

УДК 330.341:332.146.2

В. Ю. Лунина*

НЕОБХОДИМОСТЬ РАЗРАБОТКИ ИННОВАЦИОННО-МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ МОНОФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ГОРОДОВ

У статті озвучена необхідність розробки інноваційно-маркетингової стратегії розвитку монофункціональних міст на прикладі Донецької і Луганської області. Розроблена модель оцінки впливу інноваційно-маркетингової привабливості на соціально-економічну стійкість монофункціонального міста, яка дозволить виробити управлінські рішення з приводу підвищення рівня інноваційно-маркетингової і інвестиційної привабливості підприємств, від яких залежить стійкий економічний і соціальний розвиток монофункціонального міста.

Ключові слова: інноваційно-маркетингова стратегія, монофункціональне місто, мегатовар, інноваційна інфраструктура.

В статье озвучена необходимость разработки инновационно-маркетинговой стратегии развития монофункциональных городов на примере Донецкой и Луганской области. Разработана модель оценки влияния инновационно-маркетинговой привлекательности на социально-экономическую устойчивость монофункционального города, которая позволит выработать управленческие решения по поводу повышения уровня инновационно-маркетинговой и инвестиционной привлекательности предприятий, от которых зависит устойчивое экономическое и социальное развитие монофункционального города.

Ключевые слова: инновационно-маркетинговая стратегия, монофункциональный город, мегатовар, инновационная инфраструктура.

The article announced the need for innovation and marketing strategy of development of monofunctional towns on the example of Donetsk and Luhansk region. The model of assessing the impact of innovation and marketing appeal to social and economic sustainability of monofunctional town, which will allow to develop managerial decisions about improving innovation and marketing and investment attractiveness of enterprises which depend on sustainable economic and social development of a monofunctional city is developed.

Keywords: innovative-marketing strategy, monofunctional city, megatovar, innovative infrastructure.

Постановка проблеми. Тенденції останніх 30-ти років світового економічного розвитку свідчать про те, що на повестку дня все частіше виносяться питання, пов'язані, так чи інакше, з стійким розвитком міст, зокрема малих міст, більшу частину в кількості яких займають монофункціональні міста.

В першу чергу це стосується старопромислових Донецького і Луганського регіонів, в склад яких входять монофункціональні міста з градообразуючими угледобувальними підприємствами на чолі. Ця галузь залишається основою в економічному розвитку даних міст. Це відображається на екології міст, їх соціальному, культурному і економічному рівні розвитку. Сьогодні необхідні нові підходи до розробки стратегій розвитку таких міст, не просто для їх виживання, а можливості стати конкурентоспособними серед великої кількості не тільки малих, але і середніх і великих міст.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Учені, як України, так і інших країн багато

уваги приділяють проблемам стратегічного планування в регіонах і містах. Серед українських учених питання стратегічного планування міста знайшли відображення в працях В. Родченка [1], О. Карія [2]. Проблеми інноваційно-маркетингового регіона і його міст, підприємств і інструменти маркетингу в межах формування інноваційної моделі розвитку детально розглянуті в дослідженні Н. Глинського [3].

Також необхідно відзначити дослідження К. Глонта [4], А. Романової [5]. Проблеми формування стратегії розвитку старопромислових міст розглянуті в роботі І. Стародубровської [6]. В роботі В. Захарченко, Н. Меркулова представлені результати досліджень, присвячених аналізу економічних і соціальних проблем інноваційно-маркетингового розвитку регіона і його міст [7].

Великий внесок в вивчення проблем розвитку монофункціональних міст в сучасних умовах внесли такі учені, як: О. Васильєва, Н. Васильєва, В. Любовний, І. Тургель і т. д.

* Лунина В. Ю. — викладач кафедри маркетингу, Донецький державний університет управління, м. Донецьк.

Но несмотря на достаточно большое количество трудов по вышеизложенной проблематике, вопросы формирования инновационно-маркетинговой стратегии для монофункциональных городов, практически никем не рассмотрены.

