

Взаимодействие с потребителем на основе персонализированного предложения, сформированного на основе накопленных знаний о потребительском поведении адресата.

Основная задача персональной продажи – продать товар потенциальному покупателю. При этом эффективность данного инструмента зависит от выполнения дополнительных задач:

- Сформировать личный контакт с потребителями. Здесь важно создать положительную коммуникацию и завоевать доверие покупателя. Будет полезным формирование индивидуального подхода к каждому потенциальному покупателю.
- Проинформировать о продукте или услуге. Продавец должен максимально подробно рассказать о товаре, провести презентацию или продемонстрировать функции. А творческий и/или нестандартный подход лишь увеличит ваши шансы на удачную сделку.
- Отработать возражения. Нужно развеять сомнения покупателя, ответить на возникающие вопросы, разъяснить непонятные моменты. Положительным результатом должно стать заключение сделки.

Список использованных источников

1. Акулич, И. Л. Маркетинг / И. Л. Акулич. 6-е изд., перераб. и доп. – Минск: Высшая школа, 2009. – 511 с.
2. Анохина, Н. Н. Прикладной маркетинг : пособие для высш. и сред спец заведений / Н. Н. Анохина, Г. А. Щербич. – Минск : Изд-во Гревцова, 2008. – 223 с.
3. Что такое маркетинговые коммуникации: виды, примеры [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://sendpulse.by/support/glossary/marketing-communications>. – Дата доступа: 16.04.2023.
4. Экономическая газета [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://neg.by/>. – Дата доступа: 16.04.2023.

УДК 332.1

ОБОСНОВАНИЕ КОНЦЕПЦИИ «УМНОЙ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ» В ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ РЕГИОНОВ

Шерстнева О.М., ст. преп.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье обобщены теоретические аспекты концепции «умной специализации». Результатом проведенного исследования является определение инновации в региональной экономической интеграции в качестве одного из основных источников экономического роста и развития, т. е. источника конкурентного преимущества, который регионы должны стремиться сохранить в мире с возрастающей конкуренцией.

Ключевые слова: инновации, исследовательская и предпринимательская деятельность, конкурентное преимущество, региональное развитие, концепция «умной специализации».

Глобализация ставит серьезные проблемы перед экономикой во всем мире. Концепция «умной специализации» является одним из инструментов, который помогает странам повышать свой инновационный потенциал, тем самым улучшая свои экономические показатели и конкурентоспособность. Умная специализация предполагает выявление конкурентных преимуществ страны с целью разработки целевых стратегий, направленных на повышение ее конкурентоспособности.

В настоящее время вопросы теории и методологии развития концепции «умной специализации» рассматриваются в работах таких зарубежных исследователей, как Antonelli, C., Scellato, G., Asheim, B.; Grillitsch, M., Trippl, M., Crespi, F., Dominique Foray, Mongeau, C., & Scellato, G., а так же в российских – Агаева Л. К., Баринова В. А., Беякова Г. Я., Иншаков О. В., Земцов С. П., Королева Е. Н., Проскурнин С. Д., Хмелева Г. А. и других. Исследованием инновационной среды занимаются такие ученые, как Бендль А. С., Камагни, Кастельс М., Конаныхина О. В., Куницын Е. Ю, Морган К., Нуриева Д. С., Ромашин В. В., Трофимова В. М., и других ученые.

Специализация регионов и государств на производстве тех или иных товаров или в отдельных областях науки, техники и экономики существует давно. В соответствии с законодательством ЕС «умная специализация» означает национальные или региональные инновационные стратегии, в которых устанавливаются приоритеты с целью получения конкурентного преимущества за счет развития и объединения своих исследовательских и инновационных возможностей с потребностями бизнеса, чтобы использовать появляющиеся возможности и последовательно развивать рынок, при этом избегая дублирования и фрагментации усилий [1]. Ключом к их развитию является процесс предпринимательских открытий, осуществляемый с привлечением национальных и региональных учреждений и организаций, включая исследования и разработки.

Как подчеркивается в тематической литературе, «умная специализация» кажется новым термином, на самом деле он объединяет понятия, разрабатываемые годами в теории регионального развития и международной торговли, на что уже обращали внимание авторы классической теории международной торговли: А. Смит в теории абсолютного преимущества и Рикардо в теории сравнительных преимуществ [2]. Основу для развития исследований региональной конкурентоспособности рассматривалась, например, в теории местоположения фон Тюнена, теории промышленных районов Маршалла и концепции кластеров Портера. Понятие инноваций в экономических науках было введено в 1911 г. Шумпетером.

Обоснование умной специализации показано в таблице 1.

