



ISSN 1993-3509 online

**ЭКОНОМИКА СТРОИТЕЛЬСТВА И ГОРОДСКОГО ХОЗЯЙСТВА
ЕКОНОМІКА БУДІВНИЦТВА І МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА
ECONOMICS OF CIVIL ENGINEERING AND MUNICIPAL ECONOMY**

2018, ТОМ 14, НОМЕР 2, 161–167

УДК 332.143(477.6)

ОПРЕДЕЛЕНИЕ СТРАТЕГИИ МАРКЕТИНГА ТЕРРИТОРИЙ НЕПРИЗНАННЫХ РЕСПУБЛИК ДОНБАССА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

М. Ф. Иванов

ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и архитектуры»,

2, ул. Державина, г. Макеевка, ДНР, 86123.

E-mail: mixivanov@mail.ru

Получена 14 апреля 2018; принята 25 мая 2018.

Аннотация. Целью статьи является определение стратегии маркетинга территорий непризнанных республик Донбасса в современных условиях неопределенности. В статье анализируются теоретические положения и существующий опыт, касающийся перспектив социально-экономического развития и маркетинга территорий непризнанных государств. Обосновано расширение маркетинговых возможностей и коммуникационных связей для развития территорий непризнанных республик Донбасса. С этой целью предлагается маркетингово-коммуникационная модель концепции «Современный Донбасс-2023», которая представляет собой, во-первых, маркетинговый план развития территорий непризнанных республик Донбасса, а во-вторых, координационный план информационно-маркетинговой деятельности на территории этих республик.

Ключевые слова: маркетинг территории, непризнанные государства, маркетинг территорий непризнанных государств, коммуникационные связи, маркетинговые стратегии.

ВИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ ТЕРИТОРІЙ НЕВИЗНАНИХ РЕСПУБЛІК ДОНБАСУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

М. Ф. Иванов

ДОН ВПО «Донбаська національна академія будівництва і архітектури»,

2, вул. Державіна, м. Макіївка, ДНР, 86123.

E-mail: mixivanov@mail.ru

Отримана 14 квітня 2018; прийнята 25 травня 2018.

Анотація. Метою статті є визначення стратегії маркетингу території незвідомих республік Донбасу у сучасних умовах невизначеності. У статті аналізуються теоретичні положення та існуючий досвід, який стосується перспектив соціально-економічного розвитку та маркетингу територій незвідомих держав. Обґрунтовано розширення маркетингових можливостей та комунікаційних зв'язків для розвитку територій незвідомих республік Донбасу. З цією метою пропонується маркетингово-комунікаційна модель концепції «Сучасний Донбас-2023», яка становить собою, по-перше, маркетинговий план розвитку територій незвідомих республік Донбасу, а по-друге, координаційний план інформаційно-маркетингової діяльності на території цих республік.

Ключові слова: маркетинг території, незвізані держави, маркетинг території незвідомих держав, комунікаційні зв'язки, маркетингові стратегії.

THE DEFINITION OF A MARKETING STRATEGY OF THE TERRITORIES OF THE UNRECOGNIZED REPUBLICS OF THE DONBASS REGION IN MODERN CONDITIONS

Myhailo Ivanov

*Donbas National Academy of Civil Engineering and Architecture,
2, Derzhavina Str., Makeyevka, DPR, 86123.
E-mail: mixivanov@mail.ru*

Received 14 April 2018; accepted 25 May 2018.

Abstract. The purpose of the article is to determine the marketing strategy of the unrecognized republics of Donbass in modern conditions of uncertainty. In article are analyzed the theoretical principles and current practices relating to the prospects of socio-economic development and marketing of the territories of unrecognized states. The expansion of marketing opportunities and communication links for the development of the territories of the unrecognized republics of Donbass is justified. To this end, we propose a marketing and communication model of the concept of «Modern Donbass -2023», which is, first, a marketing plan for the development of the territories of the unrecognized republics of Donbass, and, secondly, a coordination plan of information and marketing activities in the territory of these republics.

