

Лекция 4. Понятие территориального образования. Маркетинговая среда территории. Дифференцирование территории. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территории

Цель лекции состоит в определении влияния территориального маркетинга на бизнес-структуры, продвижении территории

Ключевые слова: оценка конкурентоспособности региона, имидж территории, продвижение территории, брендинг территории, целевые группы потребители территорий, инструменты привлекательности регионов, межтерриториальной конкуренции, объекты маркетинга территорий, экономического роста территории, территориальный маркетинг, территориальные стратегии

Вопросы:

1. Маркетинговые исследования в территориальном маркетинге.
2. Комплексная оценка конкурентоспособности региона.
3. Продвижение территории: брендинг территории и работа с репутацией.

Предмет маркетинговых исследований — процесс социально-экономического развития общества в различных его аспектах и взаимосвязях — является тем же, что и в других областях экономической статистики. Схема маркетинговых исследований строится на базе существующей отраслевой статистики, системы экономических балансов и моделей (создаваемой системы национальных счетов, межотраслевого баланса и других) и взаимодействует с уже сложившимися и новыми направлениями развития отдельных разделов статистики. Вместе с тем она расширяет возможности системного анализа 26 процесса социально-экономического развития и открывает ряд новых его направлений. Принципиальная схема анализа охватывает все имеющиеся массивы информации, системы экономических балансов и моделей, включая уровень предприятий, и определяет формы использования соответствующих данных применительно к содержательной стороне (направлениям анализа), а именно — изучению, прогнозированию и удовлетворению потребностей в товарах и услугах.

Направления анализа:

- динамика народного хозяйства;
- решение социальных проблем;
- инфляция;
- развитие отраслей;
- инвестиции и технический уровень производства;
- развитие регионов;
- финансовое положение;
- внешнеэкономическая деятельность;
- экономические реформы;
- экономическая безопасность;

- место Казахстана в мировой экономике (для регионов — в казахстанской).

Расшифровка основных направлений применительно к территориальному уровню:

- динамика и пропорции экономики, сбалансированность ее развития;
- решение социальных проблем, жизненный уровень населения,
- сбалансированность потребительского рынка, демографические процессы; инфляция, динамика цен, финансовое обращение, курс рубля;
- развитие отраслей, демонополизация и структурная перестройка
- производства, реализация важнейших программ регионального развития; инвестиции, технический уровень, развитие производственного потенциала;
- развитие регионов, социально-экономическое положение республик, краев, областей, районов и других территорий;
- финансовое положение экономики, рентабельность, состояние расчетов,
- сбалансированность бюджетов;
- внешнеэкономическая деятельность, экспорт и импорт, межрегиональное взаимодействие; экономическая реформа, формирование многоукладной экономики, формирование рыночной среды и инфраструктуры рынка.

Любая из этих проблем может изучаться самостоятельно, вместе с некоторыми другими направлениями анализа по суженному, либо полному перечню в разном сочетании отдельных его направлений.

Структура проведения маркетингового исследования территории:

1. Оценка состояния маркетингового потенциала территории по блокам оценки: – социально-экономический блок оценки состояния территории – промышленно-технологический блок оценки состояния территории – эколого-географический блок оценки состояния территории

2. Конкурентный анализ, оценка конкурентоспособности территории по параметрам: – инвестиционная привлекательность – качество жизни – рекреационный потенциал

3. SWOT-анализ: – возможности и угрозы – сильные и слабые стороны – направления реализации потенциала

4. STEP-анализ: – социальные параметры развития – технологический потенциал – экономическое состояние – политика муниципальных властей

5. Бенчмаркинг: – анализ опыта разработки и реализации маркетинговых стратегий в регионах РФ – анализ международного опыта муниципального маркетинга.

Комплексная оценка конкурентоспособности региона

В современной экономической литературе понятие «конкурентоспособность региона» сводят либо на уровень государства, либо на уровень крупных корпораций, представляя как «бизнес-систему, способную завоевывать и удерживать существенную долю рынка, а

следовательно, обеспечивать рост доходов и финансовое благополучие». Чаще всего конкурентоспособность региона рассматривают «как способность создавать условия на внутренних и внешних рынках». Конкурентоспособность региона — это: его роль и место в экономическом пространстве страны, способность обеспечить высокий уровень жизни населения и возможность реализовать 28 имеющийся в регионе экономический потенциал (финансовый, производственный, трудовой, инвестиционный, ресурсный); обусловленное экономическими, социальными и другими факторами положение региона и его отдельных товаропроизводителей на внутреннем и внешнем рынках, отражаемое через показатели (индикаторы), адекватно характеризующие такое состояние и его динамику; способность региона производить товары и услуги, отвечающие требованиям внутренних и мировых рынков, создавать условия наращивания региональных ресурсов (инновационные, интеллектуальные, инвестиционные) для обеспечения роста потенциала конкурентоспособности субъектов хозяйствования со скоростью, обеспечивающей устойчивые темпы роста ВРП и качество жизни населения региона на уровне мировых значений.

Оценка конкурентоспособности региона может быть основана на определении уровня социально-экономического развития и инвестиционной привлекательности регионов, экспертной оценке определения рейтинга региона по инвестиционной привлекательности на основе показателей оценки инвестиционного потенциала региона и уровня инвестиционных рисков. Методические подходы к оценке уровня социально-экономического развития региона: количественные методы оценки на основе макроэкономических показателей для анализа тенденций социально-экономического развития региона; рейтинговые оценки для анализа инвестиционной привлекательности региона; оценки эффективности использования элементов социально-экономического потенциала для анализа конкурентных преимуществ региона. Каждая из этих групп методик оценки имеет свои разновидности. К количественным методам оценки на основе макроэкономических показателей социально-экономического развития относится оценка на основе интегральных показателей эффективности социально-экономического развития. Интегральность обеспечивается расчетом совокупности частных показателей, характеризующих динамику протекания отдельных процессов внутри региона.

