

## **РОЛЬ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА В ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ РЕГИОНА**

В последние десятилетия большую роль в повышении конкурентоспособности регионов играет инновационная направленность развития их экономики. Решающее значение имеет наличие в регионе высококвалифицированных кадров, культурной и политической ориентации на производство высококачественных продуктов и услуг, первоклассной инфраструктуры, высокого уровня комфорта для жизнедеятельности.

Исходя из этого, региону необходимо осуществлять косвенное стратегическое регулирование развития как государственного, так и частного секторов своей экономики в части оптимизации целей и интересов регионального сообщества, что может привести к сокращению общих системных издержек функционирования региональной социально-экономической системы.

Современный технологический прогресс требует от региональной промышленности прочной научной основы и выполнения жестких нормативных требований к организации своей деятельности, предполагающих освоение безопасного и чистого производства, повышение эффективности использования ресурсов, выпуск экологически безупречной продукции.

Поскольку научно-инновационные потенциалы большинства регионов в настоящее время находятся в кризисе, одной из актуальных задач функционирования научно-инновационных потенциалов регионов, по нашему мнению, является создание механизма их эффективного формирования и использования, прежде всего, с экономической точки зрения.

Интенсивное функционирование регионального научно-инновационного потенциала и усиление инновационной активности региона в целом позволяют улучшить региональный инвестиционный климат. Это происходит вследствие концентрации в регионе высокопрофессионального научно-технического и производственного персонала, а также за счет способности академической, вузовской и отраслевой науки осуществлять на высоком уровне фундаментальные и прикладные НИОКР и транслировать эти новшества в производственную сферу.

Высокий уровень координации работы научных и производственных организаций позволяет промышленности проводить постоянный мониторинг мировых тенденций развития стандартов производства продукции. На основе изучения этих данных промышленные предприятия способны повышать привлекательность производимой продукции за счет улучшения качественных показателей производства и таким образом увеличивать активность деятельности на внутреннем и международном рынках.

В последние десятилетия большую роль в повышении конкурентоспособности регионов играет инновационная направленность развития их экономики. Современный технологический прогресс требует от регионального производственного комплекса прочной научной основы, поэтому региону необходимо стимулировать формирование научно-инновационного потенциала, способного повысить общий уровень наукоемкости региональных производительных сил. За счет возрастания наукоемкости социально-экономической сферы региона удастся обеспечить его долгосрочное устойчивое развитие. Чтобы устойчиво развиваться в современных условиях, региону необходимо обладать не столько выгодным географическим положением и богатыми недрами, сколько высокопрофессиональным аппаратом регионального государственного управления, благоприятным деловым климатом, высококвалифицированными трудовыми ресурсами, наличием современной инфраструктуры и оптимальным для экономики региона научно-инновационным потенциалом, поскольку наука на сегодняшний день превращается в одно из основных средств преобразования социально-экономической сферы региона на новой, инновационной основе.

*А.П. Вишневская, д-р пед. наук  
ТСИ (Рига, Латвия)*

## **АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ: ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

Маркетинг как система, позволяющая управлять деятельностью фирмы в условиях рынка потребителя, находится в процессе постоянного развития и время от времени заставляет делать акцент и уделять особое внимание различным своим составляющим. Начало XXI в. связано с бурным развитием одного из важнейших инструментов маркетинга — продвижением товара на рынок и созданием современной коммуникационной политики фирмы. Альтернативный маркетинг — это не новый маркетинг, а использование нестандартных методов и инструментов по отношению к одному из четырех средств маркетинга, известных как 4P.

Развитию именно этого направления маркетинговой деятельности способствует несколько причин.

Первая из них — это возросший объем информации, в частности, тот, который связан с предложением товара. Потребитель, со всех сторон атакуемый избыточной рекламной информацией, перестает ее воспринимать.

Безусловной причиной того, что традиционная реклама уступает место новым направлениям коммуникации с потребителем, является также и то, что в руках человечества оказалось такое мощное средство, как Интернет.