

## **Methodical Maintenance of Building Marketing Mix Innovation in the Region**

**Tatiana Metil<sup>1</sup>**

**Abstract:** Substantiated and formulated are the principal provisions that determine the development of the methodology for constructing the RCMI. The methodology of constructing a regional innovation marketing complex is proposed. It includes the process of performing six stages: the substantiation of the research methodology, the determination of construction evaluation indicators, the formation of an information base, the definition of methods and tools for information collection, analysis and evaluation of information effectiveness, and recommendations for the development of the complex. The use of this methodology will make it possible to more effectively implement the basic functions of managing the innovative development of the region.

**Keywords:** region; marketing; innovation; regional innovation marketing complex (RKMI); strategic innovation marketing; regional innovation systems (RIS)

**Актуальность.** Необходимостью усовершенствования теоретических и методических подходов формирования комплекса маркетинга инноваций в регионе в современных рыночных условиях хозяйствования обусловили актуальность темы, ее важность и практическое значение, а так же цель и задачи исследования.

Важный внос в развитие теории формирования региональной инновационной системы, активизации инновационной деятельности в регионе, использование маркетинговых инструментов, выявлению закономерностей производства инновационной продукции заложено в работах зарубежных и украинских ученых: Портера М., Пасса К, Кристенса К., Велфорда Р., Федуловой Л., Захарченко В., Ковтуненко К., Егоршина А. и других.

Однако много вопросов по этой теме еще не решено, либо имеют дискуссионный характер. Прежде всего идет речь о разногласиях

---

<sup>1</sup> Lecturer, Izmail State University of Humanities, Ukraine, Address: Repina St, 12, Izmail, Odessa Region, Ukraine, 68601, Tel.: +38 (04841)51388, Corresponding author: [\\_metiltatyana@gmail.com](mailto:_metiltatyana@gmail.com).

исследователей во взглядах на организационный аспект построения регионального комплекса инноваций (РКМИ), что актуализирует рассмотрение этих вопросов в контексте инновационного развития региона.

**Целью исследования** является обоснование теоретических положений, подходов и разработка рекомендаций по поводу методического обеспечения построения комплекса маркетинга инноваций в регионе .

**Изложение основного материала.** В настоящее время в научных исследованиях существует определенное количество методических подходов к построению комплекса маркетинга на территории. Существующие методики можно разделить по принципу, который использует в своей основе экономический анализ, на формальные и неформальные.

Первая группа включает методы, в основе которых лежат достаточно строгие формализованные виды анализов и подходов:

- а) классические (балансовый, простых и сложных процентов, дисконтирования, интегральный, дифференциальный, логарифмический, ценных подстановок и другие методы анализа финансово-хозяйственной деятельности);
- б) традиционно статистические (группировка, графический, индексный, средних и относительных величин, рядов динамики)

Вторая группа базируется на описании нестрогих аналитических зависимостей на логическом уровне: формирование систем показателей, экспертных оценок, метода сценариев, морфологического сравнения и др.

Перечисленные методы уже активно используются не только в научных исследованиях, но и на практике региональных органов власти (46 209). При этом не хватает методического обеспечения, которое должно в своем составе, доступно для пользователей изложения методов с возможностью экспресс-диагностики состояния сферы маркетинга инноваций на той или иной территории.

Исходя из факторов инновационного развития региона выделяем целевые экономические установки для комплекса инноваций в регионе.

Выбор целевой экономической установки инновационного развития региона проводится с учетом определенных ограничений (учет факторов), сопровождающий процесс маркетинга инноваций.

Ограничениями первого рода могут быть:

-специфика производства конкретного региона. Своевременную экономическую систему региона на определенном этапе исследования следует рассматривать как сложную, замкнутую систему, в которой технологические потоки должны быть сбалансированными и приводить к минимизации затрат;

-в составе производства каждого региона могут применяться различные технологии и выпускаться принципиально другие инновационные продукты, но при этом часть производственной подсистемы может быть общей с другими регионами (сочетание новых технологий на техническом уровне). В процессе дальнейшей диверсификации комбинирования может только усугубляться;

-по данным организационного моделирования выпуска инноваций, примерно 75% обновленной продукции требует замены технологической системы со значительными этими затратами (Egorshin, 2006, p. 164).