Выделяют 4 интегральных показателя: ИПСЭР 1 — интегральный показатель социально-экономического развития, рассчитанный по методике А. Ревайкина, ориентирован на экономические и социальные показатели региона с упором на ВРП; ИПСЭР 2 — интегральный показатель социально-экономического развития, рассчитанный по методике Г. Губанова, ориентирован на экономические показатели региона; 29 ИКРТ — интегральный критерий развития территории, рассчитанный по методике И. Вистбакка и А. Шишкина, ориентирован на баланс экономических и социальных показателей; ИПУСБ — интегральный показатель уровня социального благополучия, рассчитанный по методике Института экономики

УрО РАН, ориентирован на уровень социального благополучия населения региона; ИПСУБ — это результат деления интегрального показателя уровня жизни населения на интегральный показатель уровня социальной напряженности. К группе структурных методов оценки уровня социальноэкономического развития регионов относится методика на основе трех показателей, оценивающих промышленное и финансовое развитие: сельскохозяйственный потенциал, уровень жизни и социальная сфера.

На основании результатов оценки по данной методике все территории классифицируются по шести типам:

- отсталые (низкий уровень почти всех социально-экономических показателей):

- промышленно-депрессивные (большинство показателей сельскохозяйственного производства сопоставимо со средними показателями);

- уровень душевого производства промышленной продукции крайне низок: высокие темпы падения капиталовложений производственного назначения; нет возможности самостоятельно формировать доходы местного бюджета);

- сельскохозяйственно-депрессивные (самые высокие темпы падения сельскохозяйственных показателей; показатели уровня жизни и социальной сферы на уровне средних; показатели промышленного производства лучше, чем по первому и второму типам);

- благополучные (показатели уровня жизни и социального развития выше средних);

- способны за счет промышленного и сельскохозяйственного потенциала сформировать более 1/2 доходов бюджета);

- вполне благоприятные (самые лучшие показатели);

- средние (средние показатели).

Компонентами инвестиционной привлекательности регионов могут выступать индикаторы, отвечающие требованиям отечественных и зарубежных инвесторов:

- абсолютные и относительные индикаторы экономического потенциала регионов, включающие наряду с характеристиками их производственно-ресурсного потенциала и показатели состояния производственной и социальной инфраструктур;

- показатели доходов и потребления населением материальных благ и услуг образующие в единстве и взаимной обусловленности понятие «уровень и 30 качество жизни населения», которые позволяют учесть при оценке инвестиционной привлекательности регионов уровень не только экономической, но и социальной эффективности: показатели развития новых форм экономических отношений, выражающих процесс реформирования экономики и всего общества, развитие рыночных экономических отношений, рыночной инфраструктуры, процесс структурной перестройки экономики и формирование ее социальной ориентации;

- показатели экономической безопасности регионов, представляющие интерес для инвестора с точки зрения уровня гарантий защищенности его интересов от социальных конфликтов, криминогенного, экологического и других факторов риска.

В целом инвестиционная привлекательность региона определяется показателями оценки двух составляющих: инвестиционного потенциала и инвестиционных рисков. Оценка эффективности использования социально-экономического потенциала региона. Опираясь на исходные значения содержания «потенциала» как «возможности» и «резервы», оценку эффективности использования комплексного социально-экономического потенциала региона представляют в виде соотношения, где в числителе находится эффект потенциала, а в знаменателе - затраты, которые потребовались для этого. Результат реализации потенциала в конечном счете может быть представлен как сумма двух составляющих, одна из которых характеризует прирост качества жизни населения. другая - вклад региона в решение межтерриториальных, федеральных и общенациональных проблем. Что касается необходимых затрат, то они связаны со спецификой конкретных мероприятий, направленных на обеспечение реализации потенциала, и могут быть определены по известным методикам в практике расчетов эффективности крупных проектов.

Вопросы:

1. Раскройте структуру проведения маркетингового исследования территории
2. Классифицируйте территории по типам
3. Приведите компоненты инвестиционной привлекательности регионов

Литература:

-
1. Визгалов Д. В. Брендинг города. М.: Фонд «Институт экономики города», 2011.
 2. Котлер Ф.} Котлер М. Как завоевать города и страны. М.: Эксмо, 2015.
 3. Панкрухин А. П. Маркетинг территорий. СПб.: Питер, 2006.
 4. Панкрухин А. П. Маркетинг территорий. С. 51.
 5. Анисимова П. М. Понятие территориального маркетинга и его возникновение // Сельское, лесное и водное хозяйство, 2015. № 3 (42). С. 8-11.
 6. Биглова А. А., Гастенова Е. В. Территориальный маркетинг как фактор повышения инвестиционной привлекательности // Наукоедение, 2015. Том 7. № 6. С. 1-7.
 7. Бодрова Ж. А., Логинов М. П. Территориальный маркетинг как инструмент привлечения инвестиций // Маркетинг в России и за рубежом, 2015. № 4. С. 107-112.
 8. Бударина О. А. PR как инструмент привлекательности регионов // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств, 2014. № 2 (58). С. 125-132.