

МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕГИОНА. ПРЕДПОСЫЛКИ ФОРМИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦИАЛА

Данилов Н. А.

аспирант Уральского института управления – филиала, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Россия), 620990, Россия, Екатеринбург, ул. 8 Марта, 66, danilovn1@mail.ru

УДК 338.24(470.54)

ББК 65.050.22(2Рос-4Све)

Цель. Изучение маркетингового потенциала региона и формулировка предпосылок формирования маркетингового потенциала региона на примере Свердловской области.

Методы. Проанализированы подходы к оценке общего потенциала региона, а также проводится подробный анализ территории с использованием маркетингового метода – SWOT-анализа, в рамках которого выделяются сильные и слабые стороны региона, а также возможности и угрозы. Анализируется структура валового регионального продукта региона, подробнее проводится оценка привлекательности территории для инвесторов.

Результаты. Раскрываются и приоритетные направления развития территории, а также упоминается о важности поддержания экологии Свердловской области. В качестве вывода подчеркивается важность развития конкурентоспособных отраслей региона.

Научная новизна. Научная новизна заключается в исследовании маркетингового потенциала как интегральной функции, объединяющей ресурсы и способности субъектов территории для определения направления развития.

Ключевые слова: маркетинговый потенциал, подходы к оценке маркетингового потенциала, инвестиционный потенциал, конкурентоспособность территории, экономические показатели региона.

MARKETING POTENTIAL OF THE REGION. PREREQUISITES FOR THE FORMATION OF MARKETING POTENTIAL

Danilov N. A.

post-graduate student of Ural Institute of Management – branch, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Russia), 620990, Russia, Yekaterinburg, 8th March str., 66, danilovn1@mail.ru

Purpose. Studying the marketing potential of the region and formulating the prerequisites for the formation of the marketing potential of the region on the example of the Sverdlovsk region.

Methods. Approaches to assessing the overall potential of the region are analyzed, as well as a detailed analysis of the territory using a marketing method – SWOT analysis, which identifies the strengths and weaknesses of the region, as well as opportunities and threats. The structure of the gross regional product of the region is analyzed, the evaluation of the attractiveness of the territory for investors is more detailed.

Results. The priority directions of the development of the territory are also disclosed, as well as the importance of maintaining the ecology of the Sverdlovsk region. The conclusion emphasizes the importance of developing competitive industries in the region.

Scientific novelty. Scientific novelty lies in the study of marketing potential as an integral function that unites the resources and capabilities of the subjects of the territory to determine the direction of development.

Key words: marketing potential, approaches to the evaluation of marketing potential, investment potential, competitiveness of the territory, economic indicators of the region.



Данилов Н. А.

На сегодняшний день, для того, чтобы территория РФ могла дальше развиваться необходимо, чтобы все субъекты имели возможность максимально эффективно применять соответственные ресурсы, чтобы выработать уникальную потребительскую ценность, которая могла бы быть привлекательной для разных категорий потребителей. Абсолютно каждая из категорий, которые можно поделить на внутренних и внешних покупателей, деловых и частных, определяют разные обязательства к системе потребительской ценности территории и к значительности разнообразных факторов, которые способны увеличить ее привлекательность. Потому все инструменты маркетинговой деятельности, задача которых – максимально удовлетворить потребности покупателей, считается в таком случае предельно эффективным методом вырабатывания привлекательности территории. Использование маркетингового подхода разрешает повысить спрос и в дальнейшем способствовать повышению экономической значимости данной территории. Для этого проводится анализ маркетингового потенциала и дается оценка, и данные меры считаются довольно актуальными.

Маркетинговый потенциал – интегральная функция, которая объединяет ресурсы и способности субъектов территории с целью установления стратегических направлений развития территории, учитывая ключевые потребности различных групп потребителей. Благодаря вырабатыванию маркетингового потенциала территории: это может организовать максимально благоприятные условия для проживания и дальнейшего осуществления коммерческой деятельности на территории, неизменный прилив потребителей, в том числе раскрывать перспективные потенциалы по ее развитию на основе раскрытия сокрытых резервов. В научной литературе имеется довольно большое количество работ, посвященных оценке общего потенциала территории, среди авторов которых выделяются следующие: М. Портер, Е. В. Песоцкая, Ф. Катеора, У. Маншветус, Ю. А. Дорошенко, А. Н. Сыров и др. Авторы части научных исследований обращаются к вопросам оценки маркетингового потенциала территории. Можно отметить работы Т. В. Мещерякова, А. П. Панкрухина, О. У. Юлдашевой, О. В. Жердевой, Д. В. Толстых и др.

Проанализируем подходы, существующие на данный момент, и рассмотрим возможности их использования. Имеется большое количество подходов для оценки общего потенциала территории, которое можно соединить в несколько ведущих направлений:

- исследование природно-ресурсного потенциала территории;
- исследование рыночного потенциала территории;
- исследование социально-экономического потенциала территории.

