

УДК 332.1

Егорова Наталья Николаевна

доцент, к.э.н.

доцент кафедры ГиМУ

КузГТУ (г. Кемерово, Российская Федерация)

E-mail: egorovann@list.ru

РЕБРЕНДИНГ ПРОМЫШЛЕННОГО МОНОГОРОДА КАК ОСНОВА ЕГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Аннотация. В статье рассмотрена необходимость проведения ребрендинга промышленного моногорода, его особенности, которые по мнению авторов, определены спецификой его структурно-отраслевого формирования, финансирования, степенью стагнации. Авторами обосновывается актуальность проведения ребрендинга российских моногородов, используя диверсификацию их экономики. Подчеркивается, что ребрендинг промышленного моногорода позволит более эффективно использовать все имеющиеся ресурсы, ускорит возможный путь развития моногорода за счет создание нового имиджа и привлечения инвестиций.

Ключевые слова: моногород, сфера услуг, ребрендинг моногорода, диверсификация экономики города, репозионирование, маркетинговая стратегия развития города.

Сохраняющиеся урбанистические условия развития России актуализируют сегодня проблемы моногородов, которые возникли еще в 20 веке в результате политических и экономических изменения в обществе и государстве.

Не смотря на то, что города занимают всего полпроцента территории России, в них проживает более половины населения, сконцентрирована большая часть капитала, финансово-экономической составляющей экономики государства. Как следствие этого наблюдается сосредоточение значительного числа людей на определенной территории, что естественным образом вызвала в период реформирования масштабный ряд проблем, например: рост безработицы, ухудшение качества жизни, увеличение объемов ветхого и аварийного жилья, загрязнение окружающей среды, миграцию и др.

Такого рода проблемы в первую очередь коснулись моногородов, а именно проявились при обеспечении технологических, социальных, экономических, экологических и институциональных их аспектов развития.

В современных источниках существуют разного рода понимание сущности моногорода. Однако в нашем исследовании наиболее целесообразным будет применить такое как: «поселения, экономика которых критически зависит от одного вида экономической деятельности или одного крупного предприятия, обеспечивающего занятость, наполнение бюджета и содержание социальной инфраструктуры» [8].

На сегодняшний день 27 городов России были включены в список моногородов,

в которых во время кризиса сложилась наиболее сложная ситуация. В число таких городов вошел город такой промышленный город Кемеровской области как Прокопьевск, экономика которого, как и большинства городов региона, носит сырьевую направленность. Поэтому сегодня особенно остро стоит вопрос о проведения ребрендинга промышленного моногорода с целью изменения имиджа и привлечения инвестиций.

Надо отметить, что международный опыт поддержки моногородов предусматривает различные варианты вплоть до переселения жителей из «неспособного к реанимации» города, однако среди них есть и проведение диверсификации с целью выпуска более востребованной продукции, и создание «нового бизнеса».

Такой подход в наших условиях станет возможным за счет ребрендинга моногорода в пользу новых, перспективных направлений и сфер деятельности.

В этом случае моногород должен стать стабильным, проводя в управлении политику «малых дел», направленную на локальное решение узловых инфраструктурных и социальных проблем города, например в сфере ЖКХ, в благоустройстве, в развитии сферы услуг и других, которые способствуют повышению в первую очередь комфортности городской среды и социальной обеспеченности жителей города.

Надо отметить, что не все моногорода могут напрямую, без проведения ряда дополнительных мер способны применить диверсификацию. Необходим детальный анализ специфики моногорода, учета его наиболее острых проблем и особенностей.

Исследования показали, что градообразующие предприятия оказывают значительное влияние на формирование условий жизни в моногородах России. Этот факт относится, в том числе к предприятиям добывающей промышленности, это связано в первую очередь проведением, так называемой реструктуризации угольной отрасли промышленности в 90-е годы прошлого века, которая привела к закрытию большого количества градообразующих предприятий, в частности в Кемеровской области [4]. Город Прокопьевск не стал исключение, попав в волну реформирования, и сегодня относится к моногородам, где градообразующими предприятиями являются угольные шахты (топливная промышленность).

На сегодняшний день остаются нерешенными такие проблемы моногородов, как:

- ориентированность бизнеса в первую очередь на общефедеральный рынок, что оказывает негативное воздействие на уровень экономического взаимодействия градообразующих предприятий;

- невозможность обеспечения качества и уровня социальных услуг населению при ограничении финансовых ресурсов из-за моногамного развития структуры экономики, а порой и вовсе ее депрессивного состояния;

- зависимость моноструктурной экономики от конъюнктуры федерального рынка.

