

МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

В настоящее время перед большей частью регионов Украины стоит проблема повышения их имиджа и инвестиционной привлекательности. Несмотря на общее национальное и экономическое и правовое пространство, регионы значительно отличаются по промышленным, ресурсным и инновационным потенциалам. И эти различия все более углубляются.

Отсутствие необходимой централизованной поддержки развития обуславливает разработку и проведение самостоятельной социально-экономической политики региона. Комплексный метод разработки и реализации целевых программ развития базируется на принципах регионального маркетинга. Сегодня регионы интегрируются в мировую экономику и конкурируют между собой за рабочую силу, за качество жизни, ресурсы. Регион становится продавцом товаров и услуг. Регион выступает на рынке как товар, имеющий свою стоимость и полезность. Маркетинговый подход к развитию региона требует ориентации на потребности целевых групп покупателей услуг территории. Поэтому долгосрочная стратегия развития региона должна ориентироваться на потребности клиентов и целевые группы, а также на создание лучших по сравнению с другими группами конкурентных преимуществ для пользы клиентов. Основу этой стратегии должна составлять программа инновационного развития региона по стадиям. В рамках Украины основными задачами регионального маркетинга в инновационной стадии являются:

- сохранение имеющихся кадров ученых, инженеров, высококвалифицированных рабочих, творческой интеллигенции;
- создание благоприятных условий для подготовки квалифицированных кадров и развития малого предпринимательства в научно-технической сфере;
- развитие бизнеса, обеспечивающего пополнение регионального бюджета за счет привлечения средств других территорий (туризм, отдых, лечение и пр.).

Основными особенностями стадии инноваций на региональном уровне являются:

- появление конкурентных отраслей;
- потребительский спрос становится все более искушенным;
- фирмы конкурируют за пределами региона в более дифференцированных сегментах, в том числе по неценовым факторам;
- наличие собственных технологий и сбытовых сетей ведет к значительному прямому зарубежному инвестированию;
- в инновационной экономике растет спрос на сложные услуги (маркетинг, инжиниринг, испытания);
- идеи инноваций и направления их использования идут от частного сектора;
- государство косвенно стимулирует создание развитых факторов производства, улучшение внутреннего спроса, развитие кластеров отраслей.

Нами проведен анализ маркетингового и инновационного потенциала региона на примере Сумской области, который позволил определить основные направления развития инфраструктуры рынка инноваций, разработка которых позволит повысить конкурентоспособность региона и способствовать его дальнейшему развитию.

1. Пересадыко Г.О. Социально-экономическое развитие Сумщины: культурная среда, ее развитие, инновации и перспективы / Пересадыко Г.О., Козолуп И.Ф., Лапина Ю.Г. // Маркетинг и менеджмент инноваций. - Сумы: ТОВ «Университетская книга», 2011.-№2, С.196-205.

2. Державний комітет статистики України <http://www.ukrstat.gov.ua/>.