Ограничения второго рода, как правило, связаны со спецификой регионального инновационного развития - по характеру поведения основных субъектов рынка инноваций. Речь идет о негативном дестабилизирующем влиянии различных факторов со стороны продавцов и потребителей инноваций в период освоения нововведений. Это может привести к потере ожидаемого эффекта от реализации на рынке инноваций, к ухудшению производственных характеристик инновационной деятельности.

Таким образом, как и с рыночной ценой инновации, выбор целевой установки и соответствующей стратегии будет компромиссом между субъектами рынка.

Что касается соответствующих стратегий для реализации инновационной продукции, то стоит обратиться к исследованиям Портера М. (Porter, 1997, p. 432):

-стратегия ценового лидерства, которая, в первую очередь, снижает затраты на производство инновационной продукции;

-стратегия дифференциальной инновационной продукции, которая учитывает конкретными динамическими условиями рынка инноваций;

-стратегия освоения рыночной ниши, которая заключается во внедрении рыночного сегмента, в котором есть возможность реализовать свою продуктивную или технологическое преимущество.

Первая стратегия требует при своей реализации усилий по снижению затрат и постоянных инвестиций в модернизацию инновационного производства с целью непрерывного ценового лидерства и расширение сбыта инновационной продукции.

Второй тип стратегии по содержанию является стратегией малых нововведений, связанных с содержанием рыночной ниши и доли на рынке, расходы на которые идут за счет оптимизации ценообразования.

Третий тип - стратегия рыночной специализации - связан с большими рисками и квалификацией менеджмента. Здесь возможно получение высоких доходов от вложенных инвестиций при условии закрепления в конкретной части рынка инноваций.

При этом необходимо помнить, что инновационная стратегия и политика должны содержать в своем составе действия по формированию опережающего спроса. В таком случае возможно применение метода ценообразования на основе спроса (*demand - based pricing*), который «определяет цену на продукт в первую очередь на основе интенсивности спроса, а не на основе затрат производства и распространения» (Pass, 1998, p. 627). В этом случае важными факторами спроса, влияющими на ценообразование, будут:

Возможно варьирование цены в течение определенного периода времени, так как спрос на инновационную продукцию будет варьироваться в зависимости от цикла деловой активности. Возможно устанавливать высокие цены, когда существует постоянный спрос, и снизить их, когда ослабевает спрос.

Или, более конкретно, разная инновационная продукция подвержена колебаниям спроса на нее в течение всего жизненного цикла продукции, соответственно будут меняться и цены. Высокие цены можно устанавливать на инновационную продукцию на ранней стадии жизненного цикла, когда она была только произведена, и спрос на цену еще неэластичен. В последующих стадиях, например стадии роста, цены будут снижаться, а расходы на рекламу расти;

Можно практиковать ценовую дискриминацию, варьируя цены в зависимости от группы потребителей, места, времени покупки и модели продукции. Ценообразование на основе потребителя допускает различные финансовые возможности различных групп потребителей и делает на это ставку, устанавливая цены, которые готовы заплатить потенциальные потребители.

Приходим к выводу: непрерывный стратегический маркетинг инноваций является основным инструментом выработки долгосрочной инновационной политики, который заключается в поддержании финансовой самостоятельности региона.

Концептуальная схема маркетинга инноваций в регионе связывает в систему формирования прогнозов потребностей, направление развития товарных и финансовых рынков, включая источники развития рынка инноваций. Стратегические маркетинговые исследования в регионе позволяют сформировать системный программный продукт, состоящий из приоритетных долгосрочных инновационных программ развития и перспективных инновационно-инвестиционных проектов, имеющих общее региональное значение и составляя предмет целевой внимания региональных органов власти.

Базой для формирования регионального комплекса маркетинга инноваций (РКМИ) является научно-технологический комплекс региона, представляющий собой совокупность организаций, осуществляющих маркетинговую, научную, инновационную и научно-образовательную деятельность, и научно-производственный комплекс, и который представлен предприятиями производственной сферы и сферы услуг различных форм собственности. Масштабность задач требует для их решения согласованных действий маркетинговых организаций и научно-технологического комплекса.

В связи с этим все более актуальным становится решение задач перехода региональных экономик в Украине на инновационный путь развития и формирования экономики, основанной на знаниях. Формирование РКМИ в целом естественно формировать в рамках создания региональных инновационных систем (РИС) (Zakharchenko, 2005, p. 43). Здесь возникает проблема правильного выстраивания действий власти, бизнеса и науки в регионе для скорейшего решения данной задачи. Ряд регионов Украины уже на протяжении последних пятнадцати лет создает РИС (Харьковская, Хмельницкая области), они прошли определенный путь в этом направлении и

получили опыт при решении этой задачи. Этот опыт может учитываться для быстрого и максимально взвешенного формирования целей, задач и мероприятий по построению своих РИС и РКМИ.

