

Трансформация системы управления инновационной деятельностью на принципах маркетинг-менеджмента

Асаул Анатолий Николаевич, доктор экономических наук, профессор,
Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университета
Адрес: Россия, 190005, г. Санкт-Петербург, 2-я Красноармейская ул., д. 4.
E-mail: asaul@yandex.ru

Асаул Максим Анатольевич, доктор экономических наук, профессор,
Государственный университет морского и речного флота им. адмирала С. О. Макарова
Адрес: Россия, 198035, г. Санкт-Петербург, ул. Двинская, 5/7.
E-mail: asaul-m-a@mail.ru

Акрам Одилович Очиллов, академик Академии наук Турана, д-р экон. наук, профессор,
Каршинский государственный университет
Адрес: Республика Узбекистан, 180119, Кашкадарьинская область, Карши,
улица Кучабог, 17.

E-mail: akram.oo@mail.ru
ORCID ID: 0009-0004-9254-188X

Асаул Николай Анатольевич, доктор экономических наук, профессор,
Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет
Адрес: Россия, 125319, Москва, Ленинградский проспект, 64.

Аннотация: Результаты анализа проведенных исследований показывают, что распространение маркетинговых положений на процесс реализации функций управления инновационной деятельностью позволило согласовать управленческую деятельность в цепочке расширенного воспроизводства инноваций в локальной инновационной системе. Анализ информационной базы деятельности инновационных систем и их структурных элементов как в федеральных округах, макрорегионах и регионах РФ, так и в целом по стране позволило всесторонне оценить систему инновационной сферы и на основе концепции маркетинга сформировать ключевые направления трансформации системы управления инновационной деятельностью взаимосвязанные с факторами, определяющими необходимость изменений в инновационной среде.

Ключевые слова: новые знания, интегративное управление, «утечка мозгов», ограничение экспорта, трансформация системы управления инновационной деятельностью, трансформации системы управления, маркетинг-менеджмент, запрет импорта, концепция маркетинга, инновационная среда, научно-технологическая информация, технологический уклад, субъекты предпринимательства, концепция маркетинга, объективность, инновационный цикл, расширенное воспроизводства, локальная инновационная система, интегрированное управление.

Transformation of the innovation management system based on the principles of marketing management

Anatoly N. Asaul, Doctor of Economics, Professor,
the Saint Petersburg State University of Architecture and Civil Engineering
Address: Russia, 190005, St. Petersburg, 2-ya Krasnoarmeyskaya st., bldg. 4.
E-mail: asaul@yandex.ru

Maksim A. Asaul, Doctor of Economics, Professor,
the State University of Maritime and River Fleet named after Admiral S. O. Makarov
Address: Russia, 198035, St. Petersburg, st. Dvinskaya, 5/7.
E-mail: asaul-m-a@mail.ru

Akram O. Ochilov, Academician of the Turan Academy of Sciences,
Doctor of Economics, Professor, Karshi State University
Address: Republic of Uzbekistan, 180119, Kashkadarya region, Karshi, Kuchabog street, 17.
E-mail: akram.oo@mail.ru
ORCID ID: 0009-0004-9254-188X

Nikolay A. Asaul, Doctor of Economics, Professor,
the Moscow Automobile and Road State Technical University
Address: Russia, 125319, Moscow, Leningradsky Prospekt, 64.

Abstract. The results of the analysis of the conducted studies show that the dissemination of marketing provisions to the process of implementing the functions of innovation management made it possible to coordinate management activities in the chain of expanded reproduction of innovations in the local innovation system. The analysis of the information base of the activities of innovation systems and their structural elements both in federal districts, macroregions and regions of the Russian Federation, and in the country as a whole made it possible to comprehensively assess the system of the innovation sphere and, based on the marketing concept, to form key areas of transformation of the innovation management system interconnected with the factors determining the need for changes in the innovation environment.

Keywords: new knowledge, integrative management, "brain drain", export restrictions, transformation of the innovation management system, management system transformations, marketing management, import ban, marketing concept, innovation environment, scientific and technological information, technological structure, business entities, marketing concept, objectivity, innovation cycle, expanded reproduction, local innovation system, integrated management.