Целью статьи является обоснование необходимости разработки инновационно-маркетинговой стратегии монофункциональных городов.

Изложение основного материала исследования. За последние 10 лет в городах Украины были утверждены десятки стратегий развития городов. Первыми городами, которые разработали стратегический план развития стали такие крупные города, как Ивано-Франковск (1997 г.), Киев, Львов, Харьков, Донецк. Далее стратегии стали формировать средние, а чуть позже и малые города. Но по прошествии нескольких лет (от 3-х до 5-ти) среди малых монофункциональных городов очень мало положительных примеров успешной реализации стратегии на практике. Это свидетельствует о существенных недостатках либо самих стратегий, либо механизма их реализации.

С точки зрения маркетинговой концепции управления развитием территории, регион можно рассматривать в качестве хозяйствующего субъекта, формирующегося на базе местных ресурсов, который предлагает и обменивает на четко определенных принципах и в определенных формах специфические «территориальные товары» для определенного круга потребителей [2, с.216; 3, с.436]. Эти товары (услуги), объединенные в системное целое, представляют определенный продукт (городские блага, ценности), который и является предметом территориального маркетинга. Так, по мнению Глинского Н. раз-

витие малых городов в большей степени связано с их материальным характером, естественными средствами, выгодами географического расположения, чем с «интеллектуальными продуктами». Для отображения сложности понятия территориального товара в научной литературе применяют понятия «субпродукт» и «мегатовар». Субпродуктом является отдельное предложение города на определенном рынке (например, инвестиционный продукт). Мегатоваром города как специфической концентрации факторов является система ценностей города, то есть сальдо позитивных и негативных внешних эффектов [3, с.436].

Исходя из вышесказанного, концепция мегатовара имеет огромное значение для развития монофункциональных городов. В пользу этого свидетельствует всеми признанная потребность в формировании положительного имиджа территории (монофункционального города). Достаточно сложно изменить формировавшийся многими годами образ города. Это значит, что необходимо выстраивать долгосрочную маркетинговую стратегию, которая будет базироваться на концепции развития и продвижения мегатовара. Но сегодня необходимо говорить, не просто о маркетинговой стратегии территории, а учитывать инновационную составляющую, которая будет способствовать наиболее быстрому и стабильному развитию территории.

На примере монофункциональных городов Донецкой и Луганской областей рассмотрим необходимость формирования инновационно-маркетинговой стратегии.

В табл. 1 представлены данные по численности населения в монофункциональных горо-

Таблица 1

Динамика численности населения в монофункциональных городах Донецкой и Луганской области

Область	Город	Численность населения, тыс. чел				
		2009	2010	2011	2012	2013
Донецкая	Дзержинск	76	75,2	74,4	73,6	72,9
	Димитров	51,6	50,3	51,0	50,7	50,5
	Доброполье	64,8	64,3	63,9	63,5	62,9
	Докучаевск	24,6	23,7	24,5	24,5	24,4
	Новгородовка	15,8	15,7	15,6	15,4	15,3
	Снежное	72,5	71,8	71,3	70,6	70,1
	Шахтерск	62,5	61,7	61,2	60,9	60,4
Луганская	Брянка	55,7	55,2	54,7	54,1	53,6
	Кировск	38,2	37,7	37,2	36,7	36,3
	Первомайск	72,6	71,9	71,1	70,6	70,0
	Ровеньки	86,1	85,4	84,8	84,4	83,9
	Рубежное	61,8	61,5	61,1	60,7	60,4
	Лутугино	69,4	68,8	68,4	68,0	67,6
	Перевальск	75,1	74,1	73,1	72,4	71,7
	Попасное	42,9	42,3	41,7	41,2	40,7

дах Донецкой и Луганской области. Из общего числа монофункциональных городов взяты те, статистическая информация о которых была доступна.