Федулова Л. обращает внимание на опыт ЕС для помощи отдельным регионам разработать инновационные стратегии, которые способствовали бы генерации и диффузии инноваций (Fedulova, 2014, p. 81). Эти схемы включают Региональные технологические планы (RTP - Regional Technology Plans), Региональные инновационные стратегии (RIS - Regional Innovation Strategies) и Региональные стратегии инноваций и трансфера технологий (RITTS - Regional Innovation and Technology Transfer Strategies) разработанные генеральными директорами (DGXVI і DGZVIII ).

Проведенные автором в рамках данного исследования диагностика и анализ инновационной деятельности отечественных регионов позволяет разработать методику построения РКМИ, призванную решать, прежде всего, управленческие задачи. В основу разработанной методики построения РКМИ положены международные и украинские методические подходы:

1. «Оценка институтов» - методология, разработанная для оценки эффективности и коммерческого потенциала институтов, широко используется при реорганизации государственных научных учреждений в Великобритании и других странах . Эта методология в рамках проекта TACIS FINRUS реализована в виде двух методик оценки «Коммерческой зрелости организации» и «Стадии развития разработки». (Welford, Prescott, 1999, p. 246)
2. Методология управления качеством, реализованная в международных стандартах серии ISO 9000 (Kristensen, 2004, p. 152). При этом определение качества применяется не только к продукции / услугам предприятий, но и к самим предприятиям.
3. Методики экспертизы инновационно-инвестиционных проектов, используемых в Украине различными государственными и региональными структурами при проведении конкурсов.
4. Методики оценки интеллектуальной собственности и ее использования, причем интеллектуальная собственность рассматривается и как самостоятельная ценность, и как инструмент усиления конкурентных преимуществ инновационной продукции (Kovtunen, 2014, p. 314).

5. Программы инновационного развития украинских регионов.

Основные задачи, которые были решены в процессе разработки данной методики, были следующие:

- обоснование методологии построения РКМИ;
- разработка содержания, структуры, индикаторов и показателей, порядка организации и проведения построения РКМИ (первичная оценка инновационного потенциала региона и РОС, оценка текущих показателей состояния и развития инновационной инфраструктуры региона, предложение первоочередных мероприятий по созданию элементов РКМИ).

Для построения данной методики по созданию РКМИ выделяем следующие направления (области) оценки:

- нормативно-правовая база относительно основных направлений оценки;
- инновационный потенциал региона;
- производственный потенциал региона;
- научный потенциал региона;
- потенциал образовательной сферы региона;
- диагностика и анализ инновационной инфраструктуры региона.

По каждому направлению оценки формируются аналитические записки с использованием соответствующего модельного аппарата. Также возможно формирование интегрального показателя оценки маркетинга инноваций в регионе.

Данная методика построения РКМИ в будущем рассматривается как инструмент подготовки научно обоснованного средства формирования инновационной политики региона и развития РИС.

Рассмотрим содержание этапов реализации методики построения РКМИ. Обоснование методологии предплановых исследований и определения параметров построения РКМИ:

1. Анализ зарубежного опыта, а также опыта, который накоплен в регионе при реализации «Стратегии - 2020» для достижения ниже определенных целей по развитию РКМИ по следующим направлениям:

Стимулирование инновационно-активных предприятий региона к использованию маркетинга инноваций.

Стимулирование создания малых и средних инновационно-активных предприятий.

Привлечение в регион внешних инвесторов, преимущественно в высокотехнологичную сферу.

Создать систему высококвалифицированных кадров для всех видов инновационной деятельности.

Повышение уровня инновационной культуры в регионе, обеспечивать информационную поддержку по мерам построения РКМИ.

Построение РКМИ предполагает достижение следующих целей:

обеспечение значительного роста прибавочной стоимости, которую создают инновационно-активные предприятия;

создание в регионе условий для развития существующих и создания новых предприятий и организаций на основе использования инновационного потенциала региона, научно-технологических достижений, полученных в Украине и за рубежом;

обеспечение коммерциализации научных разработок субъектов хозяйствования в регионе;

улучшение качества социально-экономического развития региона. Исходя из вышеизложенного в качестве параметров оценки РКМИ и были приняты вышеперечисленные направления деятельности, развитие которых ведет к формированию и построения в регионе эффективного РКМИ.