Введение

Оценка сложившейся в настоящее время ситуации по формированию инновационной системы в России позволила выявить проблемы, тормозящие инновационную деятельность предпринимательского сектора, решение которых повысит роль субъектов предпринимательства в развитии национальной инновационной системы страны. Несмотря на высокий уровень государственной поддержки (с начала 2000 года), функционирующая национальная инновационная система все еще не обеспечивает ускоренное развитие страны и высокий уровень жизни населения [1-4], а именно:

- не выстроена инновационно-направленная система целеполагания;
- новые схемы инновационной политики постоянно воспроизводят существующие институты, и как результат инновационная система РФ не имеет реальных механизмов, способствующих практическому внедрению в экономику страны отечественных передовых производственных технологий;
- различие технологических укладов, преобладающих в регионах РФ, не способствует общей направленности на укрепление инновационной системы, так как предполагает разные варианты целевых задач государственной инновационной политики.

Маркетинг-менеджмент (интегративное управление) в строительстве зарегистрированное Международной ассоциацией ученых, преподавателей и специалистов как новое научное направление наряду с управлением инновационной деятельностью субъектов предпринимательства (инноватика) важнейшие в составе двадцати направлений исследований научной школы «Методологические проблемы эффективности региональных инвестиционно-строительных комплексов, как самоорганизующейся и самоуправляемой системы».

Актуальность научной работы заключается в необходимости разработки на принципах маркетинга ключевых направлений трансформации системы управления инновационной деятельностью, базирующихся на факторах, определяющих необходимость изменений в инновационной среде.

Цель исследования: на основе анализа и оценки информационной базы деятельности отечественных инновационных систем и их структурных элементов, основные проблемы, тормозящие инновационное развитие России, сформировать ключевые направления трансформации системы управления инновационной деятельностью в концепции маркетинга, на всех этапах жизненного цикла инноваций.

Объект исследования является управлением инновационной деятельностью; предмет исследования – маркетинговый подход как способ адаптации субъектов инновационной деятельности на всех этапах инновационного процесса к условиям рынка.

Научная новизна исследования заключается в выявлении факторов, определяющих необходимость трансформации инновационной системы на принципах интегративного управления инновационной деятельностью на всех этапах инновационного процесса и определение ключевых направлений по ее трансформации.

В качестве инструментов исследования применены **метод анализа и обобщения** (библиографический, формальный и структурный), общелогические методы (анализ, синтез, индукция, дедукция и аналогия), системный метод.

Информационной базой исследования послужили данные и сведения из научных книг, журнальных статей, материалов конференций, докладов и отчетов, статистические данные ресурса e-library.ru, дополнительные материалы по теме.

Результаты исследования

Полученные результаты позволили сформулировать две группы факторов, определяющих необходимость трансформации системы управления инновационной деятельностью:

а) связанные с внутривострановой спецификой России:

- разомкнутость инновационного цикла, характеризующаяся:
- низким уровнем практического применения результатов исследований и разработок, в том числе и принципов маркетинг-менеджмента;
- практическим отсутствием передачи знаний и технологий между оборонным и гражданским секторами экономики;
- неравномерное распределение по регионам страны и федеральным округам субъектов инновационной деятельности;
- отсутствие методик оценки результатов инновационной деятельности, обеспечивающих объективность и сопоставимость результатов;

б) не зависящие от субъектов инновационной деятельности в стране, связанные главным образом с развитием науки и технологий, изменениями в способах внедрения инноваций:

- сжатие инновационного цикла (существенное сокращение времени между получением новых знаний, созданием продуктов (технологий, услуг) и их выходом на рынок);
- размывание дисциплинарных видов экономической деятельности в исследованиях и разработках;
- резкое увеличение объема научно-технологической информации и возникновение принципиально новых способов работы с ней;
- изменение форм организации, аппаратных и программных инструментов проведения исследований и разработок.

