

ФОРМИРОВАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТЕРРИТОРИИ НА БАЗЕ ИНСТРУМЕНТОВ ГЕОМАРКЕТИНГА

Елена Александровна Жукова

ФГБОУ ВО Сибирский государственный университет геосистем и технологий, 630108 г. Новосибирск, ул. Плеханова, 10, магистрант кафедры Управления и предпринимательства, (383)361-01-24, e-mail: eim447@gmail.com

Юлия Юрьевна Соловьева

ФГБОУ ВО Сибирский государственный университет геосистем и технологий, 630108 г. Новосибирск, ул. Плеханова, 10, кандидат экономических наук, доцент кафедры Управления и предпринимательства, (383)361-01-24, e-mail: solovieva77@rambler.ru

В статье рассматриваются вопросы формирования показателей, оказывающих влияние на конкурентоспособность территории.

Ключевые слова: территория; конкурентоспособность, земельные ресурсы, стратегическое управление, стратегия конкурентоспособности.

FORMATION OF INDICATORS OF THE COMPETITIVENESS OF THE TERRITORY TOOL BASED GEOMARKETING

Elena Alexandrovna Zhukova

Siberian State University of geosystems and technology, 630108, Russia, Novosibirsk, Plahotnogo, 10, a student of the Department of management and entrepreneurship (383) 361-01-24, e-mail: eim447@gmail.com

Yuliya Jurevna Solovyeva

Siberian state University of geosystems and technology, 630108, Russia, Novosibirsk, Plahotnogo, 10, candidate of economic sciences, Associate Professor of Management and entrepreneurship (383) 361-01-24, e-mail: solovieva77@rambler.ru

This article discusses the issues of the formation of indicators that have an impact on the competitiveness of the territory.

Key words: territory; competitiveness, land resources, strategic management, strategy for competitiveness.

Степень благополучия района и его увеличение, с учетом природных, географических, демографических, экономических, социальных особенностей конкретной территории представляют собой социально-экономическое развитие района. В сложившихся сложных экономических условиях именно повышение уровня конкурентоспособности территории выступает основным фактором развития.

Поэтому определение более и менее конкурентоспособных участков территории даст возможность разработать стратегический план оптимального использования земельных ресурсов района [1].

С данной целью проведем адаптацию модели McKinsey – метода стратегического маркетинга к конкретным географическим объектам. В данном случае – Куйбышевскому району Новосибирской области.

Так, в качестве стратегической хозяйственной единицы будем считать самостоятельный вид земель Куйбышевского района (земли сельскохозяйственного назначения, земли населенных пунктов, земли промышленности, транспорта и иного назначения, земли особо охраняемых территорий и объектов, земли лесного фонда, земли водного фонда, земли запаса).

Применяя показанную аналогию в процессе построения матрицы McKinsey, получаем следующую иллюстрацию положения разных категорий земель (рисунок).

		Конкурентная позиция		
		слабая	средняя	хорошая
Привлекательность отрасли	высокая	Победитель 1 1	Победитель 2 5	Знак вопроса 7
	средняя	Победитель 3 2	Средний бизнес 3	Проигравший 1 6 4
	низкая	Производитель прибыли	Проигравший 2	Проигравший 3

Рис. Матрица McKinsey для категорий земель Куйбышевского района

1 – Земли сельскохозяйственного назначения; 2 – Земли населенных пунктов; 3 – Земли промышленности, транспорта и иного назначения; 4 – Земли особо охраняемых территорий и объектов; 5 – Земли лесного фонда; 6 – Земли водного фонда; 7 – Земли запаса

Таким образом, в качестве Победителя 1 выступает категория земель сельскохозяйственного назначения. Такое его положение объясняется тем, что земли сельскохозяйственного назначения демонстрирует наибольшие темпы развития и роста, его часть является крупнейшей в общем объеме земель Куйбышевского района. Именно земли сельскохозяйственного назначения характеризуются наивысшей степенью привлекательности и сильными конкурентными преимуществами.

