

УДК 81'27:81'42

**ВЫЯВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ГОРОДОВ  
ПОЛОЦКА И НОВОПОЛОЦКА И ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ  
ПРИ РАЗРАБОТКЕ КОНЦЕПЦИИ БРЕНДА***Е.С. ГОЧ**(Представлено: канд. экон. наук, доц. Е.П. ЛИСИЧЕНОК)*

*Выделены особенности развития городов Полоцка и Новополоцка, их сильные и слабые стороны, которые могут послужить основой для формирования бренда территории. Представлено определение концепции бренда и ее атрибуты. Предложены варианты слогана для городов. Обозначены виды деятельности территорий, которые необходимо продвигать и развивать. Представлена программа мероприятий по укреплению конкурентоспособности г. Полоцка и г. Новополоцка*

В настоящее время в экономике Республики Беларусь особенно актуальны вопросы разработки действенных инструментов по созданию бренда территории. Многие авторы отмечают, что разработка процесса формирования бренда чаще всего носит теоретический характер и отличается низким уровнем практической проработки этих вопросов. При этом в основу при создании бренда должны быть положены конкурентные преимущества территории.

В качестве объекта исследования нами были выбраны крупные административно-территориальные единицы Витебской области: г. Полоцк в составе Полоцкого района и г. Новополоцк, включающий г. п. Боровуха.

Для того чтобы сформулировать основные направления брендинга Полоцка и Новополоцка, нами были изучены особенности развития этих административно-территориальных единиц, которые, на наш взгляд, должны быть учтены при разработке бренда. Исследование территории с целью выделения наиболее значимых отличий и конкурентных преимуществ, которые определяют индивидуальность региона, могут послужить основой для формирования бренда.

Знание данных показателей позволит нам выделить конкурентные преимущества городов Полоцка и Новополоцка по сравнению с их ближайшими конкурентами – другими крупными городами Витебской области Витебском и Оршей.

Для выделения конкурентных преимуществ исследуемых территориальных образований автором в числе прочих был использован метод SWOT – анализа. В результате применения данного метода нами были выделены сильные стороны данных административно-территориальных образований, которые и могут быть положены в основу формирования конкурентных преимуществ. Также были отмечены слабые стороны, поскольку они будут ухудшать позиции административно-территориальных единиц и могут привести к утрате конкурентных преимуществ.

Итак, представим выявленные сильные и слабые стороны города Полоцка (в составе Полоцкого района).

*Сильные стороны города Полоцка:*

1. Высокий уровень обеспеченности населения жильем, что благоприятно сказывается на уровне жизни населения;
2. Благоприятная экологическая ситуация в регионе;
3. Высокий уровень развития розничной торговли, что способствует развитию туризма и в тоже время может являться следствием активного развития данной отрасли;
4. Высокая туристическая привлекательность;
5. Большое количество культурных событий, происходящих в регионе, что определяет его значительный культурный потенциал.

*Слабые стороны города Полоцка:*

1. Невысокий уровень доходов населения;
2. Наименьшее число коек в больничных организациях на 10000 человек населения, что может ослабить трудовой потенциал региона в случае высокого уровня заболеваемости населения;
3. Самый высокий уровень преступности в регионе, что может снизить его туристическую привлекательность;
4. Низкий уровень развития экспорта товаров и услуг;
5. Недостаточно благоприятные относительно других регионов финансовые результаты деятельности хозяйствующих субъектов, что может ослабить финансовые возможности региона для своего развития.

Далее мы рассмотрим сильные и слабые стороны г. Новополоцка, включая г. п. Боровуха:

*Сильные стороны г. Новополоцка:*

1. Значительная доля населения в трудоспособном возрасте в общей численности населения, что благоприятно характеризует структуру и экономическую активность населения региона при относительно невысоком уровне безработицы;
2. Высокий уровень заработной платы, что положительно влияет на уровень жизни населения;
3. Низкий уровень преступности;
4. Значительный удельный вес малых и микроорганизаций в общем количестве юридических лиц, что может свидетельствовать о наличии оптимальных условий для развития малого бизнеса;
5. Высокий уровень развития реального сектора экономики в рамках таких отраслей как строительство и промышленность, что определяет перспективы развития региона как крупнейшего экономического центра республики;
6. Значительные объемы экспорта товаров и услуг, что подтверждает значительный экспортный потенциал региона;
7. Значительный финансовый потенциал региона, определяемый благоприятными финансовыми результатами деятельности хозяйствующих субъектов региона;
8. Активная инвестиционная деятельность в регионе.

