

5. Вахрин П. И. Инвестиции: учебник для вузов. М.: Изд-во Дашков и К, 2007. 236 с.
6. Зимин А. И. Инвестиции: вопросы и ответы. Учебник. М: ИД «Юриспруденция», 2006, 256 с.
7. Калашникова Е. Ю. Основные принципы оценки стоимости недвижимости для целей инвестирования // Механизмы регулирования социально-экономического развития регионов России. Сборник научных трудов второй всероссийской научно-практической конференции, 24–25 февраля 2012 года, г. Тверь. URL: [http://www.konferenc.ru/konferenc04\\_02\\_12.html](http://www.konferenc.ru/konferenc04_02_12.html).
8. Калашникова Е. Ю. Оценка рисков при финансировании инвестиций в недвижимость // Экономический анализ: теория и практика. М.: Изд-во «Финансы и кредит», 2011 г. №13 (220), апрель 2011 г.

УДК 338.2

**Кривенко Антон Николаевич**

## **СУЩНОСТЬ И РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ТЕРРИТОРИИ В УПРАВЛЕНИИ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫМИ ОБРАЗОВАНИЯМИ**

*В статье раскрывается сущность маркетингового потенциала территории в управлении территориальными образованиями; описывается роль маркетингового потенциала территории в создании стратегии управления территориальными образованиями.*

*Ключевые слова и фразы: маркетинговый потенциал территории, потенциал маркетинга, управление территориями, стратегия, цель, риски, фактор развития.*

**Krivenko Anton N.**

### **THE ESSENCE (THE NATURE) AND THE ROLE OF AREA MARKETING POTENTIAL IN THE MANAGEMENT OF TERRITORIES**

*The article reveals the essence of the marketing potential of the territory in the management of territorial formations; describes the role of the marketing potential of the territory in creating a strategy for the management of territorial units.*

*Key words: area marketing potential, marketing potential, management of territories, strategy, target, risks, development factor.*

Современные экономические теории и взгляды на будущее развитие территорий поражают своим разнообразием и логической противоречивостью. Модель глобализации, предполагающая нарастающее потребление? под которым лежит необходимость поиска новых рынков сбыта для транснациональных компаний, медленно, но верно отживает. Такая тенденция становится все более явной в силу причин, широко известных. Процесс этот выражается не только в падении производства и снижении потребления, но и во всё более ожесточенной мировой схватке за иссякаемые природные ресурсы.

В этой связи рассматривать маркетинговый потенциал территории в стандартном понимании, которое включает способность привлечения инвестиций, трудовых ресурсов, развитие рекреационного потенциала, повышение технологичности производств и прочее – значит не учитывать всех обстоятельств современной реальности. В примерами таких факторов могут служить ухудшение глобальной экологической ситуации, отсутствие реальных программ по восстановлению и сбережению природных ресурсов (включая непродуманное землепользование, загрязнение крупнейших рек, вырубку лесов и т. д.), нарастание межнациональных и межрелигиозных конфликтов и другие.

Управление территориями включает в себя не только принятие оперативных решений в текущей деятельности, но в значительной части и предвидение последствий этих решений. В этой связи считаем, что правильным будет рассмотрение маркетингового потенциала территории не только с позиции одномоментного и очевидного удовлетворения нужд и потребностей населения этой территории, но и с позиции гармонизации таких решений по отношению к природе, с точки зрения сохранения экологических балансов в самом широком понимании.

При проведении любой оценки потенциала необходимо учитывать временной фактор и фактор преемственности поколений. Ведь если в перспективе 3–5 лет какая-либо территория станет экономически развитой, но в перспективе 15–20 лет станет непригодной к проживанию, есть ли смысл в реализации такого потенциала и не является ли ошибочным такой подход? Следовательно, оценка маркетингового потенциала территории и принятие управленческих решений должны производиться с учетом всех вышеуказанных факторов.

Следует сказать, что наша страна пока слабо демонстрирует понимание стратегических перспектив и эффективности развития территорий страны в целом, особенно с точки зрения сбалансированных и последовательных подходов. Отсутствие таких четких, взвешенных, и, что важно, поступательных и целенаправленных действий в конечном итоге сделает Россию безнадежно отстающей страной, являющейся местом добычи и вывоза первичного сырья.

Необходим ввод механизмов, основанных на учете и анализе потенциала территорий в самом широком его понимании, на сбалансированности интересов бизнеса с общегосударственной политикой. Всесторонний анализ возможностей, которыми территория обладает, в т. ч. и тех, которыми она может обладать в стратегической перспективе, и должен сформировать основу для ее конкурентоспособности.

При осуществлении любого вида деятельности работа не может быть начата без определения «исходной точки» по принципу «от достигнутого». В этом смысле упор необходимо делать на уже имеющиеся ресурсы и фактически задействованный потенциал. Постановка цели управления (цели функционирования объекта) является отправной точкой для проектирования процесса управления и определяет критерии его функционирования. Применительно к территориальным системам не представляется возможным достигнуть цели в один шаг, а значит невозможно говорить о прогнозе развития территории без определения стратегии, как цепочки последовательных действий, укладываемых в заданную логику.

