

О.М. Колмакова, канд. екон. наук, доц. (ХНУБА, Харків)

МАРКЕТИНГ ТЕРИТОРІЙ ЯК ОДИН З ІНСТРУМЕНТІВ ПОДОЛАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ АСИМЕТРІЇ

Розвиток України досить динамічний, але швидкі зміни супроводжуються посиленням міжрегіональної асиметрії у рівнях соціально-економічного розвитку територій.

Це зумовлює необхідність розроблення державної політики регіонального вирівнювання. Зрозуміло, що більш розвинені регіони не планується «призупиняти» в своєму розвитку. Відповідно, зміст сучасної державної регіональної політики передбачає посилення розвитку депресивних регіонів, що зумовить подолання асиметрії, зниження диференціації у рівнях соціально-економічного розвитку регіонів на нових концептуальних засадах, а саме: розробка маркетингу територій для розвитку адміністративно-територіальних одиниць за рахунок власних економічних ресурсів та можливостей.

Поняття «маркетинг територій» з'явилося на початку 70-х років минулого століття, коли здійснювався пошук додаткових шляхів розвитку територій, інноваційних інструментів подолання регіональної асиметрії та розвиток пріоритетних галузей економіки в певних регіонах.

У сучасних умовах конкурують між собою не тільки підприємства, але і регіони. Об'єктами конкуренції регіонів стають перш за все інвестиції в розвиток економіки регіону; висококваліфіковані працівники та молодь; транспортні потоки (і не тільки вантажні та пасажирські, але і транспортування газу, нафти тощо); торгівля; проведення культурних, політичних, спортивних та інших заходів; студенти, та люди, що підвищують кваліфікацію; туристичні маршрути, історичні цінності; громадські або культурні установи регіонального, державного або світового значення.

Слід розділять поняття «маркетинг територій» та «маркетинг на території». «Маркетинг територій» – спрямований на формування «іміджу регіону», а «маркетинг на території» спрямований на підвищення якості внутрішнього середовища регіону.

Маркетинг територій розроблений для депресивних регіонів дозволяє підвищення конкурентоспроможності розміщених в регіоні підприємств; покращення соціального становища, зменшення соціальної напруженості; залучення до регіону нових інвесторів; підвищення рівня популярності території за її межами. Схожі функції виконує і подолання регіональної асиметрії (рис.).

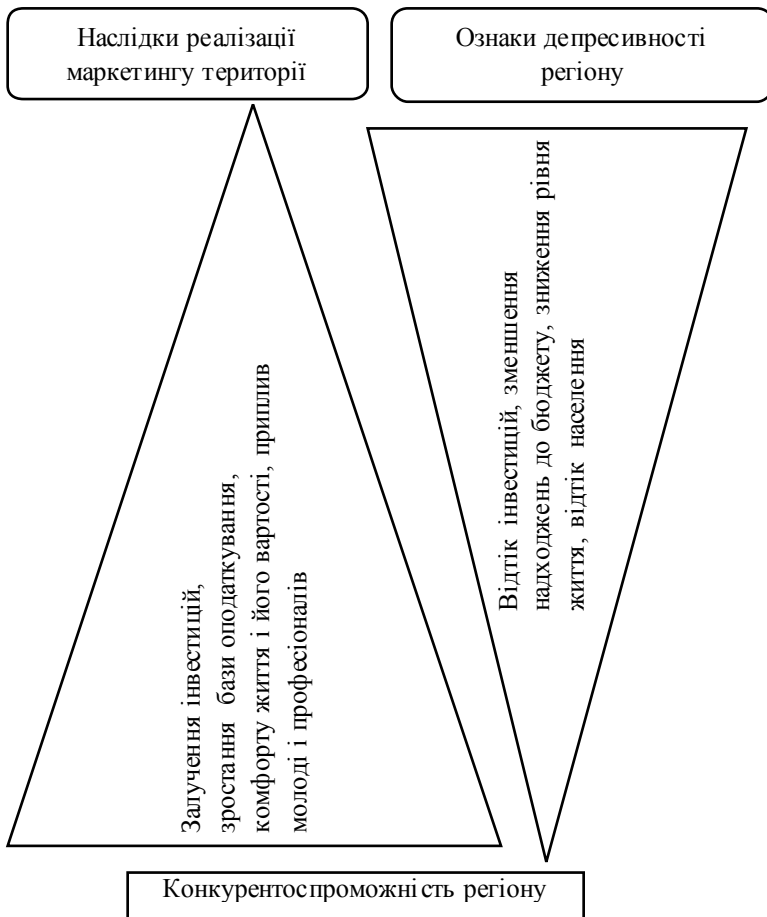


Рис. Взаємозв'язок маркетингу територій та подолання регіональної асиметрії

Відповідно, використання маркетингу територій дозволить поліпшити ряд показників, що характеризують регіональний розвиток, анулювати наслідки депресивності регіону.

Впровадження маркетингу територій безперечно прискорить подолання регіональної асиметрії.