



Рис. 2. Процесс создания ценности производственного товара

Одной из задач маркетинга в компании является идентификация и демонстрация потенциальным клиентам ценностей продукта. Когда компания акцентирует внимание на уникальных ценностях своего товара или услуги, она подчеркивает их преимущества и дифференцирует их от конкурентов. Это позволяет привлечь внимание целевой аудитории и создать у них интерес к продукту или услуге. С другой стороны, учтение ценностей потребителя в продвижении товаров и услуг помогает компании лучше понять потребности своей аудитории и выстроить маркетинговые коммуникации, которые будут наиболее релевантными и привлекательными для них. Подчеркивание того, как продукт или услуга соответствуют ценностям и потребностям потребителя, улучшает их восприятие и может способствовать установлению долгосрочных отношений между компанией и клиентами.

Литература

1. SendPulse. – Режим доступа: <https://sendpulse.com/ru/blog/offer-value-to-customers>. – Дата доступа: 04.03.2024.
2. Оу-ли. – Режим доступа: <https://blog.ou-li.ru/kak-opredelit-i-povysit-tsennost-produkta/>. – Дата доступа: 05.03.2024.
3. SmartEstet. – Режим доступа: <https://smart-estet.ru/articles/chto-takoe-epochka-sozdaniya-cennosti>. – Дата доступа: 07.03.2024.

ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННО ОРИЕНТИРОВАННЫХ РЕГИОНОВ В КОНТЕКСТЕ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛЕНИЯ

М. О. Кузменко, А. А. Рыжанкова

*Межгосударственное образовательное учреждение высшего образования
«Белорусско-Российский университет», г. Могилев, Республика Беларусь*

Научный руководитель Т. М. Лобанова

Приведен анализ теоретико-методологических подходов к оценке инновационно ориентированных регионов как объекта маркетингового управления, выявлены преимущества, недостатки и возможности применения рассматриваемых подходов в современных условиях.

Ключевые слова: регион, инновационное развитие, маркетинговый инструментарий, инновационная стратегия, инновационный потенциал.

В настоящее время проблеме инновационного регионального развития уделяется особое внимание. Это обусловлено требованиями сегодняшней экономической реальности. В условиях интенсификации конкуренции и глобализации рынков эффективное управление инновациями на уровне регионов должно быть основано на инструментах инновационного маркетинга.

Развитие инновационно ориентированных регионов связано с ресурсными ограничениями, спецификой и особенностями каждого региона, которые определяют значительные различия в инновационном, материально-техническом, социально-

экономическом, природном потенциале каждого региона и дают возможности применения маркетингового инструментария с целью позиционирования, продвижения региона, привлечения необходимых ресурсов и инновационных проектов и повышения конкурентоспособности региона [1].

Объекты маркетингового управления, регионы могут быть сгруппированы следующим образом:

1. Регионы – эксплеренты, способные создавать радикальные инновации, носители новых технологий и научно-технического прогресса. С точки зрения регионального маркетинга эксплерентам необходимо реализовывать стратегию прорыва, коммерциализировать результаты инновационной деятельности в рыночных условиях хозяйствования.

2. Регионы-коммутанты, способные на незначительные изменения, реализуют инновационные достижения регионов-эксплерентов. С позиции регионального маркетинга коммутантам нужна активная поддержка со стороны органов государственной власти.

3. Регионы-аутсайдеры, не способные адаптироваться к угрозам маркетинговой среды. Данные регионы испытывают проблемы системного характера, не осуществляют необходимых изменений в инновационной сфере, как следствие, имеют дотационное «питание».

Представленная выше группировка регионов позволяет разработать для каждой социально-экономической системы маркетинговую стратегию, наиболее полно соответствующую особенностям и условиям ее развития [2].

Инновационное развитие региона представляет собой управляемый процесс совершенствования региональной инновационной системы и повышения инновационного потенциала региона. Уровень инновационного потенциала служит индикатором развития социально-экономической системы, способствует выявлению неиспользованных резервов повышения эффективности функционирования инновационной системы региона. Таким образом, оценка инновационного потенциала рассматривается как важнейшее направление исследования инновационно ориентированных регионов [3].

Инновационный потенциал региона целесообразно анализировать с точки зрения различных подходов в совокупности.