Таблица 1 – Обоснование концепции «умной специализации»

Что?	Концентрация ресурсов знаний для экономической специализации и привязка их к ограниченному числу приоритетных видов экономической деятельности – конкурентоспособность в глобальной экономике
Почему?	Региональная инновационная политика часто демонстрировала недостаточную эффективность в определении приоритетов и форм практического сотрудничества
Кто?	Предприниматели узнают, что страна или регион делает лучше всего с точки зрения исследований, разработок и инноваций
Как?	Региональные изменения за счет модернизации, диверсификации и/или перехода от существующего сектора к коррелированному полю
Где?	Концепцию умной специализации можно использовать во всех регионах, даже несмотря на то, что некоторые из них более продвинуты с точки зрения производства знаний

Источник: составлено автором.

Поэтому концепцию умной специализации вряд ли можно считать совершенно новой, однако формально она была разработана в 2005–2009 гг. экспертной группой «Знание для роста» [3], заместитель председателя которой – Д. Форей – в настоящее время является автором из наиболее часто цитируемых исследований в этой области. Это концепция и инструмент, основанные на предположении, что, концентрируя ресурсы на ограниченном числе приоритетных видов экономической деятельности, государства и регионы могут получить и сохранить конкурентное преимущество в глобальной экономике.

Умная специализация требует установления вертикальных приоритетов и носит отчетливо избирательный характер. Главной особенностью умной специализации является определение ограниченного набора приоритетных областей для государственных инвестиций, которые могут наилучшим образом обеспечить возможности для роста и ответить на социальные и экономические вызовы. Согласно [3], ключевой особенностью умной специализации является четкая тематическая направленность на исследования и инновации посредством выбора ограниченного числа приоритетов.

Европейская комиссия представила концепцию «умной специализации» в Политике сплочения ЕС на 2014–2020 годы в качестве «предварительного условия» для европейских регионов в плане получения финансирования на исследования и инновации от Европейского фонда регионального развития (ERDF). Концепция «умной специализации» – это основанная на месте концепция инновационной политики, направленная на поддержку региональных приоритетов в инновационных секторах, областях или технологиях с помощью «процесса предпринимательских открытий (EDP)», восходящего подхода, позволяющего выявить, что регион делает лучше всего с точки зрения своих научных и технологических возможностей.

Концепция «умной специализации» также была разработана с упором на менее продвинутые регионы для развития определенных возможностей в конкретных областях, технологиях, подсистемах для создания конкурентных преимуществ в нескольких рыночных нишах, а не для развития общих возможностей. Однако менее продвинутые регионы столкнулись с проблемами внедрения данной концепции из-за их более слабых институциональных возможностей, особенно в отношении управления и мониторинга и оценки.

Концепция «умной специализации» подчеркивает роль предпринимательских знаний, которые сочетают в себе знания о науке, технологиях и инженерии со знанием потенциала роста рынка, потенциальных конкурентов, а также всего набора ресурсов и услуг, необходимых для запуска новой деятельности, в качестве движущей силы и выявления региональных приоритетов. В результате центральную роль в концепции играет процесс предпринимательских открытий (EDP), который представляет собой восходящий процесс, включающий взаимодействие между участниками четырехсторонней спирали, обладающими предпринимательскими знаниями.

Важнейший вопрос в концепции «умной специализации» заключается в том, как определить высокий потенциал в регионах: какие виды деятельности можно считать наиболее перспективными с учетом возможностей региона? В литературе основное внимание уделялось двум способам определения высокого потенциала в регионах. Один из способов сделать это – через процесс поиска предпринимателей, в ходе которого местные заинтересованные стороны решают децентрализованным и коллективным образом, какие виды деятельности считаются наиболее перспективными и должны быть нацелены на политику «умной специализации». Другой способ – использовать и анализировать большие данные (например, данные о торговле, патентах, отраслях и профессиях), чтобы определить, обладает ли регион соответствующими возможностями для развития новой деятельности и к каким другим регионам регион может подключиться, чтобы получить доступ к дополнительным возможностям. Оба подхода имеют свои достоинства, но также и свои ограничения, поэтому их необходимо интегрировать в политику умной специализации. Местные заинтересованные стороны могут выявить другие потенциалы в регионах, которые невозможно учесть или измерить с помощью вторичных данных. Местные заинтересованные стороны также имеют возможность выявлять узкие места, которые могут помешать активации и использованию местных возможностей. В то же время местные заинтересованные стороны могут быть чрезмерно амбициозны (стремясь стать «новой Силиконовой долиной»), в то время как анализ данных покажет, что регион вообще не имеет соответствующих возможностей.

Процесс предпринимательского открытия (EDP) является одним из основных элементов концепции. EDP – это восходящий процесс, который включает взаимодействие между участниками четырехзвездной спирали – частными компаниями, государственными учреждениями и инновационными организациями, академическими и исследовательскими центрами и гражданским обществом – для определения новых региональных технологических областей и рыночных возможностей, которые следует использовать, в зависимости от контекстуальных элементов, таких как региональные научно-технические ресурсы. EDP поощряет совместное создание действий и политик между участниками четырехзвездной спирали для содействия развитию и появлению стратегических приоритетных секторов, например, путем изучения возможностей взаимодействия отраслевого сотрудничества и создания новых цепочек добавленной стоимости. Роль регионального правительства заключается в обеспечении специального управления и выступлении в качестве платформы, обеспечивающей, поддерживающей и направляющей участие заинтересованных сторон четырехзвездной спирали в процессе разработки политики.