*Слабые стороны г. Новополоцка:*

1. Низкая обеспеченность населения жильем при большом количестве трудоспособного населения, что негативно влияет на уровень жизни населения региона;
2. Самый высокий по республике уровень выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух, что является следствием развития промышленности и требует принятия особых мер по обеспечению устойчивого развития в рамках экологической компоненты;
3. Невысокий уровень развития розничной торговли, что свидетельствует о недостаточном использовании потенциала данной отрасли, учитывая более высокую покупательскую способность населения региона.

Ключевым вопросом является разработка концепции бренда города. Концепция бренда (бренд-концепция) – система ценностей и маркетинговых характеристик бренда, позволяющая наиболее эффективным способом позиционировать бренд на рынке [1].

Задача концепции бренда – донести маркетинговую идею бренда до потребителя.

Бренд-концепция – основа для создания личности бренда. Она представляет собой набор выявленных маркетинговых характеристик, особенностей, преимуществ, которыми должен обладать бренд, и набор отрицательных факторов и недостатков, которые не должны быть ему присущи.

Концепция бренда является фундаментом для разработки названия бренда, логотипа и фирменного стиля, к атрибутам бренда относится все то, что визуализирует бренд: логотип, фирменный стиль, креативная концепция и т. д.

В данной статье представлены разработанные автором отдельные атрибуты бренда для Полоцка и Новополоцка, в частности слоган, при формировании которого мы ориентировались на выявленные особенности данных городов.

Полоцкая земля очень богата историческими и культурными достопримечательностями. При этом они активно создавались в г. Полоцке и в последние годы. Это позволяет говорить о г. Полоцке как о крупнейшем историческом и культурном центре нашей республики. Значит, будем опираться именно на эти факты при создании слогана. Итак, варианты слогана для г. Полоцка:

Полоцк – жемчужина древности  
Полоцк – город с живой историей  
Полоцк – историко-культурный центр Европы  
Полоцк – колыбель белорусских городов

При этом мы отмечаем, что есть некоторые слабые стороны, которые могут препятствовать созданию и продвижению бренда территории в выделенных направлениях (высокий уровень преступности, низкие финансовые результаты деятельности и т.д.).

В отличие от г. Полоцка, г. Новополоцк достаточно молодой город, с развивающейся инфраструктурой. Поэтому при формировании слогана уделим внимание развивающемуся будущему г. Новополоцка.

Новополоцк – промышленный центр будущего.  
Новополоцк – город молодежи.  
Новополоцк – будущее с нами  
Новополоцк – город нефтехимии и больших возможностей

Итак, выберем варианты слоганов для г. Полоцка и г. Новополоцка, на примере которых мы продемонстрируем некоторые дальнейшие шаги по формированию и продвижению бренда.

На наш взгляд, для г. Полоцка лучше всего подойдет вариант: «Полоцк – жемчужина древности», а для Новополоцка – «Новополоцк – промышленный центр будущего». В дальнейшем, при составлении программы мероприятий по продвижению г. Полоцка и г. Новополоцка будем опираться именно на такие слоганы городов. Для Полоцка – это история, культура, памятники, архитектура города, а для Новополоцка – развитие промышленных организаций (предприятий). Выделенные области, которые необходимо продвигать и развивать, отражают реальные конкурентные преимущества, которые поднимут экономический уровень регионов.

Как мы определились ключевой отраслью, которая должна развиваться в г. Полоцке является туризм.

Туризм – одна из важнейших сфер современной экономики. Данный вид деятельности направлен на удовлетворение потребностей людей в ознакомлении с историей, культурой, обычаями, духовными и религиозными ценностями различных стран и их народов.

