

Практическое занятие № 2. Расчет экономической привлекательности территории

Цель занятия: приобрести практические навыки анализа и оценки уровня социально-экономического развития региона, изучить инструменты и методы региональной экономической политики.

Аннотация.

Территориальный маркетинг – это маркетинг в интересах территории, ее внутренних субъектов, во внимании которых заинтересована территория. В связи с этим выделяют: маркетинг территорий, объектом внимания которого выступает территория в целом, и маркетинг на территории, объектом внимания которого являются отношения по поводу конкретных товаров и услуг. Первый вид осуществляется как внутри территории, так и за ее пределами, второй только на конкретной территории. С точки зрения привлечения в регион инвестиций, туристов, рабочей силы стоит рассматривать именно маркетинг территорий. В основе маркетинга территорий лежит целый комплекс мероприятий: создание бренда и позиционирование территории, работа с инвесторами, работа с общественностью, маркетинг достопримечательностей, маркетинг событий.

Специалисты выделяют следующие главные цели регионального маркетинга:

- улучшение степени идентификации граждан со своей территорией проживания;
- привлечение в регион новых предприятий и ресурсов;
- создание уровня известности выше регионального.

Для реализации данных целей осуществляется целый комплекс мероприятий – формирование или улучшение имиджа территории, расширения участия субъектов территории в реализации различных региональных и федеральных программ, привлечение на территорию внешних заказов, стимулирование приобретения и использования собственных ресурсов и товаров территории.

Одна из сходных и определяющих функций маркетинга регионов – это их позиционирование среди других регионов, а также на между народном уровне. И здесь необходимо определиться на какую целевую аудиторию будет направлена разработанная стратегия позиционирования. Традиционно выделяют четыре крупных целевых аудиторий:

1. Приезжие-туристы, командировочные, друзья или родственники).
2. Жители региона.
3. Инвесторы.
4. Инорегиональные и международные целевые регионы.

Выбор целевой аудитории и соответственно, выбор стратегии региона во многом определяется результатами его позиционирования среди других регионов. Для того, чтобы определиться с этим непростым выбором, необходимо провести оценку привлекательности региона с точки зрения интересов данных целевых аудиторий. Проблема оценки привлекательности территории, города, региона является ключевой в той же мере, в какой насколько важными являются процессы таких понятий как «конкурентность», «потенциал» территорий.

На сегодняшний день существует достаточное количество разработанных методик привлекательности территорий. Главной проблемой в оценке привлекательности является тот факт, что само понятие «привлекательность территории» практически не определено, а имидж территории (термин которым чаще пользуются в случае оценки привлекательности территории) – крайне емкое, многомерное и до конца тоже не определенное с точки зрения его оценивания понятие. Поэтому каждая методика отличается определенной направленностью в оценивании тех или иных аспектов привлекательности территории.

Аналитическое задание (информационный обзор / аналитический отчет)

Индикативный паспорт региона активно используется в мониторинге устойчивого развития территорий: информирует общественность о состоянии развития основных сфер (экономика, социальная сфера, природопользование) и эффективности региональной макроэкономической политики.

В построении индикативного паспорта региона используется подход к оценке устойчивого развития региона на основе системы частных индикаторов. Показатели сгруппированы по разделам «ключевые – дополнительные – специфические». Ключевые индикаторы отражают самые значимые параметры регионального развития. Дополнительные индикаторы позволяют оценить качество региональной макроэкономической политики – природоемкость экономики, технологический уровень производства, дифференциацию доходов, состояние природных ресурсов и др. Их

количество, как правило, больше, чем ключевых. Перечень показателей групп «ключевые», «дополнительные» индикаторы может быть дополнен рядом других исходя из региональных особенностей выбранного субъекта.

Специфические индикаторы подчеркивают региональную специфику – площади нарушенных земель, численность населения, занятого во вредных условиях труда, уровень профзаболеваний, организацию детского отдыха, наличие ветхого жилья и ввод нового и др. Набор показателей специфической группы определяется обучающимся самостоятельно с учетом особенностей социально-экономического развития конкретного субъекта.

Оценку характера устойчивого развития региона необходимо проводить на основе ретроспективного анализа представленных показателей за 2016-2020 (2021) гг. Значения индикаторов за 2016-2020 (2021) гг. представить в виде промежуточных таблиц.

Графа «Оценка динамики» заполняется следующими символами: ▲ – положительная динамика, ▼ – отрицательная динамика, ■ – стабильность.

Задание 1:

1. Составьте индикативный паспорт устойчивого развития одного из субъектов РФ (регион определяется на выбор) по итогам 2020 (2021) года.

2. Дайте оценку динамики предложенных индикаторов за период 2016-2020 (2021) гг., результаты занесите в таблицу.

3. На основе заполненного индикативного паспорта сделайте вывод о характере устойчивого развития региона.

4. Сделайте вывод об основных проблемах в области обеспечения устойчивого развития региона.

Таблица – Индикативный паспорт устойчивого развития _____ (субъект РФ)

Индикаторы	Единица измерения	2020 (2021)	оценка динамики (2016-2020 гг.)
КЛЮЧЕВЫЕ			
ВРП на душу населения	тыс. руб./чел.		
Индекс физического объема основных фондов	%		
Объем инвестиций в основной капитал за счет всех источников финансирования, в т.ч. по структуре	% от ВРП		
Выпуск товаров и услуг малыми предприятиями	% от ВРП		
Доля отгруженной инновационной продукции в общем объеме отгруженной промышленной продукции	%		
Индекс развития человеческого потенциала	индекс		
Бюджетная обеспеченность	тыс. руб./чел.		
Уровень безработицы (общей, регистрируемой)	% от ЭАН		
Общий объем загрязнений на единицу ВРП	тыс. т/млн. руб.		
Количество переработанных отходов производства и потребления	тыс. т		
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ			
Объем платных услуг на душу населения	тыс. руб./чел.		
Коэффициент обновления основных фондов	%		
Доля работающих на малых предприятиях к экономически активному населению региона	% от ЭАН		
Реальные располагаемые денежные доходы населения	%		
Уровень заболеваемости злокачественными новообразованиями	чел. на 10 000 населения		
Площадь особо охраняемых природных территорий	тыс.га		
Инвестиции в основной капитал, направленные на охрану окружающей среды и рациональное использовании природных ресурсов	тыс. руб.		
Природный капитал	млн. руб.		

Выбросы в атмосферу, всего	тыс. т		
Сброс загрязненных сточных вод, всего	млн. м ³		
СПЕЦИФИЧЕСКИЕ			

▲ – положительная динамика

▼ – отрицательная динамика

■ – стабильность

Задание 2:

1. Проведите анализ социально-экономического положения выбранного региона, выявите уникальные особенности конкурентные преимущества данной территории.

2. Определите вектор развития региона с учетом выявленных конкурентных преимуществ и особенностей и мероприятий по повышению привлекательности региона для местного населения, государства и бизнеса.

3. Дайте оценку экономическому и социальному эффекту от реализации предложенных мероприятий.