Динамика численности населения — это первый индикатор, который показывает, насколько успешно реализуется та или иная стратегия развития города. Если количество жителей города увеличивается либо остается неизменным, это значит, развитие города происходит в правильном направлении. Если наоборот, необходимо искать ошибки в формировании, либо реализации его стратегии развития. Из таблицы 1 отчетливо видно, что численность населения в данных монофункциональных городах непреклонно уменьшается. На это может быть несколько причин:

- превышение смертности над рождаемостью;
- миграция населения в более привлекательные места жительства, в частности крупные города;

Что касается уровня природного прироста и миграционного движения внутри региона, данные представлены в табл. 2.

В соответствии с данными, природный прирост в приведенных городах остается отрицательным на протяжении, по крайней мере, пяти лет. Это означает, что смертность в них превышает рождаемость. Не смотря на тенденцию последних нескольких лет к увеличению количества рождающихся, так и не достигнуто оптимальное соотношение уровня рождающихся и уровня смертности. Среди основных проблем в монофункциональных городах, которые влияют на природный прирост (сокращение): плохая эколо-

гия в результате функционирования градообразующего промышленного предприятия, отсутствие инновационных технологий в области защиты окружающей среды, недостаточный уровень развития новейших медицинских технологий, которые позволяли бы населению получать своевременную помощь в полном объеме.

Что касается миграционного движения, то в пределах региона до 2012 г. наблюдалась его положительная динамика в городах: Доброполье, Докучаевск. В 2013 г. количество приезжих даже в этих городах значительно уменьшилось, в остальных же городах наблюдается сокращение населения в результате миграционных процессов. Города Дзержинск Снежное и Шахтерск характеризуются отрицательным сальдо миграции за последние несколько лет. В Луганской области наиболее проблемными, с точки зрения миграционных процессов являются города: Брянка, Кировск, Перевальск и Попасное.

Среди причин, которые препятствуют притоку иммигрантов в монофункциональные города можно выделить: плохую экологическую обстановку, ограниченный выбор мест трудоустройства, неразвитую социальную, культурную, транспортную, медицинскую инфраструктуру, а также отсутствие инновационной инфраструктуры.

Захарченко В. дает такое определение «инновационной инфраструктуры». Это комплекс организационно-экономических институтов, непосредственно обеспечивающих условия реализации инновационных процессов субъектами хозяйствования на основе принципов экономической эффективности как национальной эконо-

Таблица 2

Динамика природного прироста и миграционного движения внутри региона в монофункциональных городах Донецкой и Луганской области

Область	Город	Природный прирост, чел					Миграционное движение в пределах региона (сальдо миграции, чел.)				
		2009	2010	2011	2012	2013	2009	2010	2011	2012	2013
Донецкая	Дзержинск	-714	-720	-684	-730	-660	-39	-78	-29	-100	-72
	Димитров	-264	-348	-313	-323	-264	7	15	50	-8	170
	Доброполье	-531	-540	-431	-446	-502	45	82	108	109	39
	Докучаевск	-117	-205	-144	-120	-130	91	93	114	107	35
	Новогородовка	-175	-158	-98	-138	-138	16	20	11	-4	-3
	Снежное	-559	-721	-621	-550	-559	41	-21	30	-84	-45
	Шахтерск	-606	-604	-470	-410	-401	-90	7	-5	75	-109
Луганская	Брянка	-621	-564	-560	-400	-538	77	81	6	-31	-134
	Кировск	-447	-430	-411	-342	-315	-24	-29	7	4	-21
	Первомайск	-659	-723	-597	-588	-566	-11	67	82	114	40
	Ровеньки	-571	-600	-469	-410	-524	5	53	160	93	49
	Рубежное	-321	-460	-370	-304	-375	89	120	103	38	63
	Лутугино	-668	-573	-518	-400	-484	109	173	153	40	-14
	Перевальск	-776	-647	-658	-628	-648	-197	-146	10	-22	-11
	Попасное	-583	-522	-460	-411	-359	50	-64	-49	-89	-103

мики в целом, так и ее регионов в условиях конъюнктурных колебаний рынка [].