Keywords: marketing of the territory, an unrecognized state, marketing of territories of unrecognized states, communications, marketing strategy.

Формулировка проблемы

В современных условиях особенно актуальной проблемой перед органами государственного управления, бизнес-структурами и всем сообществом Донецкой Народной Республики (ДНР) и Луганской Народной Республики (ЛНР) выступает проблема определения перспектив и стратегий дальнейшего развития этих непризнанных в настоящее время республик Донбасса. Данная общая проблема прежде всего характеризуется отсутствием международно-правового статуса указанных государств. В условиях существующего военно-политического конфликта непризнанных республик Донбасса с Украиной, с одной стороны, и невыполнением Украиной Минских договоренностей, с другой стороны, в ДНР и ЛНР сформированы в основном все атрибуты, структуры и механизмы государственности. Непризнанные республики Донбасса в настоящее время не обладают полным внешним суверенитетом, но во внутренних делах функционирует верховенство публичной власти.

Современные тенденции развития непризнанных государств в мире показывают существующие возможности и перспективные направления их развития. Это подтверждает опыт существования непризнанных республик на ост-

рове Кипр, в Косово, в Нагорном Карабахе, в Приднестровье, в Абхазии, в Южной Осетии и др. В каждой из этих в целом непризнанных республик на своих этапах развития после соответствующих военно-политических событий происходили процессы стабилизации и постепенной эволюции с выбором собственных стратегий развития в целом, в том числе и стратегий маркетинга территорий. Необходимо обобщение теоретических исследований по вышеназванному опыту маркетинга территорий непризнанных государств. Непризнанные республики Донбасса находятся на начальном этапе своего развития, но следует отметить их сравнительно большие показатели размера территорий и количества населения по сравнению с другими непризнанными государствами, которые образовались на территории бывшего Советского Союза. Значительные проблемы социально-экономического развития республик Донбасса требуют своего решения. В связи с этим комплексная задача стратегического прогнозирования социально-экономического развития непризнанных республик Донбасса ставит задание определения рациональной стратегии маркетинга их территорий в современных условиях неопределенности ситуации в целом.

Анализ последних исследований и публикаций

В известных экономических исследованиях по маркетингу территорий (места) в целом выделяется два подхода. Первый подход рассматривает территорию как своего рода «квазикорпорацию». Следовательно, реализация данного подхода к территории осуществляется как к управлению крупной корпорацией. Данному подходу уделено внимание такими учеными, как Т. В. Сачук [1], И. В. Арженовский [2] и др. Второй подход рассматривает территорию как «специфический мультиатрибутивный товар», который обладает потребительской стоимостью и полезностью. Сторонниками данного подхода являются такие ученые, как А. П. Панкрухин [3], Р. Флорида [4], И. С. Важенина [5] и др. Все вышеназванные подходы базируются на существовании территорий признанных государств. Однако проблемы маркетинга территорий непризнанных государств в современных условиях являются неизученными в должной степени, а актуальность этих проблем нарастает.

Цель

Целью статьи является определение стратегии маркетинга территорий непризнанных республик Донбасса в современных условиях.

Основной материал

Непризнанные республики Донбасса в условиях военно-политического конфликта с Украиной ориентируются на сотрудничество с Российской Федерацией, которая оказывает необходимую гуманитарную и другую помощь. В информационном пространстве идет непрекращающаяся война в контексте геополитического противостояния западных государств во главе с США против Российской Федерации, Китая и других перспективных государств. В мире растет потребность гражданского общества западных государств в правдивой информации о событиях и военно-политической ситуации в ДНР и ЛНР. Расширение маркетинговых возможностей и коммуникационных связей для развития территорий непризнанных республик Донбасса в первую очередь связано с развитием прежде всего информационно-маркетинговой инфраструктуры в ДНР и ЛНР для сотрудничества с регионами Российской Федерации (РФ), а следователь-