Таким образом, концепция «умной специализации», хотя и достаточно новая, стала неотъемлемой частью научно-исследовательской и инновационной политики во всех странах Европейского Союза, где она зародилась. Однако эта концепция приобретает все большее значение за пределами ЕС. Инновации признаются в этой региональной экономической интеграции в качестве одного из основных источников экономического роста и развития, т. е. источника конкурентного преимущества, который регионы должны стремиться сохранить в мире с возрастающей конкуренцией.

Список использованных источников

1. Regulation (EU) No 1303/2013 of the European Parliament and of the Council of 17

December 2013, available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32013R1303&from=hr> (Accessed on: march 16, 2023).

2. Ricardo, D. (1929). On the principles of political economy and taxation. Cracow: Edition of Gebethner and Wolff.
3. Haegeman, K., Arregui, E., Harrap, N., Horbaczewska, K., Torrecillas, C., Valero, S. (2019), "Joint Undertakings: analysis of collaboration mechanisms with ESI Funds in an S3 context", Technical report by the Joint Research Centre, Publications Office of the European Union, Luxembourg.

УДК 331.1

МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИМИ РИСКАМИ В БИЗНЕС-ПРОЦЕССАХ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Коробкина К.А., студ., Шеина Е.Г., к.э.н., доц.

*ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»,
г. Екатеринбург, Российская Федерация*

Реферат. Управление предпринимательскими рисками является важным аспектом любого успешного делового начинания, поскольку помогает выявлять, оценивать и смягчать потенциальные риски, которые могут повлиять на успех и реализацию бизнес-процессов малых предприятий. В статье рассмотрен процесс разработки механизма управления предпринимательскими рисками.

Ключевые слова: управление рисками, бизнес-процессы, предпринимательская деятельность, малые предприятия.

Развитие технологий и методов анализа данных сыграло значительную роль в развитии управления рисками в бизнес-процессах малых предприятий. Предприниматели осуществляют свою деятельность, развивают бизнес и ставят цели под влиянием всех вышеперечисленных факторов. Сама сущность определения термина «предприниматель» говорит о том, что это человек, который рискует, т. к. он ведет свой бизнес параллельно с риском и несет огромную ответственность перед собой, коллегами и контрагентами [1].

Риски – это неотъемлемая часть любого бизнеса. Они могут представлять собой угрозу для финансовой стабильности предприятия и влиять на его развитие. Поэтому необходимо иметь эффективный механизм управления ими и тщательно анализировать каждый бизнес-процесс для того, чтобы избежать возникновения ошибок, повлекших за собой серьезные проблемы [2, 3]. В риск-менеджменте к основным методам снижения уровня риска относятся методы, представленные на рисунке 1.

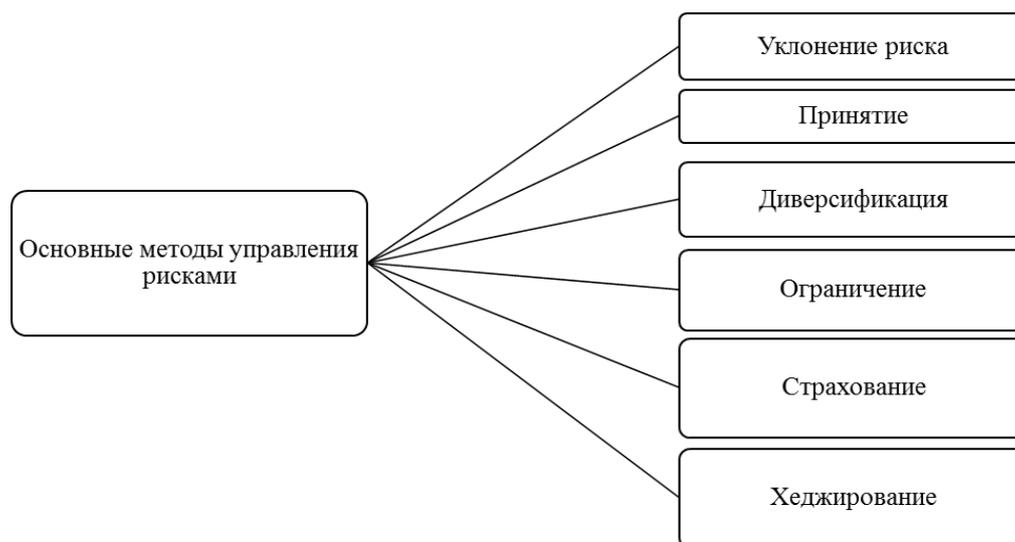


Рисунок 1 – Способы минимизации риска [4]