Аналогичная проблематика имеет место и для такого города как Прокопьевск. Финансово-экономическое состояние градообразующих предприятий города остается нестабильным. При проведении реструктуризации угольной промышленности произошло закрытие не имеющих перспективы развития шахт, в связи с чем сократилось число крупных и средних предприятий, таким образом, существенные негативные изменения произошли не только угольной отрасли промышленности, но и во всей технологической цепочке, в том числе в машиностроении и как следствие оказало негативное влияние на уровень и качество жизни населения города [2,3, 8].

В связи с этим, не смотря на предпринятые шаги ХК СДС в открытии новых промышленных предприятий, социально-экономическое положение города по-прежнему остается напряженным, поэтому к обозначенным выше проблемам присоединяются и такие как:

- сокращение численности населения города;
- изменение возрастного состава в сторону роста стареющего населения;
- недостаток кадров, прежде всего, рабочих профессий;
- отток квалифицированных кадров.

Решение проблем моногородов в трансформирующихся экономических условиях становится возможным при использовании маркетинговых инструментов, среди которых на наш взгляд наиболее целесообразным для города Прокопьевск должен стать ребрендинг. Важнейшим перспективным направлением для этого является развитие в городе зон рекреации и туризма с активным привлечением малого бизнеса.

По мнению Гандабура Е.: «Бренд города - городская идентичность (или идентичность города), системно выраженная в ярких и привлекательных идеях, символах, ценностях, образах и нашедшая максимально полное и адекватное отражение в имидже города. Брендинг города - процесс осознанного и целенаправленного формирования бренда, то есть поиска, выражения и развития городской идентичности, а также представления ее в ярких, взаимосвязанных образах, привлекательных для целевых аудиторий. Наиболее сложная и эффективная форма маркетинга города» [1].

Применение ребрендинга моногорода Прокопьевск будет способствовать не только активизации и диверсификации его экономики, развитие туристской сферы и в целом сферы услуг, но и созданию новых рабочих мест, формированию нового потребителя, рациональному использование всех видов ресурсов, что позволит улучшить качество жизни населения города. Такой подход нужен, прежде всего, не для «узнаваемости города», а для его «репозиционирования» в рамках проведения инновационной маркетинговой стратегии.

Проведение ребрендинга моногорода должно быть направлено на формирование новых целевых рынков через диверсификацию структуры экономики города, привлечение новых «потребителей», на которых ориентированы маркетинговые воздействия репозиционирования. Создание нового продукта в сфере

услуг, основой которого должно стать уникальное туристическое, рекреационное предложение.

Считаем, что формирование нового яркого бренда, за счет проведения ребрендинга станет эффективным конкурентным преимуществом моногорода. Ребрендинг применительно к моногороду относительное нововведение, однако, именно оно должно занять достойное место в деятельности городских управленицев, так как позволяет найти то новое, привлекательное, что можно и продемонстрировать не только стране, но и всему миру, применить для практического обновления всей городской инфраструктуры.

Список литературы:

1. Гандрабура Е. Высокая мода для городов // Городской альманах. - Вып.2. - М. : Фонд «Институт экономики города», 2006.
2. Egorova N., Zaruba N., Jurzina T., Tumin V. Eclogical management as a factor of mining region development//В сборнике: E3S Web of Conferences Electronic edition. 2018.
3. Тумин В.М., Егорова Н.Н., Костромин П.А. О продвижении территории на рынке: маркетинговые, региональные, экономико-отраслевые и управленические аспекты//Экономика и предпринимательство. 2017. № 9-4 (86). С. 1157-1161.
4. Егорова Н.Н., Гафарова А.Д. К вопросу о необходимости решения проблем моногородов промышленного региона// В сборнике: БУДУЩЕЕ НАУКИ - 2015 Сборник научных статей 3-й Международной молодежной научной конференции: в 2-х томах. Ответственный редактор Горохов А.А.. 2015. С. 101-104.
5. Егорова Н.Н Управление диверсификацией экономики моногорода в старо промышленном регионе// в сборнике: СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СТАРОПРОМЫШЛЕННЫХ РЕГИОНОВ. 2015. С. 117
6. Егорова Н.Н., Заруба Н.А., Тумин В.М. Формирование современной маркетинговой стратегии управления территорией с «моноэкономикой». В сборнике: Устойчивое развитие социально-экономических систем: наука и практика материалы III международной научно-практической конференции. под ред. Ю.С Руденко, Л.Г. Руденко. 2016. С. 276-282.
7. Концептуальные подходы к разработке стратегии развития монопрофильного города / Е.Г. Анимица, В.С. Бочко, Э.В. Пешина и др.; под науч. ред. А.И. Татаркина, М.В. Федорова. Екатеринбург: Издательство Уральского государственного экономического университета, 2010. 81 с.
8. Jurzina T., Egorova N., Zaruba N., Kosinskij P. Tools of realization of social responsibility of industrial business for sustainable socio-economic development of mining region's rural territory //В сборнике: E3S Web of Conferences The Second International Innovative Mining Symposium. 2017.