• несмотря на наличие возможностей по использованию имеющихся подходов, имеются так же определенные границы, которые можно поделить таким образом:

• оценка природно-ресурсного потенциала проводится в границах экономической географии и может применяться только как один из параметров маркетингового потенциала территории;

• оценка рыночного потенциала – это, в основном, исследование возможности территории быть привлекательной для бизнеса, в том числе организации и ведения предпринимательской и экономической деятельности в ее пределах [1].

Итог данной оценки – проведение анализа инвестиционного потенциала территории и выделение различных направлений для увеличения ее конкурентоспособности. Среди сторонников такого подхода можно выделить М. Портера и его модель конкурентоспособности территории, в том числе Ф. Катеора и его подход по оценке привлекательности территории в пределах теории международного маркетинга.

Рассмотрим в качестве объекта исследования Свердловскую область. Проведем анализ потенциала данного региона. Выделим предпосылки развития.

Можно выделить положительные стороны, которые стали конкурентоспособными и оказывают благоприятное влияние на развитие региона:

1. Высокий уровень развития обрабатывающей промышленности и довольно значительный уровень концентрации предприятий оборонно-промышленного комплекса.
2. Административный центр Свердловской обл. – макрорегиональный центр по оказанию разнообразных коммерческих услуг.
3. Значительный уровень развития разнообразных показателей, характеризующих макроэкономические условия осуществлению инвестиционной деятельности.
4. Довольно значительный уровень развития научно-образовательного сегмента.
5. Высокий уровень развития инновационного развития некоторых сегментов экономики.
6. Присутствие природных, производственных, энергетических ресурсов, которые имеются в доступности.
7. Весьма выгодное географическое положение Свердловской области для транспортно-логистического комплекса.

Проведем анализ Свердловской области, используя маркетинговый метод SWOT – анализ.

Сильные стороны Свердловской области:

1. Весьма удачное географическое положение на рубежах Европы и Азии на перекрещивании трансконтинентальных потоков, создающих все условия для близкого местоположения емких рынков сбыта.

2. Этот регион – один из самых крупных на территории Российской Федерации и в мире по числу разведанных и прогнозируемых запасов минерально-сырьевых ресурсов.

3. Высокий уровень развития промышленного комплекса (достаточно высокий уровень отгруженных товаров личного производства, которые составляют около 40% всей промышленной продукции в государстве).

4. Организация довольно активной работы по формированию минерально-сырьевой базы.

5. Приблизительно 9,5% – ценность недр Свердловской обл. от всей стоимости недр России в общем и приблизительно 30% от всей стоимости недр Уральского региона.

6. Свердловская обл. вызывает постоянный рост на долгосрочную перспективу почти всех отраслей экономики, и темпы роста – довольно высокие в сравнении со всей территорией России.

7. Экономически развитый регион. Держит 6 место по уровню ВРП в государстве и 10-е место по числу инвестиций среди прочих регионов России.

8. Настоящий регион располагается в центре довольно большого рынка спроса на товары промышленного и инвестиционного значения (Урало-Западно-сибирского региона).

9. Очень недурной инвестиционный климат региона.

10. Существует государственная поддержка инновационной коммерческой деятельности в реализации различных проектов.

Слабые стороны:

1. Данная область пребывает в зоне континентального климата с довольно холодной и длинной зимой.

2. Наличие разных экологических трудностей, к примеру, значительный объем загрязнения воздуха, водоемов.

3. Очень маленькие значения результатов инновационной деятельности в регионе.

4. Слабые темпы развития транспортной инфраструктуры.

5. Присутствие удаленности от важных портов, границ, стран – возможных партнеров товаров, достаточно большая цена вывоза товаров.

6. Слабо развит промышленный аутсорсинг больших организаций области.

7. Присутствие слабой внутренней миграции населения.

8. Отмечается слабое формирование системы венчурного инвестирования и бизнес – ангелов, задача которых – привлечь долгосрочные инвестиции в довольно рискованные проекты.

9. Значительное изнашивание основных фондов региона.

Возможности:

1. Присутствие объективных факторов развития науки, техники и технологий;

2. Социально-экономическая политика федерального центра;

3. Межрегиональная кооперация и конкуренция;

4. Модернизация транспортной системы РФ.

5. Угрозы:

6. Наличие зависимости от малейших перемен в конъюнктуре международных рынков металлов.

7. Оказание давление Китая на демографические и индустриальные факторы.

8. Давление Запада на неиндустриальные факторы.

9. Появление отрицательных последствий по решениям, принятых на высшем уровне [3].

Следовательно, на основе сделанного анализа слабых и сильных сторон социально-экономического развития Свердловской обл. сделаем следующие выводы:

- сильными сторонами региона можно считать, очень хорошее географическое положение, наличие достаточно развитого промышленного комплекса, очень хороший инвестиционный климат;

- в свою очередь слабые стороны выражаются в наличии различных экологических трудностей в регионе, слабая внутренняя миграция, достаточно слабые показатели инновационной коммерческой деятельности, слабые темпы развития транспортной инфраструктуры, очень высокий износ основных фондов данной области.

