационный ландшафт региона», что станет инновационной основой для разработки алгоритмов поиска. Эта система поможет использовать опыт и навыки пользователя для решения задач, связанных

¹ Единая государственная информационная система учета результатов НИОКР и технологических работ. Режим доступа: <https://www.rosrid.ru/> (дата обращения: 24.03.2025).

с информационно-коммуникативной поддержкой инновационной активности [14]. Помимо этого, использование искусственного интеллекта позволяет осуществить контроль качества производимой инновационной продукции, снижая объемы промышленных отходов и время на проведение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ и выпуск продукции и предоставляя сервисные технологии обслуживания оборудования.

Автор предлагает применять искусственный интеллект в рамках цифровой платформы «Инновационный ландшафт региона», используя технологию машинного обучения. Она особенно полезна в производственных процессах на вредных и труднодоступных участках, где условия работы сложные и фактически исключают возможность человеческой деятельности. В таких ситуациях машины могут выполнять задачи, следуя заранее установленным алгоритмам.

Искусственный интеллект может быть применен для проведения тестов, обнаружения ошибок, а также для контроля и разработки инновационных продуктов, что способствует быстрой коррекции неточностей и неправильных решений. При обработке больших объемов данных система способна выявить ключевые области, требующие повышенного внимания в процессе лабораторных испытаний.

Значительную роль в повышении инновационной активности компаний играют «цифровые двойники». Эти технологии позволяют значительно сократить количество необходимых оценок и предлагают решения для управленческих задач, основываясь как на реальных данных, так и на моделируемых².

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Цифровые бизнес-коммуникации играют ключевую и стратегическую роль в стимулировании инновационной активности хозяйствующих субъектов, выступая в качестве инструмента эффективного обмена информацией, координации действий, выработки и принятия управленческих решений. Они способствуют формированию единого информационного пространства, которое объединяет различные подразделения, организации и институты, вовлеченные в инновационный процесс, создавая условия для достижения синергетического эффекта и повышения результативности реализации инновационных проектов.

В то же время развитие цифровой коммуникационной среды в России сталкивается с рядом острых и системных проблем: недостаточными согласованностью и фрагментированностью взаимодействия между участниками инновационной экосистемы, слабой интеграцией в международное научное и технологическое пространство, нехваткой устойчивой инфраструктуры поддержки и отсутствием комплексной государственной цифровой стратегии в сфере бизнес-коммуникаций. Для преодоления этих вызовов необходимы выстраивание современной модели воспроизводства знаний и технологий, поддержка независимых экспертных и аналитических платформ, развитие сетевых форм научного сотрудничества, а также повышение уровня цифровой грамотности и компетенций персонала. Только реализация целостного и системного подхода обеспечит устойчивое развитие инновационной среды и усилит конкурентные позиции страны на глобальном рынке.

В условиях цифровой трансформации экономики цифровые бизнес-коммуникации становятся неотъемлемым элементом инфраструктуры, способствующим росту инновационной активности хозяйствующих субъектов. Они не только обеспечивают информационный обмен и координацию действий, но и создают базу для эффективного управления знаниями, вовлечения участников инновационного процесса и ускорения процессов коммерциализации. Вместе с тем формирование цифровой среды бизнес-коммуникаций в России сопровождается рядом серьезных вызовов – от фрагментированной экспертной инфраструктуры и слабой интеграции с международным сообществом до дефицита стратегического планирования и недостаточного уровня цифровой культуры в организациях.

Список литературы

1. Камшилов С.Г., Прохорова А.В. Методика оценки информационной обеспеченности бизнес-процессов на предприятиях. Вестник Челябинского государственного университета. 2014;2(331):41–43.
2. Киселев А.О., Безрукова Т.А. Методы государственного стимулирования инновационной деятельности. Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика. 2017;1(5):411–415.
3. Богомоллова И.С. Проблемы информационного обеспечения процесса управления современными предприятиями. Известия Южного федерального университета. Технические науки. 2008;10:79–82.

² Указ Президента Российской Федерации от 10 октября 2019 г. № 490 «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации». Режим доступа: <https://base.garant.ru/72838946/> (дата обращения: 24.03.2025).