Определение индикаторов оценки построения РКМИ. Индикативная оценка перечисленных параметров имеет свои особенности в каждом регионе, но по каждому направлению следует оценивать следующие:

Направление 1-

создание офисов коммерциализации, инженерных центров, бизнес-инкубаторов и т.п., как центров генерации новых инновационно- активных предприятий;

формирование каналов финансирования новых инновационно- активных предприятий (фонды венчурного финансирования, бизнес-ангелы и др.)

организация системы продвижения инновационной продукции (логические организации, центры трансфера технологий, наличие в регионе системы выхода в международные сети типа RTTN)

организация региональных конкурсов среди молодых маркетинговых фирм;  
наличие системы обучения для молодых инноваторов-предпринимателей (мастер-классы и т.п.).

Направление 2 -

наличие кластеров, ориентированных на инновационную сферу;  
наличие системы информационного обеспечения членов РКМИ о наличии завершенных инновационных разработок;

наличие системы инновационной поддержки НИОКР, которые ведутся по задачам предприятий;

реализация инструмента государственно-частного партнерства в процессе финансовой поддержки молодых ученых, аспирантов и студентов;

наличие системы финансовой поддержки инновационно-инвестиционных процессов;

наличие системы организационной и финансовой поддержки, проведения инновационных выставок, форумов, семинаров для ученых и инновационных предпринимателей в регионе.

Направление 3 -

наличие динамики в создании недостающих элементов инфраструктуры по созданию РКМИ (офисов коммерциализации, центров сертификации, бизнес-инкубаторов, маркетинговых центров, фирм по разработке дизайна, по международному патентованию и др.);

создание «карты компетентности» имеющихся и созданных элементов инновационной инфраструктуры;

наличие системы оценки эффективности действующих элементов инновационной инфраструктуры в регионе.

Направление 4 -

наличие системы подготовки кадров для вновь бизнес-команд и новых инновационных предприятий;

наличие системы подготовки кадров для растущих и развивающихся инновационных производств (центров переподготовки, сетевые учебные программы и др.)

наличие системы подготовки высококвалифицированных конкурентов для работы в маркетинговых организациях;

наличие системы подготовки и переподготовки по основам инновационной и маркетинговой деятельности сотрудником средств массовой информации (СМИ).

### **Направление 5**

- информационная поддержка в средствах массовой информации действий региональных органов власти по созданию РКМИ;
- выпуск специализированных информационных бюллетеней;
- проведение региональных информационных конференций, форумов, создание информационных бюро;
- наличие системы обмена информацией по созданию РКМИ с другими регионами;
- мониторинг и оценка реализации построения РКМИ в СМИ.
- Формирование информационной базы построения РКМИ. Информационная база для реализации методики построения РКМИ должна быть сформирована из данных, полученных в результате:
  - анализа законодательной и нормативно-правовой базы, регулирующей инновационную деятельность в регионе;
  - анализа данных Государственной службы статистики Украины и аналитических агентств;
  - анализа данных открытых источников, в т. Ч. Интернет-ресурсов;
  - проведение рабочих встреч и интервью с представителями администрации региона и районов, руководителями промышленных предприятий, инновационно-активных предприятий;
  - проведение анкетирования представителей научных, производственных, инновационно-активных, образовательных организаций;

выборочное посещение и анализ деятельности организаций инфра- структуры поддержки инновационной деятельности (кластеры, технопарки, центры трансфера технологий, бизнес-инкубаторы, инжиниринг центры, консалтинговые фирмы и др)

использование результатов аналитических исследований в других регионах.

Определение методов и инструментов сбора информации для построения РКМИ. Основным методом сбора информации для методического обеспечения построения РКМИ может быть оформление запросов по адресу соответствующих органов власти региона. Это позволит обеспечить оперативность в получении соответствующей информации. Важным инструментом при этом может быть анкетирование (опрос). При этом могут быть разработаны соответствующие анкеты по целевым группам для оценки:

- инновационной активности и инновационного потенциала предприятий региона;
- потенциала организаций инновационной инфраструктуры региона;
- инновационного потенциала организаций науки региона;
- научно-технологического ресурса сферы образования региона.

