УДК 332.14:658

© Наденко І.С., 2015
Черкаський державний технологічний університет, Черкаси

РОЛЬ МАРКЕТИНГУ У СУЧАСНІЙ ІННОВАЦІЙНІЙ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

Розглянено сутність інноваційної моделі регіону, розкрито роль маркетингу у формуванні інноваційного потенціалу регіону та підвищенні його конкурентоспроможності на інноваційній основі. Визначено й обґрунтовано основні напрями розвитку регіонального маркетингу у сучасній інноваційній моделі Черкаського регіону.

Ключові слова: *інноваційний потенціал,інноваційна модель регіону, брендинг, інноваційне підприємництво.*

Постановка проблеми. В умовах ринкової економіки рівень інноваційного розвитку – один із визначальних факторів конкурентоспроможності регіонів і необхідна умова їх стабільного довгострокового розвитку. Ефективний інноваційний розвиток вимагає інтеграції знань та науково-технічного потенціалу у процеси соціально-економічного розвитку регіонів. Але можливе за активної політики держави щодо стимулювання інноваційної активності суб'єктів господарювання та реалізації маркетингових принципів побудови інноваційної моделі розвитку регіонів.

Сьогодні у більшості регіонів інструментам маркетингового стимулювання інноваційних процесів відводиться незначна роль, що є стримуючим фактором розвитку потенціалу їх економіки. Тому впровадження прогресивних маркетингових технологій у процес формування ефективної інноваційній моделі регіонів сприятиме гармонізації попиту на інновації та пропозиції результатів інноваційної діяльності, забезпеченню безперервних, двосторонніх та ефективних комунікацій між усіма учасниками інноваційного процесу, а також комерціалізації й успішному просуванню інновацій на цільові ринки.

Аналіз останніх джерел досліджень і публікацій.Дослідженню інноваційного розвитку економіки України, а також маркетинговим інструментам стимулювання інноваційної діяльності її регіонів,присвячено праці відомих українських вчених: Алимова О.М., Амоши О.І., Білої С.О., Гальчинського А.С., Гаєця В.М., Жаліло Я. А., Жук В. І.,Кузнєцової А.Я., Комеліної О.В., Крупки М.І., Лапко О.О., Мікловди В.П., Шевченко О. В. та інших. Концепцію реалізації інноваційного розвитку регіонів на маркетингових засадах розроблено російським вченим Арженовським І.В. Значну увагу маркетинговим інструментам інноваційного розвитку регіонів приділяється у працях Панкрухіна А.П.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проте в існуючих підходах не в повній мірі розкриваються маркетингові напрями інноваційного розвитку, що вельми важливо у формуванні ефективної інноваційної моделі регіонів.

Формулювання цілей статті. Виходячи з вищезазначеного, мета статті полягає у виявленні та обґрунтуванні основних напрямків розвитку регіонального маркетингу у формуванні сучасної інноваційної моделі Черкаського регіону.

Виклад основного матеріалу. Інноваційний потенціал регіонів характеризується кумулятивним зростанням. Це означає, що регіони з більш багатим і тривалим «інноваційним минулим» мають більше організаційних і технічних можливостей для здійснення інновацій у сьогоденні та майбутньому, ніж ті регіони, для яких інноваційна активність дискретна. У науковій літературі ця проблема була названа парадоксом регіональних інновацій. Брак додаткових інвестицій, інноваційних розробок та «ефекту досвіду» обмежує доступ регіонів-аутсайдерів до технологій, які розробляються, впроваджуються й успішно функціонують у розвинених регіонах.

Нарощування й ефективне використання інноваційного потенціалу регіону видається можливим за умови формування регіональної інноваційної моделі. Інноваційна модель регіону – це емерджентна сукупність елементів регіональної інноваційної системи та взаємозв'язків між ними, орієнтованих на створення інноваційної продукції, що формують додаткову цінність для його споживачів і так забезпечують інноваційний розвиток соціально-економічної системи регіону.

