

Маркетинг территорий: сравнительный анализ российской и зарубежной практики

Научный руководитель – Савченко Юлия Юрьевна

Мозер Ксения Олеговна

Студент (бакалавр)

Рубцовский институт (филиал) ФГБОУ ВПО Алтайский государственный университет,
Кафедры, Базовая кафедра Государственного и муниципального управления, Рубцовск,
Россия

E-mail: kmozer1703@yandex.ru

Успешность территории непосредственно влияет на ее стабильный, а главное привлекательный имидж. Все это приводит к привлечению инвестиций, наращиванию потенциала региона, укреплению интеграционных и кооперационных связей. На сегодняшний день в регионах Российской Федерации продолжают развиваться экономические условия, требующие использования системы территориальной маркетинга[2].

Анализ привлекательности территории, ее заинтересованности можно провести, основываясь на рейтингах. Так как общего рейтинга, в котором бы отображалось каждая территория, нет, оценку ей можно дать, анализируя международные и национальные рейтинги. Они позволяют оценить аспекты социально-экономического развития территории, а также служат территориям для формирования стратегии дальнейшего развития региона.

Ежегодно экспертами Программы развития ООН с группой независимых международных экспертов на основе данных, полученных национальными институтами и международными организациями, составляется рейтинг стран по показателю индекса человеческого развития (ИЧР). (Таблица 1.)

Также ежегодно формируется, на основе проводимого исследовательским центром «Институт Земли» под эгидой ООН в рамках глобальной инициативы «Сеть решений устойчивого развития» исследования, рейтинг стран мира по уровню счастья населения. (Таблица 2.)

В период 2018-2020 года в данном рейтинге Россия сменила позиции с 59 места в 2018 году перешла на 73 место в общем рейтинге. Тем самым индекс уровня счастья населения в этот период опустился с 5,81 до 5,546 балла.

Помимо выше сказанных рейтингов, каждый год Всемирный экономический форум создает, рейтинг стран на основе индекса глобальной конкурентоспособности. (Таблица 3.)

Россия на период 2018 года в общем рейтинге занимала 38 место, в 2019 г.- 43 место. Как мы видим значение индекса глобальной конкурентоспособности снизился с 66,7 до 65,6 в период 2018-2019 гг.

Рейтинг городов мира по уровню качества жизни формирует Исследовательский центр The Economist Intelligence Unit. В 2019 г. самым комфортным городом для жизни стала Вена (Австрия), на втором месте - Мельбурн (Австралия), третье - Сидней (Австралия). Москва заняла 68-е место (80 баллов из 100).[1]

Процесс продвижение территории является объектом территориального маркетинга. Данный процесс уникален, поэтому важно рассмотреть примеры территориального маркетинга.

Проанализируем зарубежный опыт маркетинга территорий на примере города Хельсинки. Рекламная компания была направлена на позиционирование города как центра культуры, науки и инвестиций, искусства.

Хельсинки активно участвует в программах привлечения туристов, как город, где ценностью является ценность открытости миру, т.е. город открыт для новых идей, а также общения, туристических поездок, возможно даже переезда.

Рассмотрим российский опыт маркетинга территорий на примере городе Мышкин Ярославской области. В Мышкине всегда существовал интерес к истории края, поэтому краеведы, использовали придание о создании города, и открыли в одном из обычных домов Музей Мыши. В данном Музее собраны фигурки мыши, предметы с мышками и все, что имеет хоть какое-либо отношение к мышам. Музей позиционирует себя как единственный в мире Музей Мыши.

Сделаем вывод, рассмотренных примеров:

1. Изучая зарубежный опыт, можно сделать вывод, что необходимо понимать территорией собственную ресурсную базу, уникальные особенности, конкурентные преимущества.
2. В российской практике нет широкого применения территориального маркетинга.
3. Рассмотрение реальных примеров территориального маркетинга показывает, как может быть связаны реализация маркетинга территории, и решение социально-экономических проблем региона.

Таким образом, территориальный маркетинг для многих регионов России является способом регионального управления. Территориальное развитие необходимо большинству регионов, но помимо этого важнейшими задачами для развития регионов является решение социально-экономических проблем.

Источники и литература

- 1) Economist представил рейтинг лучших городов мира – URL: <https://tass.ru/obschestvo/6840621>
- 2) Ергунова, О. Т. Маркетинг территории/ О. Т. Ергунова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал.федер. ун-т. – Екатеринбург: Изд-во Урал.ун-та, 2017.
- 3) Рейтинг и показатели индекса человеческого развития стран мира – URL: <https://nonews.co/directory/lists/countries/index-human>
- 4) Рейтинг стран мира по уровню счастья по версии организации объединённых наций – URL: <https://nonews.co/directory/lists/countries/happiness-rating>
- 5) Рейтинг стран по глобальной конкурентоспособности – URL: <https://nonews.co/directory/lists/countries/global-competitiveness-index>
- 6) Чечулин, А.В. Маркетинговые коммуникации территорий / А.В. Чечулин –Санкт-Петербург, 2017.

Иллюстрации

| Место | Страна | 2017 | 2018 | 2019 |
|-------|-----------|-------|-------|-------|
| 1 | Норвегия | 0,949 | 0,953 | 0,954 |
| 2 | Австралия | 0,939 | 0,939 | 0,938 |
| 3 | Германия | 0,926 | 0,936 | 0,939 |
| ... | ... | ... | ... | ... |
| 49 | Россия | 0,804 | 0,816 | 0,824 |

Таблица 1. Рейтинг стран по ИЧР за 2017-2019 гг.[3]

Рис. 1. Таблица 1. Рейтинг стран по ИЧР за 2017-2019 гг.

| Страна | 2018 | 2019 | 2020 |
|-----------|-------|-------|-------|
| Финляндия | 7,632 | 7,769 | 7,809 |
| Дания | 7,555 | 7,600 | 7,646 |
| Швейцария | 7,487 | 7,480 | 7,560 |

Таблица 2. Рейтинг стран по уровню счастья за 2018-2020 гг. [4].

| Страна | 2018 | 2019 | 2020 |
|--------|------|-------|-------|
| Россия | 5,81 | 5,648 | 5,546 |

Рис. 2. Таблица 2. Рейтинг стран по уровню счастья за 2018-2020 гг.

| Страна | 2018 | 2019 |
|------------|------|------|
| Сингапур | 85,6 | 84,8 |
| США | 83,5 | 83,7 |
| Нидерланды | 82,6 | 82,4 |

Таблица 3. Рейтинг стран на основе индекса глобальной конкурентоспособности [5].

| Страна | 2018 | 2019 |
|--------|------|------|
| Россия | 66,7 | 65,6 |

Рис. 3. Таблица 3. Рейтинг стран на основе индекса глобальной конкурентоспособности.