Анализ полученной информации и оценка эффективности проведет ряд мероприятий по построению РКМИ. Анализ данных, полученных в процессе обработки анкет, интервью и рабочих встреч, базируется на статистической обработке с помощью специальных методов и экспертной интерпретации в соответствии с разработанным алгоритмом:

- описание фактической ситуации;
- сравнение фактических показателей/результатов создания РКМИ с целевыми (запланированными);
- анализ причин успехов / неудач при построении РКМИ;
- формирование и обоснование результатов реализации методики построения РКМИ;

Анализ полученной информации и оценка эффективности проведенных мероприятий по построению РКМИ. Анализ данных, полученных в процессе обработки анкет, интервью и рабочих встреч, базируется на статистической

обработке с помощью специальных методов и экспертной интерпретации в соответствии с разработанным алгоритмом:

- описание фактической ситуации;
- сравнение фактических показателей/результатов создания РКМИ с целевыми (запланированными);
- анализ причин успехов/неудач при построении РКМИ;
- формирование и обоснование результатов реализации методики построения РКМИ;

-расчет экономической эффективности (соотношение результатов и затрат на его достижение) построения РКМИ.

Разработка рекомендаций по развитию РКМИ. Разработка экспертами, которые проводили реализацию методики построения РКМИ, рекомендации по развитию РКМИ по запросу региональных властей может быть в следующем:

- разработке инновационной политики региона на 5-7 лет;
- разработке инновационной стратегии региона на 3-5 лет;
- разработке региональной целевой стратегии региона на 1-2 года;
- разработке региональной целевой программы по развитию малого предпринимательства в регионе на 1-2 года;
- разработке региональной целевой программы по созданию подготовки/переподготовки кадров для развития инновационной деятельности в регионе.

**Вывод.** На основе вышеизложенного сделаем следующий вывод. В управлении процессом построения РКМИ данная методика выполняет такие функции, как: оценка результатов РКМИ, состояния инновационной и маркетинговой деятельности; принятие решений о способах и механизмах создания и развития РИС; оценка влияния развития инновационного потенциала на социально-экономическое развитие региона: мотивация, контроль и организация маркетинговой деятельности, а также специальные - развитие потенциала и эффективного использования ресурсов для инновационного развития региона.

Использование методики построения РКМИ позволит более эффективно осуществлять базовые функции управления инновационным и социально-экономическим развитием региона: мотивация, контроль и организация маркетинговой деятельности, а также специальные - развитие потенциала и эффективного использования ресурсов для инновационного развития региона. Разработана методика, в случае ее проведения, позволит: обеспечить региональным органам власти перейти на организацию мониторинга и оценки эффективности создания РИС; построить систему обратных связей в управлении региональной экономикой; согласовывать качественные и количественные показатели формирования и развития РИС; определить инвестиционную привлекательность региональных инновационных проектов и уровень коммерциализации продукции и услуг; определить влияние РКМИ на формирование инновационной и социально-экономической политики региона.

## **Литература**

Egorshin, A. (2006). *The concept of management of innovative development of the region: monograph/Егоршин А.П.* Концепция управления инновационным развитием региона: монография. Н.Новгород. 75 с.

Fedulova, L. (2014). *Technological Policies: a global context and practice: monograph/Федулова Л.І.* Технологічна політика: глобальний контекст та українська практика: монографія Київ: КНТЕУ. 844 с.

Kovtunen, K. (2014). *Theoretical and methodological principles of forming the intellectual capital of innovation-active industrial enterprises in terms of strategic changes/Ковтуненко К.В.* Теоретико-методологічні засади формування інтелектуального капіталу інноваційно-активного промислового підприємства в умовах стратегічних змін: монографія . Одеса: ФОБ. 496 с.

Kristensen, K. (2004). *Solution of the problem of innovation in business. How to create a growing business and successfully support its growth/Кристensen К.М.* Решение проблемы инноваций в бизнесе. Как создать растущий бизнес и успешно поддерживать его рост Москва: Альпина Бизнес Букс, 290 с.

Pass, K. (1998). *Great Dictionary of Business/Большой толковый словарь бизнеса Москва: Вече.* АСТ. 688 с.

Porter, M. (1997). *Strategic competition. Technique of Analogy of Galusies and Partnerships/Портер М.Е.* Стратегія конкуренції. Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів. Київ: Основа. 462 с.

Welford, R. & Prescott, K. (1999). *European Business.* 3<sup>th</sup> Ed. Putman Publ., p. 482.

Zakharchenko, V. (2005). *Innovative system of the region: monograph/Захарченко В.І.* Інноваційна система регіона: монографія/Одесса: Наука и техника. 116 с.