но, и с формированием нового имиджа непризнанных республик Донбасса на международной арене в современных условиях. С этой целью возможно прогнозирование установления новых внутрирегиональных и межрегиональных связей республик Донбасса с регионами России, а также изменение международно-правового статуса этих республик. Для этого целесообразно выделить следующие коммуникационные цели:

- координационный уровень «А»: взаимодействие и партнерские отношения городов в пределах Донецкой Народной Республики и с регионами Российской Федерации;
- координационный уровень «Б»: взаимодействие и партнерские отношения городов в пределах Луганской Народной Республики и с регионами Российской Федерации;
- координационный уровень «В»: взаимодействие и партнерские отношения городов в пределах Донецкой и Луганской Народных Республик в целом и с регионами Российской Федерации;
- координационный уровень «Г»: международное взаимодействие Донецкой и Луганской Народных Республик в целом с различными регионами стран мира.

На основании вышеуказанного методического подхода в качестве стратегии маркетинга территорий непризнанных республик Донбасса в современных условиях их социально-политической неопределенности целесообразно разработать и применять информационно-маркетинговую концепцию «Современный Донбасс» на период до 2023 года (СовДон-2023).

«СовДон-2023» должна быть нацелена на более тесную и доверительную координацию государственной политики ДНР и ЛНР по активизации информационно-дипломатической и маркетингово-экономической деятельности прежде всего на координационных уровнях «В» и «Г», то есть в целом в масштабе непризнанных республик Донбасса. При существующей системе государственного управления в ДНР и ЛНР в современных условиях координационные уровни «А» и «Б» в основном обеспечиваются деятельностью органов государственного управления, а именно: соответственно главами ДНР и ЛНР, а также Донецким и Луганским Народными Советами.

В условиях становления и углубления стратегического прогнозирования и планирования социально-экономического развития непризнанных республик Донбасса в целом, а также в городах и административных районах ДНР и ЛНР решение практических проблем реализации предлагаемой стратегии «СовДон-2023» требует повышения социально-политической активности граждан и взаимодействия городов ДНР и ЛНР между собой, с одной стороны, а с другой стороны - координационное управление на уровне Донбасского региона при партнерских отношениях и согласованном взаимодействии субъектов прежде всего информационно-маркетинговой деятельности в республиках Донбасса в целом с регионами РФ. При этом партнерские отношения рассматриваются в сложной социально-экономической системе «органы власти - бизнес - предприятия - население - общественные организации».

В экономической сфере угольно-металлургический комплекс ДНР и ЛНР тесно взаимодействует в рамках соответствующей части Донбасского региона. При этом металлургический комплекс непризнанных республик Донбасса устанавливает маркетингово-технологические связи с российскими предприятиями горнометаллургического комплекса при посредничестве Республики Южная Осетия, которая признала ДНР и ЛНР. Таким образом, маркетингово-коммуникационная концепция «СовДон-2023» должна быть нацелена прежде всего на развитие организационной структуры координационного управления на уровнях «В» и «Г» или в целом в пределах Донецкой и Луганской Народных Республик. При этом основой координирующих, коммуникационных и интеграционных связей концепции «СовДон-2023» будут являться:

- в социально-политическом направлении: установление социально-политической стабилизации ситуации, повышение качества жизни населения ДНР и ЛНР в соответствии с российскими социальными стандартами;
- в социально-экономическом направлении: оптимизация угольного, горно-металлургического, энергетического, строительного и других комплексов ДНР и ЛНР с переходом к инновационно-инвестиционной модели развития и активизацией реализации проектов по созданию и внедрению производств,

основанных на передовых технологических укладах;

- в международно-маркетинговом направлении: формирование и продвижение на государственном и международном рынках нового имиджа непризнанных республик Донбасса как участников международного процесса военно-политической стабилизации ситуации в Восточной Европе.

«СовДон-2023» будет являться координирующей концепцией интеграции стратегической программы социально-экономического развития ДНР и ЛНР на период до 2023 года. Она направлена на развитие государственного организационно-экономического механизма активизации инновационно-инвестиционной деятельности в Донбасском регионе путем расширения и углубления координирующих, коммуникационных, интеграционных связей в вышеуказанных стратегических направлениях.