Сегодня градообразующими предприятиями монофункциональных городов (особенно горнодобывающей отрасли) вовсе не реализуются инновационные проекты. Местные власти также не способствуют внедрению и развитию инновационной инфраструктуры.

Таким образом, целесообразно предложить формирование инновационно-маркетинговой стратегии для монофункциональных городов, в частности Донецкой и Луганской областей.

На рис. 1 представлена модель оценки влияния инновационно-маркетинговой привлекательности на социально-экономическую устойчивость монофункционального промышленного города.

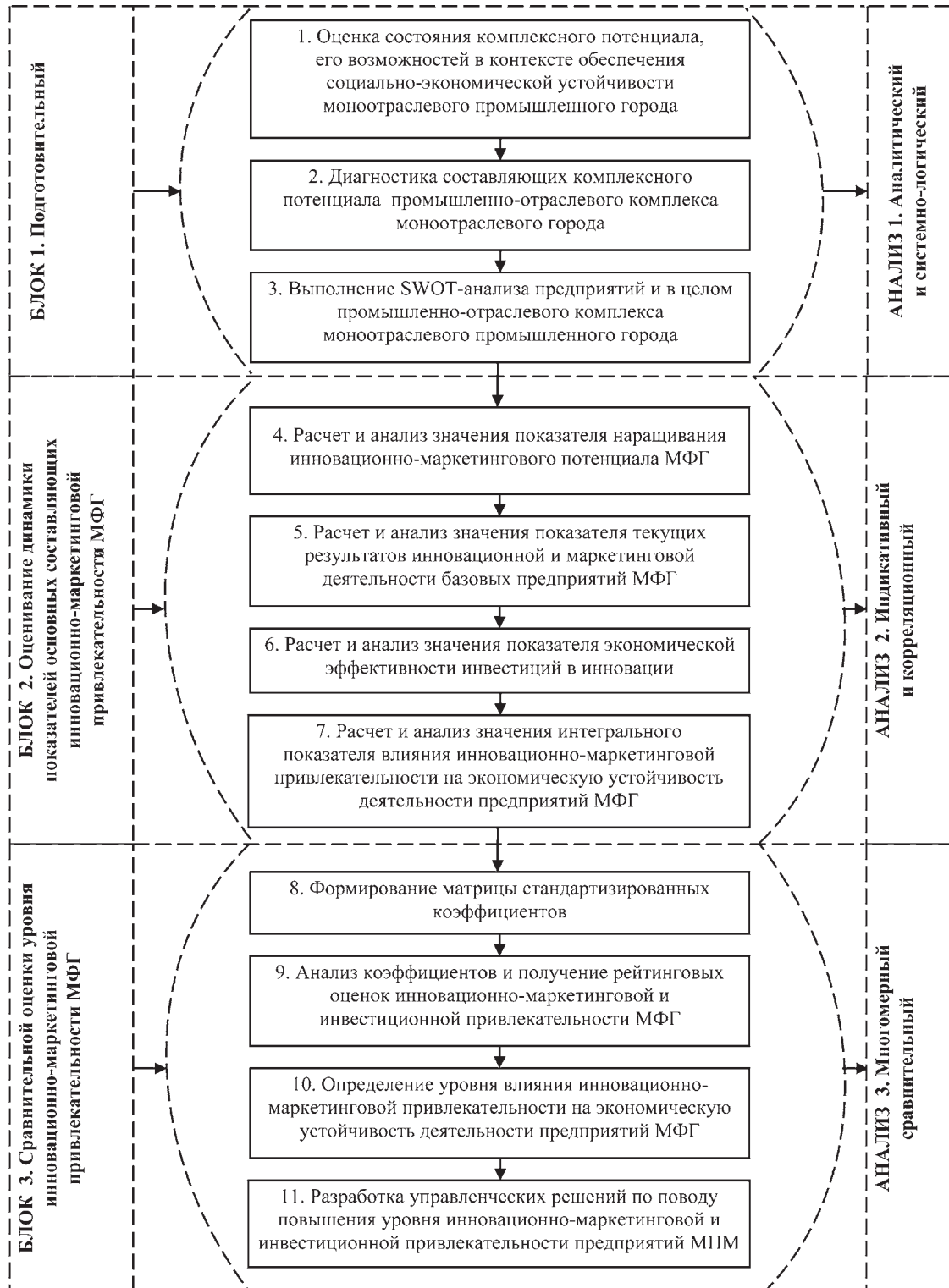


Рис. 1. Модель оценки влияния инновационно-маркетинговой привлекательности на социально-экономическую устойчивость монофункционального города (МФГ)

Эта модель включает в себя три основных блока (этапа):

1. Подготовительный.
2. Оценивание динамики показателей основных составляющих инновационно-маркетинговой привлекательности монофункционального города.
3. Сравнительной оценки уровня инновационно-маркетинговой привлекательности монофункционального города.

На каждом из этапов проводятся различные виды анализа: аналитический и системно-логический, индикативный и корреляционный, а также многомерный сравнительный.

В результате определения уровня влияния инновационно-маркетинговой привлекательности на экономическую устойчивость деятельности предприятий монофункционального города производится разработка управленческих решений по поводу повышения уровня инновационно-маркетинговой и инвестиционной привлекательности предприятий, от которых зависит устойчивое экономическое и социальное развитие монофункционального города.

Выводы. Таким образом, в современных условиях для выхода из кризиса монофункциональных городов (на примере Донецкой и Луганской областей) целесообразно предложить разработку инновационно-маркетинговой стратегии, которая позволит таким городам стать конкурентоспособными среди большого количества привлекательных с точки зрения жизни и ведения бизнеса городов с учетом быстро изменяющейся внешней среды.