4. *Леденева М.В., Охременко И.В.* Современные методы государственного стимулирования инновационной активности организаций. Бизнес. Образование. Право. 2021;2(55):20–25. <https://doi.org/10.25683/VOLBI.2021.55.201>
5. *Мазилев Е.А., Давыдова А.А.* Научно-технологическое развитие России: оценка состояния и проблемы финансирования. Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2020;5(13):55–73. <https://doi.org/10.15838/esc.2020.5.71.3>
6. *Шчинова Р.А.* Методология формирования маркетингового информационного обеспечения промышленного предприятия. Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. 2010;3:35–41.
7. *Нуртдинова Э.Э.* Роль информационного обеспечения в предпринимательской деятельности. Креативная экономика. Международный научно-практический журнал. 2014;4(88):78–83.
8. *Маиров А.Ю., Гаузаев А.З.* Информационное обеспечение стратегического управления предприятиями регионального производственного комплекса. Terra Economicus. 2009;2-3(7):193–196.
9. *Галимова М.П.* Готовность российских предприятий к цифровой трансформации: организационные драйверы и барьеры. Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. 2019;1(27):27–36. <http://dx.doi.org/10.17122/2541-8904-2019-1-27-27-37>
10. *Долганова О.И., Деева Е.А.* Готовность компании к цифровым преобразованиям: проблемы и диагностика. Бизнес-информатика. 2019;2(13):59–72.
11. *Левченко Т.А.* Основные тенденции цифровизации российского бизнеса в современных условиях. Азимут научных исследований. 2021;3(10):229–232.
12. *Лещенко Н.П., Реутова И.М.* Факторы цифровой трансформации российских компаний: отраслевой аспект. Вестник Сибирского института бизнеса. 2020;4(36):34–40. <https://doi.org/10.24411/2225-8264-2020-10064>
13. *Овчинникова О.В.* Факторы, влияющие на эффективность инновационной деятельности. Теория и практика современной науки. 2016;4(10):539–542.
14. *Кузнецова И.В.* Методики оценки эффективности применения цифровых технологий в системе государственного управления. Новые технологии. 2021;2(17):93–100. <https://doi.org/10.47370/2072-0920-2021-17-2-93-100>

References

1. *Kamshilov S.G., Prokhorova L.V.* Methodology for assessing the information security of business processes at enterprises. Bulletin of Chelyabinsk State University. 2014;2(331):41–43. (In Russian).
2. *Kiselev A.O., Bezrukova T.L.* Methods of state stimulation of innovative activity. Current directions of scientific research in the 21st century: theory and practice. 2017;1(5):411–415. (In Russian).
3. *Bogomolova I.S.* Issues of information support for management process in modern enterprises. News of Southern Federal University. Technical Sciences. 2008;10:79–82. (In Russian).
4. *Ledeneva M.V., Okhremenko I.V.* Modern methods of state stimulation of organizations' innovative activity. Business. Education. Law. 2021;2(55):20–25. (In Russian). <https://doi.org/10.25683/VOLBI.2021.55.201>
5. *Mazilov E.A., Davydova A.A.* Scientific and technological development of Russia: state assessment and financing problems. Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast. 2020;5(13):55–73. (In Russian). <https://doi.org/10.15838/esc.2020.5.71.3>
6. *Schinova R.A.* Methodology for forming marketing information support for industrial enterprises. News of St. Petersburg University of Economics and Finance. 2010;3:35–41. (In Russian).
7. *Nurtdinova E.E.* The role of information support in entrepreneurial activity. Creative Economy. International Scientific and Practical Journal. 2014;4(88):78–83. (In Russian).
8. *Mairov A.Yu., Gauzbaev A.Z.* Information support for strategic management of enterprises in the regional production complex. Terra Economicus. 2009;2-3(7):193–196. (In Russian).
9. *Galimova M.P.* Readiness of russian enterprises to digital transformation: organizational drivers and barriers. Bulletin of USP-TU. Science, education, economy. 2019;1(27):27–36. (In Russian). <http://dx.doi.org/10.17122/2541-8904-2019-1-27-27-37>
10. *Dolganova O.I., Deeva E.A.* Company readiness for digital transformations: problems and diagnosis. Business Informatics. 2019;2(13):59–72. (In Russian).
11. *Levchenko T.A.* Main trends in the digitalization of Russian business in modern conditions. Azimuth of Scientific Research. 2021;3(10):229–232. (In Russian).
12. *Leshchenko N.P., Reutova I.M.* Digital transformation factors of Russian companies: industry aspect. Herald of Siberian Institute of Business and Information Technologies. 2020;4(36):34–40. (In Russian). <https://doi.org/10.24411/2225-8264-2020-10064>
13. *Ovchinnikova O.V.* Factors influencing innovation activities effectiveness. Theory and practice of modern science. 2016;4(10):539–542. (In Russian).
14. *Kuznetsova I.V.* Methods for assessing the efficiency of application of digital technologies in the public administration system. New Technologies. 2021;2(17):93–100. (In Russian). <https://doi.org/10.47370/2072-0920-2021-17-2-93-100>