Внутрирегиональное взаимодействие организационно-экономических механизмов активизации информационно-маркетинговой деятельности предприятий и организаций в ДНР и ЛНР должно быть основано прежде всего на формировании координирующих связей от уровней «А» и «Б» к уровням «В» и «Г» с созданием интегрированных информационных и телекоммуникационных сетей непризнанных республик Донбасса. Использование государственных социально-экономических, экономических, маркетинговых и других мотиваций позволяет сформировать координирующие организационные структуры интеграционных процессов в ДНР и ЛНР в целом. Основной движущей идеей информационно-маркетинговой концепции «СовДон-2023» следует определить тесную организационно-экономическую координацию и финансовую заинтересованность всех субъектов активизации информационно-маркетинговой деятельности для социально-экономического развития территорий на уровнях государственных и местных органов управления ДНР и ЛНР, а также их межрегиональное взаимодействие с регионами России и регионами Украины с целью достижения мира и установления социально-политической стабилизации в Донбасском регионе.

В ДНР и ЛНР для обеспечения реализации вышеупомянутой идеи координации по предлагаемой концепции «СовДон-2023» целесообразно

но организовать координирующие органы: Совет глав ДНР и ЛНР, Ассамблея развития Донбасса, Ассоциация Народных Советов ДНР и ЛНР. На первом организационном этапе ведущая роль принадлежит координации информационных и телекоммуникационных связей внутрирегионального взаимодействия всех субъектов активизации информационно-маркетинговой деятельности предприятий и организаций Донбасса. Одновременно формируется маркетингово-коммуникационная модель реализации концепции «СовДон-2023». На этом этапе целесообразно создание Донбасского информационного агентства с целью проведения скоординированной информационной и рекламно-маркетинговой деятельности как внутри Донбасского региона, так и для взаимодействия с другими регионами внутри Украины и РФ. Для координации деятельности Донецкой и Луганской торгово-промышленных палат необходимо организовать Донбасскую торгово-промышленную палату, в которой будет функционировать совет президентов вышеупомянутых палат, а председателем по очереди выступает один из президентов.

Маркетинговая составляющая концепции «СовДон-2030» представляет собой, во-первых, маркетинговый план развития территорий непризнанных республик Донбасса, а во-вторых, координационный план рекламно-информационной деятельности Донбасской торгово-промышленной палаты и Донбасского информационного агентства. При этом решающая роль для реализации «СовДон-2023» принадлежит коммуникационно-координационным мероприятиям, а именно: конференциям, фестивалям, форумам, конкурсам и т.д. по вышеуказанным и другим направлениям концепции «СовДон-2023». Развитие транспортной, гостинично-сервисной, информационной и др. инфраструктуры в Донбассе требует политических решений возникшего военного конфликта на международном уровне на основе Минских соглашений. Это необходимо и для улучшения железнодорожных и воздушных сообщений по направлению «Восток - Запад» и «Север-Юг», которые позволят укрепить интеграционные процессы в Донбасском регионе для достижения мира и развития.

Для практической реализации целей концепции «СовДон-2023» и государственных страте-

гий инновационно-инвестиционного развития на втором этапе необходима организация под руководством глав ДНР и ЛНР Донбасской корпорации по развитию региона, Донбасской инновационно-финансовой группы, Ассоциации инвесторов Донбасса, а также Донбасской финансовой корпорации с последующим учреждением банка реконструкции и развития Донбасса.