Сучасна інноваційна модель регіону, на думку автора, повинна спиратися не тільки на ресурсні можливості регіональної системи, переважно – на здатність цієї системи (її елементів) створювати додаткову цінність для товарів регіональної спеціалізації і послуг, які відповідають потребам ринку. Інноваційна модель регіону має відповідати сучасним викликам ринку та зовнішнього середовища, постійно удосконалювати товари та послуги, які створені в її рамках, організовувати системи виробництва, обміну, розподілу та споживання інновацій.

В основі регіональної інноваційної моделі, на нашу думку, повинна бути маркетингова інноваційна стратегія, яка дозволяє забезпечити: ліпше розуміння того, як просувати інновації;ефективну кооперацію між усіма учасниками інноваційного процесу;розробку адекватної регіональної інноваційної політики;виділення пріоритетних секторів (галузей), оцінювання ефективності поточної інноваційної політики, обмін кращим досвідом (бенчмаркінг);розвиток інноваційної культури в

суспільстві.

На жаль, існуючі підходи до моделювання не враховують роль маркетингу у формуванні інноваційного потенціалу регіону та підвищенні його конкурентоспроможності на інноваційній основі. Між тим, вплив маркетингових факторів, принципів та інструментів у формуванні інноваційної моделі регіону, як свідчить світовий досвід, суттєвий.

Побудова сучасної інноваційної моделі, з позиції маркетингового підходу, насамперед, полягає у визначенні структурного співвідношення її елементів та взаємозв'язків між ними, тобто суб'єктів і об'єктів регіональної інноваційної системи з тим, щоб забезпечити маркетингове управління інноваційним розвитком регіону.

У сучасній структурі інноваційної системи Черкаського регіону роль маркетингу мізерно мала: відсутні інститути, відповідальні за розробку і реалізацію маркетингових стратегій інноваційного розвитку території, а комунікації між фондами інноваційного розвитку, об'єктами інноваційної інфраструктури та регіональними органами влади здійснюються на директивній основі.

До основних напрямків розвитку регіонального маркетингу у сучасній інноваційній моделі Черкаського регіону можна віднести туризм і бізнес. Інновації у сфері туризму останнім часом набувають широкої популярності. Наприклад, використання ІТ-технологій дозволяють «віртуалізувати» деякі виробничі та торговельні операції у сфері туристичної діяльності, застосувати різні прикладні програми для ефективного управління й адміністрування підприємством.

Туризм є активним споживачем інформаційних інновацій, про що свідчать факти – популярними новими напрямами використання ІТ для туризму є: запровадження мобільного інтернету, електронних каталогів пропозицій, поширення on-line-бронювання не лише в роботі з рітейловими агентствами, а й безпосередньо з клієнтами. Неординарні ідеї, автоматизація і доступність довідкової інформації, розробка нових туристичних маршрутів, програмне забезпечення і програмні рішення – це тільки деякі приклади, які ілюструють інноваційну діяльність і напрям її подальшого розвитку [1].

Брендинг сьогодні також стає об'єктом інноваційної діяльності регіону. Розвиток регіонального брендингу пов'язаний з двома основними завданнями: формуванням бренду, як певного комплексного уявлення про регіон та формуванням довгострокової лояльності споживача до бренду. Інноваційний брендинг покликаний впроваджувати неординарні рішення, що виходять за рамки традиційних методів просування, у формуванні системи образів, які створюють неповторний імідж регіону, надаючи йому конкурентних переваг.

Бренд Черкаського регіону, зокрема «Золота Підкова Черкащини» нині добре знаний, але поки що тільки в Україні. Незважаючи на численні пам'ятки української історії та культури, потужний рекреаційний потенціал, у Черкаському регіоні поступово зменшується чисельність туристів: у 2013 р. регіон відвідало 15984 осіб, що майже удвічі менше, ніж у 2009 р[2].

«Бізнес»-напрям регіонального маркетингу видається найбільш цікавим і перспективним для інноваційного розвитку регіону. Ми окреслили коло основних завдань, які виконуються нині в рамках цього напряму.

