

УДК 351

Розробка інноваційних стратегій та їх впровадження в соціально-економічну структуру регіону

С.А. КВІТКА, О.О. СОКОЛОВСЬКА

Дніпропетровський регіональний інститут державного управління
Національної академії державного управління при Президентові України,
м. Дніпропетровськ, Україна, E-mail: skvitka@i.ua

Авторське резюме

У статті представлені підходи до розробки інноваційної стратегії розвитку регіону, в основі якої лежать форсайт-технології і брендинг регіону, здатні вивести економіку регіону на якісно новий рівень впровадження і розвитку інноваційних проектів.

Ключові слова: форсайт, регіон, інновації, стратегія розвитку, брендинг.

Developing innovative strategies and their implementation in the socio-economic structure of the region

S.A. KVITKA, O.O. SOKOLOVSKA

Dnepropetrovsk regional institute of public administration, the National academy of public administration, office of the President of Ukraine, Dnepropetrovsk, Ukraine,
E-mail: skvitka@i.ua

Abstract

The paper presents approaches to the development of innovative strategies in the region, which is based on technology foresight and branding of the region who are able to bring the economy of regions to a new level of implementation and development of innovative projects.

Key words: foresight, region, innovations, strategy of development, brending.

Постановка проблеми. Розробка інноваційної стратегії регіону є новим та досить складним процесом як в Україні, так і за кордоном. За останні десятиліття накопичені різні підходи до її побудови. Відзначимо, що спосіб побудови інноваційної стратегії розвитку регіону та спосіб здійснення втручання (інтервенції) мають важливі наслідки для всього процесу перетворень у регіоні. Розробка інноваційної стратегії передбачає наявність відповідного інституційного середовища, зокрема, розвиток в регіоні технологій форсайта, брендингу регіону, а також інституту стейкхолдерів, які стануть ініціаторами і провідниками інновацій у регіоні.

Для того щоб інноваційна активність у регіоні зросла, необхідно створити відповідні інституційні умови. А створити такі умови неможливо без відповідної стратегії регіону. У той же час в регіонах відсутня єдина організаційна основа, що забезпечує управління інноваційною стратегією, відсутня інфраструктура для управління інтелектуальним потенціалом регіонів. При цьому саме така інфраструктура дозволить визначати значущі проектні ініціативи, проводити їх експертизу, знаходити можливі способи капіталізації активів регіону, шляхи та механізми інвестування найбільш важливих і перспективних проектів.

Аналіз досліджень і публікацій. Розробка регіональної інноваційної стратегії, яка здійснюється в рамках традиційного підходу, на сьогоднішній день має суттєві недоліки, у тому числі:

- при її побудові часто досить складно заздалегідь сформулювати чіткі і зрозумілі цілі перетворень;

- нелегко розробити і реалізувати в повному обсязі стратегію перетворень навіть у тому випадку, якщо в ці процеси буде залучено максимальну кількість суб'єктів життєдіяльності регіону;

- процес досягнення оптимального рішення є занадто тривалим, що не дозволяє врахувати ризики можливих змін у системі в процесі реалізації проекту;

- участь зовнішніх експертів у розробці стратегії може викликати проблеми, пов'язані з недостатнім розумінням експертами специфіки регіону;

- в ході побудови регіональної інноваційної стратегії дуже складно точно виміряти вплив і успіх втручання брендингу та форсайта, що необхідно для того, щоб продовжити або змінити концепцію побудови регіональної інноваційної стратегії [1].

Формування нової концепції розробки стратегії передбачає створення в регіоні мережевої

структури декількох груп, які пов'язані з ключовими аспектами і проблемами її впровадження. Передбачається, що через взаємодію з мережами організацій всередині регіону ініціюється процес постійного вивчення результатів перетворень, відбувається апробація запропонованої парадигми, що значно посилює інноваційність власне самих учасників цього процесу.

В останні десятиліття на Заході, зокрема в країнах європейської спільноти, для подолання недоліків, властивих традиційному підходу, були запропоновані нові парадигми зміни складних економічних і соціальних систем. Проблематика впровадження форсайта та брендингу в практику розробки стратегій розвитку регіонів України поки що мало вивчена, але на даний момент є надзвичайно актуальною саме для розвитку інноваційних стратегій, бо без формування регіонального бренду і грамотного форсайта, інноваційні стратегії не будуть себе виправдовувати повною мірою і не принесуть того результату, який необхідний для розвитку регіону. Зазначені дослідження знайшли відображення у працях вітчизняних і зарубіжних учених, таких як Третяк В.П., Ридченко А.Ф., Попов С.В., Калиничев В.Л., Шелюбська Н.В. та інших.

Метою дослідження є аналіз підходів до розробки інноваційних стратегій регіону.

Виклад основного матеріалу. У процесі розробки інституційний аспект впровадження форсайта та брендингу полягає в тому, що ключові економічні суб'єкти регіону стають партнерами. Це гарантує швидкий обмін інформацією між ними і координацію їх дій.