В отношении «резидентов» матричного сегмента «Победитель 1» ведется политика удержания позиций, в них осуществляется активное вливание инвестиционных потоков.

В сегмент «Победитель 2», согласно проведенному анализу, попадают земли лесного фонда. Они обладают высокой степенью привлекательности рынка и средним уровнем преимуществ рынка в целом. Для аналитика, такое распределение указывает на необходимость определения слабых и сильных сторон рассматриваемой категории земель, и определение на основе этого наилучших и наиболее эффективных направлений инвестирования.

Средней рыночной привлекательностью и высокой конкурентоспособностью среди категорий земель Куйбышевского района обладает такой сегмент, земли населенных пунктов. Действительно, Победитель 3 обладает достаточно большой долей среди общего объема земель. Для этой категории земель, относящейся к данному матричному сегменту необходимо определить наиболее привлекательные сегменты для инвестирования и, в случае необходимости, произвести реинвестирование прибыли, чтобы в дальнейшем извлечь максимальную прибыль [2].

Земли промышленности, транспорта и иного назначения Куйбышевского района характеризуются средней привлекательностью и средними конкурентными преимуществами, именно поэтому они удостоены места в сегменте «Средний бизнес».

Отнесение данной категории именно к этому сегменту связано с ее относительной неразвитостью и, в то же время, растущим спросом. Такое положение определяет осторожную линию поведения: инвестирование должно быть выборочным и только в наименее рискованные направления [2].

Что касается сегмента матрицы «Проигравший 1», то и он не остался без своего лидера. Характерная для данного сегмента средняя привлекательность рынка и низкий уровень относительных преимуществ среди категорий земель Куйбышевского района присуща землям особо охраняемых территорий и объектов и землям водного фонда. Действительно, эти земли имеют достаточно слабый уровень развития и не обладают высокой конкурентоспособностью. Для указанных категорий земель целесообразно отыскать возможности улучшения в областях с низким риском.

Земли запаса являются представителем сегмента «Знак вопроса». Это связано с тем, что для данных категорий земель характерны конкурентные преимущества, но, в то же время, эти земли находятся в категории запаса, поэтому в закономерностях его развития еще остаются некоторые вопросы и непредсказуемость, соответственно, отказаться от его развития нельзя. Такое расположение данной категории земель на матрице говорит о целесообразности направления инвестиционного потока в указанную отрасль для усиления преимуществ [3].

Таким образом, истинность гипотезы о возможности использования общего инструментария и методов исследования таких сфер деятельности, как геомаркетинг и стратегическое управление земельными ресурсами продемонстрирована на примере использования инструмента портфельного

анализа (матрица McKinsey) для анализа категорий земель Куйбышевского района. Это еще раз подтверждает реальность применения инструмента стратегического планирования для целей оценки конкурентоспособности территорий.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1 Соловьева Ю.Ю., Китаева С.В. Использование методов портфельного анализа для оценки недвижимости [Текст] : ИНТЕРЭКСПО ГЕО-СИБИРЬ-2014. X Международная выставка и научный конгресс. Сб. материалов Междунар. научно-практической конференции. – Новосибирск, СГГА, 2014.

2 Крутеева, О.В. Учет индивидуальных особенностей земельных участков при оценке земель [Текст] Интерэкспо ГЕО-Сибирь-2016. XII Междунар. науч. конгр., 18–22 апреля 2016 г., Новосибирск : Междунар. науч. конф. «Глобальные процессы в региональном измерении: опыт истории и современность» : сб. материалов в 2 т. Т. 1. – Новосибирск : СГУГиТ, 2016.

3 Соловьева, Ю.Ю. Формирование маркетинговой стратегии территории, как фактор инновационного развития региона [Текст] : Интерэкспо ГЕО-Сибирь-2016. XII Междунар. науч. конгр., 18–22 апреля 2016 г., Новосибирск : Междунар. науч. конф. «Глобальные процессы в региональном измерении: опыт истории и современность» : сб. материалов в 2 т. Т. 1. – Новосибирск : СГУГиТ, 2016.

© Е.А. Жукова, Ю.Ю. Соловьева, 2017