1. Підвищення інвестиційної привабливості регіону. За даними Інституту економічних досліджень і політичних рекомендацій, який надає аналітичну оцінку інвестиційної привабливості регіонів, у 2014 р. Черкаський регіон посідає 18-те місце за «Індексом інвестиційної привабливості» серед 27 регіонів України [3]. Найменш розвинені, порівняно із загальнонаціональним рівнем, бізнес-сегмент та інновації, що свідчить про низький рівень ділової активності через невелику кількість підприємств і незначний обсяг інвестицій та витрат на інновації. Підтримка інвестиційної діяльності у Черкаському регіоні, у тому числі венчурного інвестування, координованого «Черкаським регіональним центром з інвестицій та розвитку», ставить за мету активізувати інвестиційно-інноваційну активність і залучити в регіон інноваційні проекти. Для виконання завдання залучення інвестицій в об'єкти інтелектуальної власності регіону необхідна маркетингова оцінка їх привабливості та затребуваності ринком з метою розробки програми просування перспективних галузей, які потребують модернізації основних фондів. На жаль, на сьогодні в регіоні подібний маркетинговий інструментарій для розв'язання зазначеної проблеми не використовується.

2. Підвищення привабливості регіону з погляду розміщення нових виробництв, реалізації проектів, зокрема інноваційних. За виконання цього суто маркетингового завдання в регіоні відповідає Департамент інвестиційно-інноваційної політики та зовнішньоекономічних зв'язків Черкаської обласної держадміністрації, одне із завдань якого – сприяння створенню інноваційно-інвестиційних та інноваційних проектів, бізнес-інкубаторів, технопарків на території регіону. Але функції, які виконує Департамент, не охоплюють повністю всі завдання регіонального маркетингу, і можна зробити висновок про те, що у регіоні відсутній досвід маркетингового управління інноваційним розвитком і застосування маркетингового інструментарію для виконання стратегічних завдань у цій сфері.

Відзначимо, що інноваційна активність у регіоні знаходиться на низькому рівні як з позиції фінансування, так і з позиції підприємницьких ініціатив. Це підтверджує негативна динаміка більшості показників інноваційного розвитку у період 2009 – 2013 рр., і порівняно з попереднім, 2012 роком. За результатами статистичного спостереження, проведеного Головним управлінням статистики в Черкаській області, у 2013р. інноваційною діяльністю займались 47 промислових

підприємств регіону, що становить 15% обстежених промислових підприємств. Найвищий рівень інноваційної активності спостерігався на підприємствах машинобудування, а також у виробництві харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів, переважна більшість яких зосереджена у містах обласного підпорядкування, що становить74,5% від загальної кількості промислових підприємств [4, с.8].

Низька інноваційна активність підприємств Черкаського регіону зумовлена тим, що основним джерелом фінансування на інновації залишаються власні кошти підприємств. Державна підтримка цього аспекту регіонального розвитку майже відсутня – це підтверджує той факт, що у 2013 р. на розвиток інноваційної діяльності державну допомогу отримало лише 1 підприємство у сумі 1275,3 тис.грн [4, с.56]. У згаданий період в інноваційну діяльність не були злучені також кошти вітчизняних інвесторів, місцевих бюджетів, позабюджетних фондів та інших джерел, що зумовлено низькою інвестиційною привабливістю регіональних виробництв ії неефективністю регіональної політики, у якій інноваційному розвитку регіону відводиться другорядна роль. Це підтверджується відсутністю стратегії інноваційного розвитку регіону та дієвих заходів стимулювання інноваційної активності суб'єктів господарювання.

До вжитих заходів на підтримку інноваційних проектів на рівні регіону можна віднести проведення конкурсів: «Перший національний грантовий конкурс «Інтелектуальний капітал України» Фондом майбутнього України у 2013 р. та «Всеукраїнський конкурс «Винахід року»Державним департаментом інтелектуальної власності у 2013 р [5].