*План мероприятий по развитию туризма в г. Полоцке:*

1. Продвижение отечественных туров.
2. Повышение квалификации, умения и профессионализма специалистов, занятых в сфере туризма. При формировании кадрового потенциала туристической индустрии особое внимание следует уделять изучению иностранных языков, информационных и инновационных технологий.
3. Оплата выставочных площадей для обеспечения участия в международных туристических выставках в основных странах - импортерах туристических услуг.
4. Обеспечение качественного обслуживания в туристической индустрии.
5. Повышение роли интернет-технологий в продвижении туристических услуг.
6. Расширение сотрудничества на международной арене, в первую очередь, с международными организациями и межправительственными образованиями.
7. Применение неиспользуемых зданий и сооружений под объекты туристической индустрии, а также обустройство необходимой инфраструктурой водных ресурсов, парков, зон отдыха, автомобильных дорог, а также строительство новых объектов.
8. Внедрение в туристическую деятельность передового отечественного и зарубежного опыта путем привлечения компетентных специалистов в сфере туризма, кадров высшей научной квалификации.
9. Разработка экскурсий, туров, туристических маршрутов с активными способами передвижения с использованием современных технических средств.
10. Интеграция в систему электронного бронирования услуг субъектов туристической индустрии.

Представим программу мероприятий по укреплению конкурентоспособности г. Новополоцка за счет раскрытия его промышленного потенциала.

Основная стратегическая задача в промышленности – уменьшение сегмента топливной промышленности за счет создания в городе принципиально новых производств, предприятий, производящих экспортноориентированную, высокотехнологичную продукцию и увеличение объемов производства на действующих предприятиях других отраслей.

Каким образом это может быть реализовано:

1. В действующих промышленных организациях необходимо провести модернизацию, реконструкцию, создать новые высокотехнологичные производства, расширить ассортимент и выпуск новых видов продукции, повысить конкурентоспособность (прежде всего, за счет кардинального улучшения ее качества), завоевать новые рынки сбыта и увеличить долю продукции организаций (предприятий) города на уже освоенных рынках и снизить затраты на производство продукции.

2. В целях увеличения объемов производства и повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции ОАО «Нафтан» необходимо продолжить работу по выпуску новых видов продукции: волокна «Нитрон-Д»; композиции полиэтилена марки 102-10КУ; нефтяного кокса; серы технической; реактивного топлива.

3. СООО «ЛЛК-Нафтан» необходимо продолжить работу по производству новых пакетов присадок в ведущих российских компаниях – производителей масел, что позволит обеспечить прирост объема производства промышленной продукции и освоить новые рынки сбыта.

4. ООО «ЛюбаваЛЮКС» и ООО «Любава-ЛИС» необходимо продолжить политику развития на основе внедрения новейших технологий и современного оборудования известных мировых марок. Это позволит организациям работать с прибылью и постоянно наращивать объемы производства. Также требуется постоянно обновлять ассортимент, открывать фирменные магазины, как на территории республики, так и за рубежом.

5. В целях дальнейшего развития ОАО «Измеритель» основным направлением деятельности должно являться увеличение загрузки мощностей за счет наращивания выпуска импортозамещающих видов продукции, в том числе по внутриотраслевой кооперации, предназначенных в основном для пред-

приятый Министерства промышленности Республики Беларусь, а также за счет наращивания экспорта продукции и расширения рынков сбыта.

6. В результате увеличения и обновления производственных мощностей филиал Республиканского унитарного производственного предприятия «Витебскхлебпром» Новополоцкий хлебозавод должен увеличить объемы производства продукции путем завоевания новых рынков и расширения ассортимента.

Таким образом, данные рекомендации позволят учесть особенности и конкурентные преимущества Полоцка и Новополоцка, создать условия для эффективного формирования и продвижения брендов данных городов. Предложенные мероприятия должны обеспечить улучшение экономической ситуации в городах и вывести их на новый уровень развития.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Концепция бренда: сайт «Записки маркетолога» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.marketch.ru/marketing\\_dictionary/marketing\\_terms\\_k/kontseptsiya\\_brenda/](http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_k/kontseptsiya_brenda/). – Дата доступа: 08.06.2016.