Термин «территориальные стратегические решения» обозначает решения, суть которых рассчитана на долгосрочную перспективу и имеет кардинальное значение для работы многих организаций на этой территории. Важным здесь также является то, что такие решения имеют долговременные и неотвратимые последствия. При этом сама стратегия территории – это своего рода «каркас», на котором базируются конкретные решения, блоки заданий по отдельным вопросам функционирования территории и находящихся на ней предприятий.

Для осуществления коммуникаций между участниками процесса, корректной ориентации в целевом пространстве и правильной постановки ожиданий необходимо ввести некоторые уровни описания (применительно к конкретной ситуации и территории):

*Миссия* территории (видение, деловое кредо, «философская позиция») – сумма общих установок и принципов, определяющих их роль и предназначение в общественных отношениях, а также во взаимоотношениях с другими социально-экономическими субъектами;

*стратегия* – совокупность связанных между собой решений, определяющих главные направления распределения ресурсов всех видов и ставящие за цель достижение миссии;

*цели* – конечные и промежуточные состояния территории, описанные в рамках заданных критериев, достигаемые в ходе реализации стратегии;

*задачи* – уточненная формулировка цели территории применительно к этапу и степени ее достижения;

*действия* – конкретные мероприятия по реализации поставленной задачи.

Потенциал маркетинга играет неопределимую роль в вопросах построения прогнозов, составления планов и способствует принятию эффективных решений, так как по сути является объективной информацией о возможностях и конкурентных преимуществах региона в достижении определенных целей. Он отражает характер социально-экономических отношений территории на современном этапе, оценивает возможности и учитывает риски.

Таким образом, термин маркетинговый потенциал территории (МПТ), можно определить как интегральную оценку возможностей и ограничений территории. Термин «потенциал» имеет латинское происхождение. И. А. Васюков в «Словаре иностранных слов» приводит толкование термина как «мощь, сила». Потенциал в теории стратегического управления понимается как способность к будущим действиям. В контексте темы стратегического развития территории, под потенциалом маркетинга территории следует понимать совокупность ресурсов территории

и ее возможностей, позволяющих сформировать и максимально удовлетворить потребности территории в процессе социально-экономических отношений.

Маркетинговый потенциал крайне важно рассматривать во взаимосвязи отношений возникающих как между отдельными системами, предприятиями, районами, так и между ними, и административно-управленческим аппаратом, отраслями народного хозяйства в целом, по поводу использования их способностей к созданию материальных благ и услуг [1, с. 176].

Таким образом, становится ясно, что максимально задействованный потенциал территории является определяющим фактором развития, стержнем экономического роста в условиях экономического кризиса, способствует поддержанию независимости и безопасности страны. Стратегические решения любого уровня должны проводиться через призму понимания этих процессов отраслевого уровня. Этот же принцип необходимо заложить в основу принятия решений при определении стратегии отдельных фирм и организаций. Утрата способности к развитию такого потенциала сопряжена с непредсказуемыми последствиями для государства. Особую актуальность этот вопрос приобретает в нынешних условиях обособления отраслей экономики и тенденциях разобщения единого экономического пространства, нагнетания вопросов геополитической безопасности и сохранения национального суверенитета.

#### *Литература*

1. Портер М. Конкуренция: пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2012.

УДК 621.31

**Лапшина Елизавета Владимировна**

## **ОСОБЕННОСТИ РЫНКА ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ. СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ**

*В статье изучается структура рынка электроэнергии, ее особенности и результаты реформирования отрасли. Анализируется деятельность крупных предприятий электроэнергетической отрасли Краснодарского края. Рассмотрены основные проблемы и перспективы развития рынка электроэнергии, внедрения и развития возобновляемых источников энергии.*

**Ключевые слова:** *электроэнергетика, оптовый рынок электроэнергии, генерирующий комплекс, гарантирующий поставщик, возобновляемые источники энергии, энергодефицит, единая энергетическая система, либерализация, конкуренция, монополия, реформирование.*

**Lapshina Elizaveta Vladimirovna**

### **FEATURES OF ELECTROENERGY MARKET. CONDITION AND PERSPECTIVES OF DEVELOPMENT ELECTROENERGY INDUSTRY OF KRASNODAR REGION**

*The structure of electro energy market, its features and results of the reforming the industry are studied. Actions of large companies of electroenergy industry in Krasnodar region are analyzed. Basic problems and perspectives of electroenergy market's development, of implementation and development of renewable energy sources are examined.*

**Key words:** *electroenergy industry, wholesale market of electric power, generating complex, guaranteeing supplier, renewable energy sources, power deficiency, unites energy system, liberalization, competition, monopoly, reforming.*

ЕЭС России представляет собой единый комплекс электрических станций и сетей, имеющий общий режим работы и единый центр диспетчерского управления (ДУ). Системообразующие сети данного единого комплекса имеют напряжение от 330 до 1150 квт, и объединяют в параллельную работу 65 региональных энергосистем от западной границы до Байкала.