В отдельную подгруппу выделены факторы, связанные с недружественными действиями третьих стран, направленными на разрушение экономики России:

- «утечка мозгов» (переманивание из страны наиболее эффективных ученых, инженеров, предпринимателей, создающих прорывные продукты);
- запрет импорта передовых продуктов и технологий;
- ограничение экспорта передовых продуктов и технологий двойного назначения.

Анализ и оценка условий, закономерностей и проблем функционирования субъектов инновационной деятельности в Российской Федерации [5-8] позволили сформулировать следующие ключевые направления трансформации системы управления инновационной деятельностью в России, основанные на стратегии маркетинг-менеджмента и взаимосвязанные с факторами, определяющими необходимость ее трансформации:

1. Создание эффективных механизмов последовательной реализации, корректировки и актуализации приоритетов научно-технологического развития Российской Федерации.
2. Развитие новых форм интеграции в инновационной сфере, обеспечивающих полный инновационный цикл (идея – воплощение – коммерциализация).
3. Переход к современным моделям статистического наблюдения, анализа и оценки инновационной деятельности.
4. Создание эффективных механизмов внешнеполитической деятельности, препятствующих недружественным действиям третьих стран, направленным на запрет и ограничение экспортно-импортных операций с передовыми продуктами и технологиями.
5. Создание эффективных механизмов, способствующих реализации научного, творческого и предпринимательского потенциала в России.
6. Создание методик оценки результатов инновационной деятельности, основанных на принципах маркетинг-менеджмента, обеспечивающих объективность и сопоставимость результатов.

Маркетинг-менеджмент инновационной деятельности — это использование принципов маркетингового подхода в практику управления инновационной деятельностью на все этапах жизненного цикла инноваций, т. е. интегративное управление.

Интегративное управление – процесс управления инновационной деятельностью организаций [6–12] в условиях локальной инновационной системы, сходный с процессом глобализации, но на уровне мирохозяйственной системы – макрорегиона.

Маркетинговый подход [13-17], как способ адаптации субъектов инновационной деятельности к меняющимся условиям рынка, побуждает к изменениям в инновационной системе на основе всесторонней оценки результатов инновационной деятельности, что свидетельствует о необходимости разработки направлений изменений в инновационной системе.

Взаимосвязи факторов, определяющих необходимость трансформации инновационной системы на принципах интегративного управления инновационной деятельностью и ключевых направлений по ее трансформации, представлены на рисунке 1.

Предложения по трансформации системы управления инновационной деятельностью разработаны в соответствии с маркетинговым подходом по двум направлениям:

- развитие новых форм интеграции (интегративное управление) в инновационной сфере, обеспечивающих полный инновационный цикл;
- создание методик оценки результатов инновационной деятельности, в концепции маркетинг-менеджмента обеспечивающих объективность и сопоставимость результатов.

Заключение

Исходя из анализа и оценки практики реализации инновационных проектов в российских регионах, обобщения и критического анализа научных и методических публикаций излагающих инструментарий маркетинг-менеджмента, а также результатов исследований научной школы «Методологические проблемы эффективности региональных инвестиционно-строительных комплексов, как самоорганизующейся и самоуправляемой системы» в период с 2015 г. по 2022 г. сформулированы основные проблемы, не способствующие инновационному развитию в России; изложены ключевые направления трансформации системы управления инновационной деятельностью на основе концепции маркетинга во взаимосвязи с факторами, определяющими необходимость изменений в системе управления инновационной деятельностью на всех этапах жизненного цикла инноваций.



Рисунок 1. Взаимосвязи факторов, определяющих необходимость трансформации инновационной системы на принципах интегративного управления инновационной деятельностью на всех этапах инновационного процесса, и ключевых направлений по ее трансформации

Распространение маркетинговых положений на процесс реализации функций управления инновационной деятельностью позволил согласовать управленческую деятельность в цепочке расширенного воспроизводства инноваций в локальной инновационной системе.

