

## МАРКЕТИНГ СОТВОРЧЕСТВА КАК НАПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ



**Медведева Юлия Юрьевна,**

кандидат экономических наук, доцент кафедры Маркетинг и инженерная экономика, Донской государственной технической университет; 344001, г. Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1  
jjmedvet@yandex.ru

Цифровизация экономики предопределяет новые подходы к развитию современных экономических систем, которые опираются на генерацию инноваций и внедрение их в рыночную систему. Эволюция концепции маркетинга в торговле в сопряжении со сменой технологических укладов демонстрирует катализирующую задачу маркетинга в развитии торговых предприятий. Маркетинг сотворчества, опирающийся на исследование потребностей потребителей, их вовлечение в процесс взаимодействия для определения персонализированных продуктов, способен предоставить торговым предприятиям базу для результативного инновационного развития. Инновации, сформированные совместно с потребителями, обеспечивают торговым предприятиям взаимовыгодные отношения с покупателями, ресурсосбережение при продуцировании нововведений, позволяют формировать устойчивые отношения с партнерами-товаропроизводителями.

**Ключевые слова:** инновация; розничная торговля; концепция маркетинга; маркетинг сотворчества; бесплатные инновации.

Исследование теоретических подходов к пониманию сущности инновационного развития торговли позволяет выявить общую цель такого развития, заключающуюся в обеспечении роста эффективности функционирования торговых предприятий и повышении их конкурентоспособности. Вклад отечественных и зарубежных ученых в развитие теории и методологии трансформации торговых предприятий на основе инноваций значителен и многогранен. При этом, в условиях нового типа экономического роста отождествлять инновационное развитие торговых предприятий только с их внутрифирменными интересами, на наш взгляд, не достаточно дальновидно.

Отечественными специалистами разработан ряд концепций модернизации и совершенствования управления инновационной деятельностью экономики страны. Кон-

цепция долгосрочного развития Российской Федерации на период до 2020 года опирается на изменение институциональной среды и делового климата, развитие человеческого капитала, формирование институциональной среды поддержки предпринимательства и селективную инновационную политику\*. Ориентирована на группу среднего класса, доходы и социальные установки которых позволяют им выбирать модели трудового поведения и потребления. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года ставит своей задачей обеспечение открытости национальной инновационной системы и экономики, а также интеграцию России в мировые процессы создания и использования нововведений, повышение инновационной активности бизнеса и ускорение появления новых инновационных компаний. Единый план

по достижению национальных целей развития Российской Федерации на период до 2024 года, принятый Правительством РФ в мае текущего года, нацелен на комплексную «межпроектную» реализацию национальных стратегических целей и предполагает снижение уровня бедности обусловленное устойчивым экономическим ростом, обеспеченного ростом производительности труда на базе широкого распространения цифровых технологий и инновационного развития\*\*.

Программа «Цифровая экономика Российской Федерации», утвержденная распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 года № 1632-р., определяет цифровую экономику как хозяйственную деятельность, ключевым фактором производства в которой являются данные в цифровой форме, и способствует формированию

\* Распоряжение Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. №1662-р Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года.

\*\* Единый план по достижению национальных целей развития Российской Федерации на период до 2024 года утверждён в целях реализации Указа Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 года №204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года».