Також, «Програмою економічного і соціального розвитку Черкаської області на 2013 рік»[6], яка розроблена обласною державною адміністрацією спільно з територіальними органами влади, визначено основні цілі науково-технічного та інтелектуального розвитку регіону, а саме:формування інноваційної інфраструктури; технічне і технологічне оновлення виробництва; фінансово-кредитна підтримка інноваційних підприємницьких проектів; запровадження сучасних систем якості. У рамках зазначеної програми діє «Довгострокова програма залучення інвестицій в економіку Черкаської області у період 2011-2015 років», основними напрямами реалізації якої у сфері інвестиційно - інноваційного розвитку є:сприяння розвитку інноваційних підприємств, що забезпечить поширення інноваційного підприємництва, розгортання в його середовищі економічної конкуренції;формування інноваційної культури суспільства: підтримка наукових видавництв, наукових та науково-популярних видань, розширення освітніх програм, підвищення рівня навчального та наукового процесу у закладах професійно-технічної та вищої освіти;створення умов для плідної співпраці професійно-технічних та вищих навчальних закладів з промисловими підприємствами, проведення роботи щодо покращення ситуації із захистом інтелектуальної власності;розгляд стратегічних інноваційних та інвестиційних проектів Черкаської області на засіданнях Ради вітчизняних та іноземних інвесторів при облдержадміністрації.

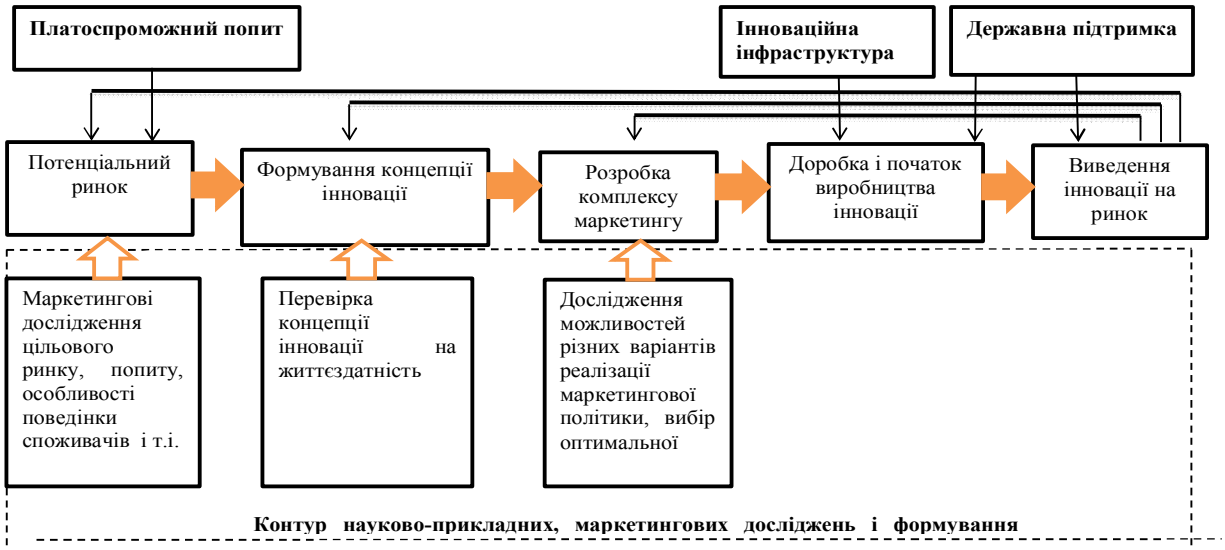

Рис. 1. Інноваційна модель розвитку Черкаського регіону

Окреслені напрями інноваційного розвитку регіону не знайшли очевидної реалізації у зазначених сферах, про що свідчать показники інноваційного розвитку. Дослідження також показали, що співробітництво бізнесу з місцевими ВНЗ і НДІ у сфері науково-дослідницьких розробок практикується мало, що свідчить про відсутність інноваційного середовища, яке сприяло б виникненню комерціалізації інноваційних ідей.