Змістовний аспект передбачає створення системи індикаторів, яка інформує про правильне чи неправильне здійснення регіональної інноваційної стратегії. Для розробки такої системи індикаторів можна використовувати результати зарубіжних досліджень регіональних інноваційних стратегій. Формування інноваційної стратегії регіону не можна розуміти як абсолютно раціональне прийняття рішень, що складається з окремих стадій: постановка цілей, розробка програм і здійснення проєктів. Швидше слід представляти процес розробки стратегії як процес проб і помилок. Це вагомий аргумент на користь використання форсайт-технологій. Спираючись на вищевикладені аргументи, можна характеризувати розробку інноваційної стратегії одночасно і як процес дослідження даної стратегії.

Політика, заснована на рефлексивному вивченні, може підтримуватися набором інструментів, що забезпечують постійне само-спостереження і моніторинг довкілля. Такими інструментами є порівняльні дослідження (benchmarking), оцінка технологій та технологічний прогноз. Причому проведення порівняльних досліджень з іншими регіональними

інноваційними стратегіями передбачає не копіювання механізмів, які застосовуються у них, а пошук і розробку найбільш оптимальних для конкретного регіону [2, с.41]. Такий підхід сформує технологічний потенціал регіону в цілому, а капіталізуватися цей потенціал буде при створенні нової продукції на базі нових технологій.

Досить часто обговорення питання інновацій спрощується і зводиться до комерціалізації наукових розробок і винаходів, яке здійснюється за рахунок збільшення фінансування з боку підприємницького сектора та позабюджетних фондів України. Ми вирішили відійти від традиційних підходів і продемонструвати, як бренд стимулює розвиток інновацій, як це відбувається на якості продукту, створює і вдосконалює нові процеси обслуговування і управління, тим самим змінюючи життя сучасної людини і суспільства в цілому.

Розробка інноваційної стратегії починається з визначення самої інновації, її цілі, форми, функцій і кінцевого ефекту. Далі необхідно визначення інструментів, за допомогою яких інновація буде реалізовуватися. Щоб знайти ці інструменти, необхідно з'ясувати, наскільки ефективно вони працюватимуть, а також розробити таку стратегію, щоб при зміні зовнішніх умов інструменти могли бути легко адаптовані і продовжували працювати для успішного досягнення мети [3].

Інноваційні стратегії обумовлюють зовсім інше ставлення до змін - замість того, щоб придушувати і мінімізувати зміни, економічні суб'єкти прагнуть до них.

Замість спонтанної реакції на виниклу проблему аналізуються майбутні можливості і небезпеки, замість приватних рішень ведеться глобальний пошук альтернативних шляхів дій, замість однієї ідеї генеруються численні альтернативи, замість задовільності процесом прийняття рішень вибір спрямовано на кращу з наявних альтернатив. Замість того, щоб прагнути до збереження минулого, економічні суб'єкти виступають за безперервну зміну майбутнього стану. Таким чином, підтверджуємо справедливості незаперечного факту - інновації є рушійною силою створення та розвитку як компаній, так і територіальних систем і, як наслідок, існування брендів.

Брендам, розробленим на основі впровадження інноваційних стратегій, набагато легше проникнути в нові сфери товарів і послуг, ніж традиційним брендам. Споживачі очікують від такого бренду прагнення до пошуку нових шляхів розвитку та з більшою готовністю йдуть за ним на недосліджену територію. Таке швидке визнання з боку споживачів, по-перше, допомагає новому продукту швидко досягати оптимальних обсягів виробництва, а по-друге, здатне зменшувати супутні витрати, оскільки

в цій ситуації потрібно куди менше зусиль для пояснення суті і переваг нового продукту і переконання його придбати [4].

Як правило, регіональна інноваційна програма містить ув'язаний за ресурсами, виконавцями та строками виконання комплекс наукових досліджень і розробок, а також заходів по їх здійсненню. Разом з тим, при формуванні інноваційної стратегії в регіоні увага повинна акцентуватися на процесі управління його конкурентними перевагами з метою підвищення його конкурентоспроможності. Оскільки, початковою метою передових компаній світу є підвищення конкурентоспроможності своєї продукції, на основі чого вже потім формується бренд товарів або компанії, таким же чином формується і бренд регіону, на розвиток якого впливає зовнішнє і внутрішнє середовище регіону. Для забезпечення ринкового успіху інновацій, який полягає у формуванні сильних брендів, як основних інструментів конкурентної боротьби за споживача, особливо важливу роль відіграє комунікативна стратегія виробників. Що стосується регіону, то тут необхідно розробляти індивідуальний підхід до формування стратегій брендингу, де в обов'язковому порядку повинні виступати ініціатори (стейкхолдери) цього проекту, зацікавлені в його розвитку і реалізації [5, с.19].