При этом одновременно с организационно-правовой работой по возобновлению функционирования в Донбассе специальных экономических зон и территорий приоритетного развития нужна активизация деятельности ДНР и ЛНР по разворачиванию проектов промышленных (индустриальных) парков в нашем регионе. Международный опыт показывает, что функционирование промышленных парков доказало свою эффективность. В качестве перспективного инновационно-инвестиционного проекта по использованию опыта функционирования технологических и промышленных парков в странах мира является проект «Донбасстехнокрай». Перспективная цель этого проекта связана с созданием технополиса, однако в начальной стадии реализации этого проекта основой дальнейшего развития являются промышленные и технологические парки. При этом материально-технической, научной, кадровой и др. базой проекта «Донбасстехнокрай» на первом этапе выступают соответствующие субъекты активизации инновационно-инвестиционной деятельности внутри Донбасса, а также включение межрегиональных научно-исследовательских, опытно-конструкторских, инновационных и других координирующих связей по «прорывным» направлениям научно-технического прогресса в Донбасском регионе.

Выводы

Исходя из вышеизложенного, можно сделать следующие выводы: комплексная задача стратегического прогнозирования социально-экономического развития непризнанных республик Донбасса ставит задание определения рациональной стратегии маркетинга их территорий в современных условиях неопределенности ситуации в целом.

Непризнанные республики Донбасса в условиях военно-политического конфликта с Украиной ориентируются на сотрудничество с Рос-

сийской Федерацией, которая оказывает необходимую гуманитарную и другую помощь. В информационном пространстве идет непрекращающаяся война в контексте геополитического противостояния западных государств во главе с США против Российской Федерации, Китая и других перспективных государств. В мире растет потребность гражданского общества западных государств в правдивой информации о событиях и военно-политической ситуации в ДНР и ЛНР.

На основании вышеуказанного методического подхода в качестве стратегии развития территорий непризнанных республик Донбасса в современных условиях их социально-политической неопределенности целесообразно разработать и применять информационно-маркетинговую концепцию «Современный Донбасс» на период до 2023 года (СовДон-2023), которая должна быть нацелена на более тесную и доверительную координацию государственной политики ДНР и ЛНР по активизации информационно-дипломатической и маркетингово-экономической деятельности прежде всего на координаци-

онных уровнях «В» и «Г», то есть в целом в масштабе непризнанных республик Донбасса.

Маркетинговая составляющая концепции «СовДон-2030» представляет собой, во-первых, маркетинговый план развития территорий непризнанных республик Донбасса, а во-вторых координационный план рекламно-информационной деятельности Донбасской торгово-промышленной палаты и Донбасского информационного агентства. При этом решающая роль для реализации «СовДон-2023» принадлежит коммуникационно-координационным мероприятиям, а именно: конференциям, фестивалям, форумам, конкурсам и т.д. по вышеуказанным и другим направлениям концепции «СовДон-2023». Развитие транспортной, гостинично-сервисной, информационной, инвестиционной и др. инфраструктур в современном Донбассе требует политических решений возникшего военно-политического конфликта на международном уровне на основе комплексных действий заинтересованных государств и гражданского общества различных стран для достижения мира и развития в Донбасском регионе.

Литература

1. Сачук, Т. В. Территориальный маркетинг [Текст] / Т. В. Сачук. – Санкт-Петербург : Питер, 2009. – 368 с.
2. Арженовский, И. В. Маркетинг регионов [Электронный ресурс] // Энциклопедия маркетинга. – Режим доступа : <http://marketing.spb.ru/read/article/a56.htm>
3. Панкрухин, А. П. Маркетинг территорий [Текст] / А. П. Панкрухин. – СПб. : Питер, 2006. – 416 с.
4. Флорида, Ричард Креативный класс: люди, которые меняют будущее [Текст] // Классика – XXI. – 2007. – 421 с.
5. Важенина, И. С. Важенин и репутация как стратегические составляющие нематериальных активов территории [Текст] // И. С. Важенина, С. Г. Важенин Имидж, Экономика региона. – 2010. – № 3. – С. 95–103.
6. Чумаченко, Н. Г. Развитие производственной сферы региона: теоретические и практические аспекты государственного регулирования: монография [Текст] / Н. Г. Чумаченко, Л. Г. Червова, Л. М. Кузьменко и др. / НАН Украины, Ин-т экономики пром-сти. – Донецк : [б. и.], 2007. – 368 с.
7. Кузьменко, Л. М. Формирование инновационной системы региона [Текст] / Л. М. Кузьменко,

