**Лекция 4. Понятие территориального образования. Маркетинговая среда территории. Дифференцирование территории. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территории 4.1.** Маркетинговые исследования в территориальном маркетинге. 4.2. Комплексная оценка конкурентоспособности региона. 4.3. Продвижение территории: брендинг территории и работа с репутацией. 4.1. Маркетинговые исследования в территориальном маркетинге Предмет маркетинговых исследований — процесс социальноэкономического 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 России в мировой экономике (для регионов — в российской).• 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 России, 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 оценки 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 поданной 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 произвол- ственного 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 производственноресурсного 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