Розглянуте обґрунтовує необхідність застосування маркетингових інструментів регулювання інноваційної діяльності, що дозволить підвищувати ефективність реалізації регіональних інноваційних проектів та впроваджувати у виробництво товари, які відрізняються високою споживчою цінністю.

3. Активізація інноваційної діяльності у регіоні. Враховуючи обґрунтовану необхідність активізації інноваційної діяльності відзначимо, що побудова інноваційної моделі Черкаського регіону на маркетингових засадах актуальна і потребує ретельного розгляду. Запропонована автором інноваційна модель (рис. 1) являє собою лінійну послідовність етапів розширеного відтворення та ґрунтується на процесному (ступеневому) підході.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Підсумовуючи вищерозглянене, можна визначити, що за основу інноваційної моделі регіону взято твердження про те, що нові знання та ідеї можуть виникати на будь-якому етапі і в будь-якого суб'єкта інноваційного процесу, що потенційно може збільшити ефект від упровадження інноваційної розробки. Крім того, в інноваційну модель регіону ми вносимо блок маркетингу і, насамперед, маркетингових досліджень і аналізу, маркетингового управління (що ґрунтується на розробці комплексу маркетингу), блок комерціалізації та просування інновацій. Маркетинговий блок у моделі орієнтований на аналіз і порівняння економічних та соціальних ефектів від використання нововведень на кожній стадії їх життєвого циклу для прийняття оперативних управлінських рішень з метою збільшення доданої вартості створюваних у регіоні нововведень, а також виявлення загроз появи конкурентів у вигляді товарів-аналогів або товарів-субститутів, пошук нових способів просування, дистрибуції інновацій тощо.

Тому, сучасна інноваційна модель регіону повинна спиратися на маркетинговий інструментарій поряд з методами прямої та непрямої державної підтримки інновацій.

Список літератури

1. Михайліченко Г.І. Інноваційний розвиток туристичних підприємств: напрями змін та фактори впливу //Економіка. Управління. Інновації. - 2012. - №1 (7). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/myhajlichenko3.htm

2. Головне управління статистики у Черкаській області. Статистична інформація. Туристичні потоки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://www.ck.ukrstat.gov.ua/source/arch/2014/turizm_13.pdf

3. Рейтинг інвестиційної привабливості регіонів / Інститут економічних досліджень та політичних консультацій. – Київ, 2014. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrproject.gov.ua/sites/default/files/upload/reyting_investiciynoyi_privablivosti_regioniv_2014_1.pdf

4. Статистичний збірник «Інноваційна діяльність у Черкаській області за 2013 рік» / за ред. А.В.Бабич, відп. за випуск О.А.Дєгтяр. – Головне управління статистики у Черкаській області, 2014. – 143 с.

5. Інноваційна діяльність. Департамент інвестиційно-інноваційної політики та зовнішньоекономічних зв'язків. Черкаської обласної державної адміністрації. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://invest-oda.ck.ua/?p=19

6. Програма економічного і соціального розвитку Черкаської області на 2013 рік.[Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://www.oda.ck.ua/docs/2013/prog2013.pdf

7. Довгострокова програма залучення інвестицій в економіку Черкаської області у період 2011-2015 років. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://www.oda.ck.ua/?article=1071

Аннотация

Илона Наденко

РОЛЬ МАРКЕТИНГА В СОВРЕМЕННОЙ ИННОВАЦИОННОЙ МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Рассматривается суть инновационной модели региона и роль маркетинга в формировании инновационного потенциала региона. Определены основные направления развития регионального маркетинга в современной инновационной модели Черкасского региона.

Ключевые слова: *инновационный потенциал, инновационная модель региона, брендинг, инновационное предпринимательство.*

Summary

Ilona Nadenko

THE ROLE OF MARKETING IN A MODERN INNOVATIVE MODEL OF REGIONAL DEVELOPMENT

The essence of the innovative model of the region and the role of marketing in the formation of innovative potential of the region is considered. The main directions of regional marketing development in today's innovative model of Cherkasy region are identified.

Keywords: *innovative potential, innovative model of the region, branding, innovative entrepreneurship.*