Проанализируем структуру валового регионального продукта региона по данным за 2016 году. Ведущую долю в структуре ВРП составляет обрабатывающее производство примерно 27,1%, оптовая и розничная торговля составляет примерно 21,6%, другие виды деятельности составляют примерно 14,3%, на транспорт и связь приходится около 12%.

Количество инвестиционных вложений за 2016 год в основной капитал региона прилично повысилась до 370,4 млрд руб. Удельное число инвестиций в основной капитал области за счет государственных средств снизилось до 13,9% за рассматриваемый промежуток времени, точно такую же ситуацию можно увидеть по инвестициям из средств федерального бюджета.

Наблюдается рост среднемесячной номинальной оплаты труда в 2016 году и составляет 29492,2 руб., что выше данного показателя в 2013 году.

В Свердловской области имеются все необходимые условия и предпосылки, которые нужны для эффективной деятельности русских и иностранных инвесторов. На данной территории стабильно развивается обширная и многообразная инфраструктура, которая создает стимул для развития инвестиционной активности.

Рассмотрим ведущие экономические показатели региона:

1. Объем прямых иностранных инвестиций составляет 1395,40 млн долларов (примерно 322,5 долларов на одного жителя).
2. Инвестиционные вложения в основной капитал составляют 370,38 млрд.
3. Удельный вес прибыли организаций составляет примерно 68,90%.
4. Уровень безработицы составляет 6,1%.
5. Количество прожиточного минимума на одного человека составляют примерно 9973 рублей [4].

Фундамент экономики региона – горнодобывающая и металлургическая отрасли промышленности. Данной областью производится приблизительно 100% титана, 40% меди и 17% стальных труб в государстве. Отличительной чертой металлургической промышленности данного региона считается ее ориентир на экспорт. В регионе существует уже достаточно много крупнейших организаций: Группа УГМК, ОК. «Русал», ОАО «Евраз-НТМК» и т.д. Не смотря, на это регион открыт для сотрудничества с различными организациями и инвесторами. Интересные сегменты для инвестиционных вложений – это лесная, деревообрабатывающая промышленность, изготовление машин и оснащения, строительная индустрия и т.д. [2].

Для инвесторов так же созданы хорошие условия, которые создают все условия для осуществления коммерческой деятельности в налогообложении, использование разнообразных механизмов государственно-частного партнерства и т.д.

Данная область по разным рейтингам имеет разные оценки инвестиционной привлекательности:

- индекс человеческого развития – 9 место;
- уровень развития малого предпринимательства – 16 место.

Разработана стратегия социально-экономического развития региона на 2016–2030 гг., у региона установлены цели, которые необходимо осуществить в ближайшее время:

1. Увеличить качество жизни граждан, которые представляют регион, как довольно привлекательную для жизни и дальнейшего развития территорию.
2. Увеличить показатель конкурентоспособности региона в международной экономике.

Для того, чтобы достичь обозначенные цели, установлены приоритеты социально-экономической области:

1. Формирование конкурентных предпосылок для возможности накапливать и сохранять человеческий потенциал.

2. Выработка предпосылок для усиления конкурентоспособности промышленного, инновационного и предпринимательского потенциала экономики региона.

В скором времени будут реализованы данные приоритеты и будут стремиться, чтобы каждая отрасль применяла при выработке стратегии своего дальнейшего развития.

Из-за того, что данная область – промышленный регион, то само производство проявляет отрицательное влияние на окружающую среду. Исходя из этого, нужно вырабатывать приоритетные направления и не забывать про экологию данной области. Следует стабилизировать экологию региона, нужно беречь биологическое разнообразие, создавать все условия для стабильного существования объектов животного и растительного мира и среды их обитания, это имеет большое значение для формирования привлекательности области.

Таким образом, из всего вышеперечисленного можно сделать следующие выводы:

1. Нужно увеличивать показатель конкурентоспособности всех отраслей экономики в области, что будет способствовать инновационному обновлению и привлекать новые инвестиционные вложения.
2. Решать появившиеся отрицательные тренды в развитии человеческого потенциала.

Стоит отметить, что дальнейшее развитие региона, постоянный рост экономических показателей и привлекательности будет выражаться такими направлениями, как инновации, инвестиции, социальная ответственность и забота о людях.

Литература:

1. Бест Р. В. Маркетинг от потребителя. М.: МИФ, 2016. 37 с.
2. Надточий В. А. Развитие конкурентных преимуществ бизнеса. Чита: Молодой ученый, 2014. 145 с.
3. Новиков В. Г. Технологии пропаганды. М.: Флинта, 2018. 48 с.
4. Бланшар О. Макроэкономика. М.: ВШЭ, 2015. 283 с.

References:

1. Best R. V. Marketing from the consumer. M.: MIF, 2016. 37 p.
2. Nadotchii V. A. Development of competitive advantages of business. Chita: Young Scientist, 2014. 145 p.
3. Novikov V. G. Technologies of propaganda. M.: Flint, 2018. 48 p.
4. Blanchard O. Macroeconomics. M.: Higher School of Economics, 2015. 283 p.