References

1. Sachuk, T. V. Territorial marketing [Text] / T. V. Sachuk. – St. Petersburg : Peter, 2009. – 368 p.
2. Arzhenovsky, I. V. Marketing of regions [Electronic resource] // *Encyclopedia of marketing*. – Access mode : <http://marketing.spb.ru/read/article/a56.htm>
3. Pankrukhin, A. P. Marketing of territories [Text] / A. P. Pankrukhin. – SPb. : Peter, 2006. – 416 p.
4. Richard, Florida Creative class: people who change the future [Text] // *Classic* – XXI. – 2007. – 421 p.
5. Vazhenina I. S., *Image and reputation as strategic components of intangible assets of the territory* [Text] I. S. Vazhenina, S. G. Vazhenin // *Economy of the region*. – 2010. – №3. – P. 95-103.
6. Chumachenko, N. G. *Development of the production sphere of the region: theoretical and practical aspects of state regulation*: monograph [Text] / N. G. Chumachenko, L. G. Chervova, L. M. Kuzmenko et al. / National Academy of Sciences of Ukraine, Institute of economy of industry. – Donetsk, 2007. – 368 p.
7. Kuzmenko, L. M. Formation of innovative system of the region [Text] / L. M. Kuzmenko, M. A., Soldek // *Management of transition: collection of scientific works*. Tr. / NAS of Ukraine. Institute of economy of industry; Redkol. : Chumachenko N. G. et al. – Donetsk, 2005. – 310 p. – P. 35–45.

- М. А. Солдак // Управление экономикой переходного периода: сб. науч. тр. / НАН Украины. Ин-т экономики пром-ти; Редкол. : Н. Г. Чумаченко и др. – Донецк, 2005. – 310 с. – С. 35–45.
8. Иванов, М. Ф. Интеграционные стратегии международного взаимодействия экономических механизмов активизации инновационно-инвестиционной деятельности Донбасского региона в условиях глобализации региональных рынков [Текст] / М. Ф. Иванов // Збірник наукових праць Донбаської нац. академії будівництва і архітектури. – 2008. – № 2, Т. 4. – С. 78–83.
9. Ляшенко, В. И. Трансграничное украинско-российское сотрудничество: формы, методы, перспективы: монография [Текст] / под ред. В. И. Ляшенко, В. И. Павлова. – Донецк: ИЭП, НАН Украины, – 2010. – 418 с.
8. Ivanov, M. F. *Integration strategies of the international interaction of economic mechanisms of activation of innovative-investment activity of Donbass region in conditions of globalization of regional markets* [Text] / M. F. Ivanov // Zbirnik of naukovih] Donbosco NAT. Academy of architecture. – 2008. – № 2, Vol. 4. – P. 78–83.
9. Lyashenko, V. I. *Cross-Border Ukrainian-Russian cooperation: forms, methods, prospects: monograph* [Text] / edited by V. I. Lyashenko, V. I. Pavlov. – Donetsk : IEP, NAS of Ukraine, 2010. – 418 p.

Иванов Михаил Федорович – доктор экономических наук, доцент, кандидат технических наук, заведующий кафедрой менеджмента строительных организаций ГОУ ВПО «Донбасская национальная академия строительства и архитектуры». Научные интересы: активизация инновационной и инвестиционной деятельности предприятий в регионе.

Иванов Михайло Федорович – доктор економічних наук, доцент, кандидат технічних наук, завідувач кафедри менеджменту будівельних організацій ДООУ ВПО «Донбаська національна академія будівництва і архітектури». Наукові інтереси: активізація інноваційної та інвестиційної діяльності підприємств в регіоні.

Ivanov Myhailo – D.Sc. (Economics), Associate Professor, Ph.D. (Engineering) Head of the Management of Construction Organizations Department, Donbas National Academy of Civil Engineering and Architecture. Scientific interests: intensification of innovative and investment activities in the region.