Литература

1. Родченко В. Б. Миські комплекси України чинники та умови організації регулювання соціально-економічного розвитку: [монографія]. / В. Б. Родченко ; НАН України. Ін-т економіки пром-сті. — Донецьк, 2012. — 404 с.

2. Карий О. Стратегічне планування розвитку міста : [монографія] / О. Карий. — Львів : ЗІКЦ, 2007. — 317 с.

3. Глинский Н. Новая парадигма экономического развития территорий на принципах маркетинга: вызов инновационного общества. Организационный механизм внедрения концепции маркетинга в управлении экономическим развитием территории при построении инновационной модели / Н. Глинский // В кн. «Украина и ее регионы на пути к инновационному обществу» Т.2 ; под общ. ред. В. И. Дубницкого, И. П. Булева. — Донецк : Юго-Восток, 2011. — 532 с. [§6.1; 6.3].

4. Глonti К. Старопромышленные регионы: проблемы и перспективы развития. Проблемы федерализма [Электронный ресурс] / К. Глonti // Регионология. — 2008. — №4. — Режим доступа : <http://regionsar.ru/node/197>.

5. Романова А. Регулювання розвитку міста на засадах формування та використання бренду територій : автореф. дис. ... к. е. н. : 08.00.05 / Романова Анна Анатоліївна. — Донецьк : ДонДУУ, 2014. — 20 с.

6. Стратегии развития старопромышленных городов: международный опыт и перспективы в России : [монография] / под ред. И. Стародубровской. — М. : изд-во Института Гайдара, 2011. — 248 с.

7. Захарченко В. Инновационная система региона / В. Захарченко, Н. Меркулов. — Одесса : ОНУ им. Мечникова ; изд-во Наука и техника, 2005. — 116 с.

8. Официальный сайт главного управления статистики Донецкой области [Электронный ресурс]. — Режим доступа : [www.http://donetskstat.gov.ua](http://www.donetskstat.gov.ua).

9. Официальный сайт главного управления статистики Луганской области [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.lugastat.lg.ua>.