Регіон - це цілісне утворення з розгалуженою інфраструктурою і найголовнішим елементом - населенням. При розробці стратегії брендингу території необхідно не тільки брати

до уваги бажання владних структур, а й враховувати потреби в реалізації іміджу території в представленні його населення в перспективі.

Невід'ємною частиною форсайта, а також кластерів, які здатні акумулювати в собі інноваційні проекти і дати поштовх їх розвитку в регіоні, і виступає інноваційний брендинг.

Висновки. Проведене дослідження дозволяє зробити наступні висновки.

1. У сформованій сьогодні ситуації необхідно використовувати ініціативні проекти, погоджуючи їх із загальною схемою розробки інноваційної стратегії. Саме вироблення такої схеми повинно стати основою регіональних проектів.

2. Пропаганда необхідності формування бачення майбутнього регіону корисна для соціально активних громадян, які бажають за допомогою участі у форсайті скласти більш повне уявлення про майбутній економічний і соціальний розвиток регіону, ідентифікувати потенційні ризики та можливості для того щоб виробити стратегії поведінки.

3. Сталлий розвиток регіону залежить не тільки від проведеної владними регіональними структурами інноваційної політики, а й від цілеспрямованої діяльності щодо створення позитивного іміджу регіону.

4. Грамотна концепція регіонального брендингу та форсайту дозволяє сформулювати вигідні інноваційні стратегії розвитку регіону, а також розробити стійкі стратегії його позиціонування.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Русинів В.М., Разгуляев К.А., Тимофеева Ю.Л., Колошин А.Б. Аналіз зарубіжного досвіду підвищення галузевої, регіональної та національної конкурентоспроможності на основі розвитку кластерів. [Електронний ресурс]. Режим доступу URL: <http://www.public.ru/>
2. Марача В.Г. Регіональне стратегічне планування: основні підходи та умови реалізації / В.Г. Марача // Міжнародний журнал «Проблеми теорії та практики управління». - 2008. - № 11. - С. 35-42.
3. Шінсток Г. Механіка і логіка регіональних інноваційних систем. [Електронний ресурс]. Режим доступу URL: <http://www.innosys.spb.ru/>
4. Хмелевський С.В. Вибір інноваційної стратегії. [Електронний ресурс]. Режим доступу URL: <http://www.innosys.spb.ru/>
5. Третьак В.П. Форсайт у питаннях і відповідях. Ч. 3. - М.: 2010. - 27с.

REFERENCES:

1. Rusyniv V.M., Razghuliaev K.A., Tymofieieva Yu.L., Koloshyn A.B. Analiz zarubizhnoho dosvidu pidvyshchennia haluzevoi, rehionalnoi ta natsionalnoi konkurentospromozhnosti na osnovi rozvytku klasteriv (Analysis of foreign experience increasing sectoral, regional and national competitiveness through the development of clusters). [Elektronnyi resurs]. Mode of access URL: <http://www.public.ru/>
2. Maracha V.H. Rehionalne stratehichne planuvannia: osnovni pidkhody ta umovy realizatsii (Regional strategic planning: basic approaches and terms of implementation). Mizhnarodnyi zhurnal «Problemy teorii ta praktyky upravlinnia». 2008. № 11. P. 35-42.
3. Shinstok H. Mekhanika i lohika rehionalnykh innovatsiinykh system (Mechanics and logic of regional innovation systems). [Elektronnyi resurs]. Mode of access URL: <http://www.innosys.spb.ru/>
4. Khmelevskiy S.V. Vybir innovatsiinoi stratehii (Choice of innovation strategy). [Elektronnyi resurs]. Mode of access URL: <http://www.innosys.spb.ru/>
5. Tretiak V.P. Forsait v pytanniakh i vidpovidiakh (Forsythe questions and answers). Part. 3. M.: 2010. 27 p.

Квітка Сергій Андрійович – докторант, кандидат філософських наук, доцент
Дніпропетровський регіональний інститут державного управління Національної академії
державного управління при Президентові України
Адреса: 49044, м. Дніпропетровськ, вул. Гоголя, 29
E-mail: skvitka@i.ua

Kvitka Serhii Andriiovych – doctoral candidate, PhD in philosophy, associate professor
Dnepropetrovsk regional institute of public administration, the National academy of public adminis-
tration, office of the President of Ukraine
Address: 29, Gogol Str., Dnipropetrovsk, 49044
E-mail: skvitka@i.ua

Соколовська Оксана Олексіївна – магістр державного управління, начальник управління
економіки районної державної адміністрації Дніпропетровського району Дніпропетровської
області
Адреса: 52005, Дніпропетровська обл., сел. Ювілейне, вул. Теплична, 5
E-mail: anaskosok@ukr.net

Sokolovska Oksana Oleksiivna – master of public administration, head of economic district state
administration of Dnepropetrovsk region
Address: 5, Hothouse Str., Pos. Anniversary, Dnipropetrvsk region, 52005
E-mail: anaskosok@ukr.net