Первый подход – ресурсный – основан на взаимодействии финансовых, трудовых, материально-технических, информационных, организационных ресурсов региона. Преимуществами ресурсного подхода являются оценки имеющихся ресурсов региона, которые могут быть вовлечены в региональный инновационный процесс; возможность количественной оценки, обеспечивающей объективность результатов; простота и логичность используемых показателей; возможность мониторинга инновационного потенциала во времени. Ресурсный подход применим для оценки ресурсной составляющей региональной инновационной системы на любой момент времени [4].

Второй подход – ресурсно-потенциальный – тесно взаимосвязан с ресурсным, заключается в выявлении скрытых возможностей региона для их реализации в перспективе, позволяет раскрыть неиспользуемые возможности и определить способы для их активизации в инновационном развитии региона. Данный подход применим для разработки программ стратегического развития региональной инновационной системы.

Третий подход – процессно-результатирующий – основан на комплексном рассмотрении инновационного потенциала как деятельности субъектов региона в области планирования, разработки, апробации и внедрения инноваций и как результата

эффективности инновационной деятельности субъектов в регионе. Процессно-результатирующий подход применим при наличии исходных статистических данных для оценки показателей; для обоснования целесообразности осуществления инновационной деятельности в регионе.

Четвертый подход – интеграционный – агрегирует все вышеизложенные подходы, рассматривает показатель инновационного потенциала в качестве меры способности и готовности региональной инновационной системы обеспечивать непрерывный инновационный процесс. Интеграционный подход применим для сравнения регионов по уровню их инновационного развития и принятия соответствующих маркетинговых решений, а также для количественной и качественной оценки инновационного потенциала.

Оценка регионального инновационного потенциала, на наш взгляд, должна включать следующие этапы и соответствующие задачи:

- На первом этапе должно быть описание модели состояния инновационного потенциала региона на основе системы качественных и количественных маркетинговых критериев. На данном этапе нужны определение и обоснование выбора маркетинговых индикаторов, применяемых для оценки инновационного потенциала региона.

- На втором этапе осуществляется оценка регионального инновационного потенциала выбранным методом. На данном этапе необходимы обоснование и выбор метода оценки инновационного потенциала региона, сбор необходимой для анализа информации, сравнение полученных результатов с эталонным (рекомендуемым) показателем уровня инновационного потенциала, выявление проблемных зон.

- На третьем этапе проводится выявление возможных направлений усиления инновационного потенциала региона, устранение слабых сторон. В рамках данного этапа осуществляется составление инновационного профиля региона, его характеристика, разработка параметров инновационного позиционирования региона, определение перспективных направлений реализации инновационных преобразований.

Проведенный анализ преимуществ и недостатков рассмотренных подходов к оценке инновационного потенциала позволяет сделать вывод о том, что проблема выбора и обоснования показателей для оценки регионального инновационного потенциала является актуальной задачей в области маркетинговых исследований и требует постоянного мониторинга и анализа инновационной деятельности региона. Таким образом, достижение устойчивого развития региона, наращивание его инновационного потенциала возможны лишь при использовании инновационного маркетингового инструментария.

Литература

1. Балдин, К. В. Инвестиции в инновации / К. В. Балдин, И. И. Передеряев, Р. С. Голов. – М. : Дашков и К, 2008. – 238 с.
2. Исаев, Р. О. Устойчивое развитие, наука, инновации – три вектора региональной экономики будущего / Р. О. Исаев // Креативная экономика. – 2019. – № 11, нояб. – С. 2169–2178.
3. Лобанова, Т. М. Инвестиционная привлекательность регионов и пути ее повышения / Т. М. Лобанова // Россия – Беларусь: 20 лет Союзному государству (образовательные, научно-исследовательские и социогуманитарные аспекты развития российско-белорусских отношений) : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Могилев, 21–22 нояб. 2019 г. / М-во образования Респ. Беларусь, М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Белорус.-Рос. ун-т ; редкол.: М. Е. Лустенков (гл. ред.) [и др.]. – Могилев, 2019. – С. 142–144.
4. Король, С. П. Системный подход к планированию и реализации социально-экономического развития / С. П. Король // Креативная экономика. – 2020. – № 12, дек. – С. 3169–3186.