Библиографический список

1. Асаул М. А. Пространственные контуры инновационной системы, способной к инновационному воспроизводству // Экономическое возрождение России. 2021. № 4 (70). С. 69–76. DOI 10.37930/1990-9780-2021-4-70-69-76.
2. Асаул А. Н. и др. Этногеографические факторы глобализации и регионализации мира. СПб.: АНО «ИПЭВ», 2010. 296 с. ISBN 978-5-91460-035-5.
3. Асаул Н. А. Внедрение инноваций, информационных технологий и построение системы учета, контроля и взаиморасчетов при осуществлении пассажирских перевозок // Отечественная экономика - инновационный характер: материалы XIX научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 30–31 октября 2017 года. Санкт-Петербург: Автономная некоммерческая организация "Институт проблем экономического возрождения", 2017. С. 285–296. EDN YTFKOL.
4. Асаул Н. А. Создание национальной ИТС как задача государственной важности // Транспорт Российской Федерации. 2011. № 4(35). С. 6–7. EDN OIZZZH.
5. Асаул А. Н. и др. Механизмы обеспечения инновационного развития субъектов предпринимательства. СПб.: АНО «ИПЭВ», 2016. 400 с. ISBN 978-5-91460-053-9. DOI 10.17513/np.303.
6. Асаул А. Н. Кластерная форма организации экономики как альтернатива отраслевой // Научно-практическая конференция «Новая экономика России: оптимальная модель». Научные труды Вольного экономического общества России. М., 2012. Т. 165, № 36. С. 311–335.
7. Асаул А. Н. Перспективы кластерной организации предпринимательской деятельности в России // Вестник гражданских инженеров. 2012. № 3 (32). С. 223–236.
8. Асаул Н. А. Трансформация городов путем внедрения эффективных и экологичных дорожно-транспортных систем // Ценность результатов научно-исследовательской деятельности заключается в отражении объективной потребности отечественной экономики: Материалы региональной XXI научной конференции с международным участием, Санкт-Петербург, 07 февраля 2020 года. Санкт-Петербург: Автономная некоммерческая организация "Институт проблем экономического возрождения", 2020. С. 173–183. EDN EYXHDD.
9. Асаул А. Н., Грахов В. П. Интегративное управление в инвестиционно-строительной сфере. СПб.: АНО «ИПЭВ», 2007. 248 с.
10. Асаул А. Н., Грахов В. П. Бизнес-партнерство в реализации интегративного управления инвестиционно-строительным комплексом // Вестник гражданских инженеров. 2005. № 4 (5). С. 99–106.
11. Асаул А. Н. и др. Инновации в инвестиционно-строительной сфере. М.: Юрайт, 2019. 207 с.
12. Асаул А. Н. Развитая инновационная система страны — основа экономического прогресса и развития общества // Отечественная экономика — инновационный характер: материалы XIX науч.-практ. конф., Санкт-Петербург, 30–31 октября 2017 года. СПб.: АНО «ИПЭВ», 2017. С. 382–385.
13. Асаул А. Н., Грахов В. П. Маркетинг-менеджмент в строительстве: научное и учебно-методическое справочное пособие. СПб.: Гуманистика, 2006. 248 с. ISBN 5-86050-238-9.
14. Асаул Н. А. Регулирование в области перевозок автомобильным транспортом // Транспортная стратегия - XXI век. 2018. № 38. С. 97–98. EDN YPOBBW.

15. Асаул А. Н., Щербина Г. Ф., Асаул М. А. Автоматизация маркетинга при осуществлении предпринимательской деятельности в сфере оборота недвижимости с использованием информационно-коммуникационных технологий // Вестник гражданских инженеров. 2021. № 6 (89). С. 196–204. DOI 10.23968/1999-5571-2021-18-6-196-204.

16. Асаул А. Н. Маркетинг и менеджмент в строительстве. Экономика строительства. 2007. С. 24–28.

17. Асаул А.Н. Формирование локальных инновационных систем в методологии маркетинг-менеджмента: монография / А.Н. Асаул, М.А. Асаул, Н.А. Асаул, С.В. Зайцев; под.ред. Заслуженного деятеля науки РФ, д-ра экон.наук, профессора А.Н. Асаула. – СПб.: АНО «ИПЭВ», 2025. – 400 с.

