

О. А. Біловодська, к.е.н., доцент,
А. К. Шимаріна, аспірант,
Сумський державний університет

НАПРЯМИ ПОСИЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ РИНКІВ ПРИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙ

Ефективна комерціалізація інновацій промисловими підприємствами повинна будуватися на основі системної оцінки маркетингового забезпечення регіональних ринків, оскільки його безперерійність та стійкість не тільки підвищує ефективність продаж, а й дозволяє знизити ризикованість розподілення інновацій на ринку. Однак, як свідчать результати оцінки [1], інтегральний рівень маркетингового забезпечення більшості регіонів потребує посилення. У зв'язку з викладеним пропонуємо такі напрями його посилення:

1. *Активізація наукової діяльності та науково-технічного співробітництва:* розвиток публікаційної активності викладачів, науковців та практиків у різних галузях знань; посилення грантової діяльності, участі у наукових, науково-технічних проектах, що фінансуються за рахунок державних коштів, громадських організацій, державних та закордонних фондів, бізнес-спільноти тощо; активізація взаємодії між науковими організаціями та підприємствами різних сфер діяльності для впровадження розробок наукових та науково-технічних проектів; інтенсифікація міжнародних відносин за рахунок, наприклад, стажування, спільних проектів, організації та проведення сумісних наукових заходів з країнами ЄС, СНД та інші.

2. *Розширення технологічного переоснащення та технічних рішень для автоматизації маркетингових процесів:* надання пільг підприємствам, що інтенсивно оновлюють технологічний парк, встановлюють спеціальні комп'ютерні програми, які підвищують ефективність їх діяльності, у т.ч.. маркетингової, наприклад, для виконання спеціальних маркетингових досліджень, маркетингового планування та бюджетування тощо; сприяння в

упровадженні податкового кредиту на приріст витрат на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення; запровадження ефективних фінансово-кредитних механізмів для залучення відповідних програм технологічного переоснащення та автоматизації маркетингових рішень та інші.

3. Формування сприятливого інноваційно-інвестиційного клімату підприємств промисловості: інвестиції в інновації та підготовка кваліфікованої робочої сили (оплата навчання талановитої молоді, створення умов для зайняття науковою та інноваційною, інтелектуальною діяльністю); впровадження заходів державного протекціонізму стосовно розроблення, виробництва та впровадження високотехнологічної продукції, нових технологічних процесів тощо; налагодження внутрішніх та зовнішніх партнерських відносин між підприємствами та іншими суб'єктами ринку, а також розширення державно-приватного партнерства шляхом активізації розвитку партнерства уряду та промисловців як інституційного механізму інноваційних змін; збільшення свобод інвесторів, а також підвищення рівня захисту інвесторів інноваційних проектів; розроблення та реалізація заходів щодо підвищення привабливості для бізнесу з використанням податкових інструментів, регуляторних заходів щодо розвитку відповідних ринків як у середині країни, так і ззовні; розвиток технологічної і науково-технічної сфери; поширення реалізації обласними державними адміністраціями навчальних програм серед бізнесменів із підготовки інноваційних розробок та інвестиційних пропозицій, складання інвестиційних бізнес-планів, юридичний супровід та управління інноваційно-інвестиційними проектами; створення реєстру (бази даних) науково-технічних досліджень та розробок за галузями для інформування суб'єктів господарювання тощо.

4. Активізація процесів комерціалізації продукції, у т.ч. інноваційної, промисловими підприємствами [2]: розвиток спеціальних інститутів інноваційного розвитку (інноваційних центрів, науково-навчальних центрів, інноваційних бізнес-інкубаторів, центрів комерціалізації інтелектуальної власності, регіональних центрів науки, інновацій та інформатизації,

інноваційно-технологічних кластерів тощо); державні фінансові гарантії для комерційних банків, що надають кредити інноваційно орієнтованим суб'єктам господарювання, або розвиток тих видів фінансової діяльності, що мають цільову орієнтацію на досягнення високих прибутків за високих ризиків, зокрема венчурного фінансування; підтримка обласною радою розроблення нових технологій та їх комерціалізації відповідно до визначеної стратегії; підтримка промислових видів діяльності в напрямі підвищення конкурентоспроможності економіки країни та інші.

5. *Розвиток ринку інтелектуальної власності*: захист прав власності та гарантування чесної конкуренції; стимулювання промислових підприємств створювати та застосовувати передові технології, раціоналізаторські пропозиції; посилення контролю, удосконалення системи моніторингу об'єктів інтелектуальної власності; забезпечення моральних та економічних прав авторів на результати інтелектуальної діяльності; стимулювання творчої активності людей, застосування її результатів, а також заохочення чесної торгівлі за рахунок, наприклад, переосмислення ставлення до винахідницької діяльності, формування у суспільній свідомості її престижності; визначення правового режиму винаходів та інших об'єктів промислової власності; удосконалення ринку прав на результати інтелектуальної діяльності; підвищення рівня свідомості й правової культури українського суспільства у сфері інтелектуальної власності та інші.

6. *Покращення рівня конкурентоспроможності регіону*: розроблення сталої стратегії розвитку області та відповідного плану дій з метою підвищення її привабливості; визначення середньострокових і довгострокових цілей на основі аналізу виявлених проблемних питань майбутнього розвитку та інші.

1. Bilovodska O. Analyze of marketing resources of a region – the base for creation reasonable distribution policy of innovations at industrial enterprises. *Managing economic growth: marketing, management, and innovations* / eds: S.M. Illiashenko, W. Strielkowski. 1st edition. Prague : Prague Institute for Qualification Enhancement, 2016. pp. 192-208.

2. Інноваційна Україна 2020 : національна доповідь / за заг. ред. В.М. Гейця та ін. ; НАН України. К., 2015. 336 с.

Біловодська О.А. Напрями посилення маркетингового забезпечення регіональних ринків при комерціалізації інновацій / О.А. Біловодська, А.К. Шимаріна // Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій : матеріали I Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції (м. Луцьк, 5 жовтня 2018 р.). – Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2018. – С. 45-47.