Bibliographic list

1. Asaul M. A. Spatial contours of an innovation system capable of innovative reproduction // Economic revival of Russia. 2021. No. 4 (70). Pp. 69–76. DOI 10.37930/1990-9780-2021-4-70-69-76.

2. Asaul A. N. et al. Ethnogeographic factors of globalization and regionalization of the world. St. Petersburg: ANO "IPEV", 2010. 296 p. ISBN 978-5-91460-035-5.

3. Asaul N. A. Implementation of innovations, information technologies and construction of the accounting, control and settlements system in the implementation of passenger transportation // Innovative character of the domestic economy: materials of the XIX scientific and practical conference, St. Petersburg, October 30-31, 2017. St. Petersburg: Autonomous non-profit organization "Institute for Economic Revival Problems", 2017. Pp. 285-296. EDN YTFKOL.

4. Asaul N. A. Creation of a national ITS as a task of national importance // Transport of the Russian Federation. 2011. No. 4 (35). Pp. 6-7. EDN OIZZZH.

5. Asaul A. N. et al. Mechanisms for ensuring innovative development of business entities. SPb.: ANO "IPEV", 2016. 400 p. ISBN 978-5-91460-053-9. DOI 10.17513/np.303.

6. Asaul A. N. Cluster form of economic organization as an alternative to sectoral // Scientific and practical conference "New Economy of Russia: Optimal Model". Scientific works of the Free Economic Society of Russia. Moscow, 2012. Vol. 165, No. 36. Pp. 311–335.

7. Asaul A. N. Prospects for cluster organization of entrepreneurial activity in Russia // Bulletin of civil engineers. 2012. No. 3 (32). Pp. 223–236.

8. Asaul N. A. Transformation of cities through the introduction of efficient and environmentally friendly road transport systems // The value of the results of scientific research lies in reflecting the objective needs of the domestic economy: Proceedings of the XXI regional scientific conference with international participation, St. Petersburg, February 7, 2020. St. Petersburg: Autonomous Non-Commercial Organization "Institute for Economic Revival Problems", 2020. Pp. 173-183. EDN EYXHDD.

9. Asaul A. N., Grakhov V. P. Integrative management in the investment and construction sphere. St. Petersburg: ANO "IPEV", 2007. 248 p.

10. Asaul A. N., Grakhov V. P. Business partnership in the implementation of integrative management of the investment and construction complex // Bulletin of Civil Engineers. 2005. No. 4 (5). S. 99–106.

11. Asaul A. N. et al. Innovations in the investment and construction sphere. Moscow: Yurait, 2019. 207 p.

12. Asaul A. N. Developed innovation system of the country is the basis of economic progress and development of society // Innovative character of the domestic economy: materials of the XIX scientific and practical. conf., St. Petersburg, October 30–31, 2017. St. Petersburg: ANO "IPEV", 2017. S. 382–385.

13. Asaul A. N., Grakhov V. P. Marketing management in construction: scientific and educational-methodical reference manual. St. Petersburg: Humanitarianism, 2006. 248 p. ISBN 5-86050-238-9.

14. Asaul N. A. Regulation in the field of transportation by road // Transport Strategy - XXI century. 2018. No. 38. Pp. 97-98. EDN YPOBBW.
15. Asaul A. N., Shcherbina G. F., Asaul M. A. Automation of marketing in the implementation of entrepreneurial activities in the field of real estate turnover using information and communication technologies // Bulletin of civil engineers. 2021. No. 6 (89). Pp. 196-204. DOI 10.23968/1999-5571-2021-18-6-196-204.
16. Asaul A. N. Marketing and management in construction. Construction Economics. 2007. Pp. 24-28.
17. Asaul A.N. Formation of local innovation systems in the methodology of marketing management: monograph / A.N. Asaul, M.A. Asaul, N.A. Asaul, S.V. Zaitsev; ed. by Honored Scientist of the Russian Federation, Doctor of Economics, Professor A.N. Asaul. - St. Petersburg: ANO "IPEV", 2025. - 400 p.