

ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНОГО ПРОДУКТУ ЯК ЗАСІБ ЙОГО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ¹

Згідно з положеннями територіального маркетингу територія розглядається як територіальний продукт або геотовар, а її вартість пов'язана з рідкістю сприятливих географічних умов.

Територіальний продукт, або геотовар, – це асортимент, кількість і якість ресурсів території, які необхідні її споживачам: її географічне положення, населення (персонал), якість життя, інфраструктура, здатність працювати з високими технологіями, сировинні ресурси, рівень ділової активності, доступ до «дешевих» грошей, рівень розвитку сфери підтримки бізнесу, рекламного ринку, аудиту, public relations і т.д. [1, с. 11]. Територіальний продукт можна розглянути з позиції 4Р (рис. 1).

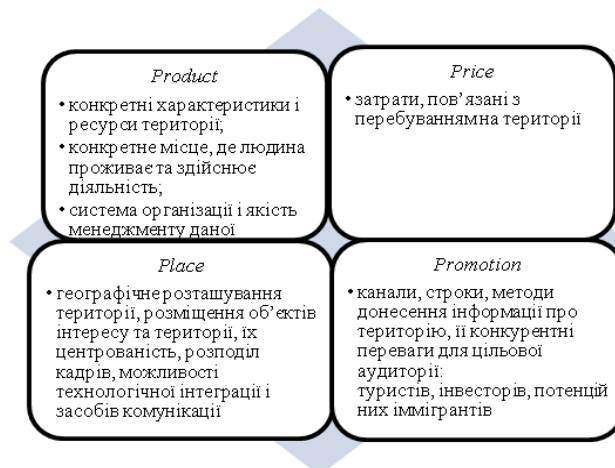


Рис. 1 – 4Р територіального продукту

Територіальний продукт, як і звичайний продукт, має своїх споживачів. Узагальнена класифікація споживачів території подана на рис. 2.

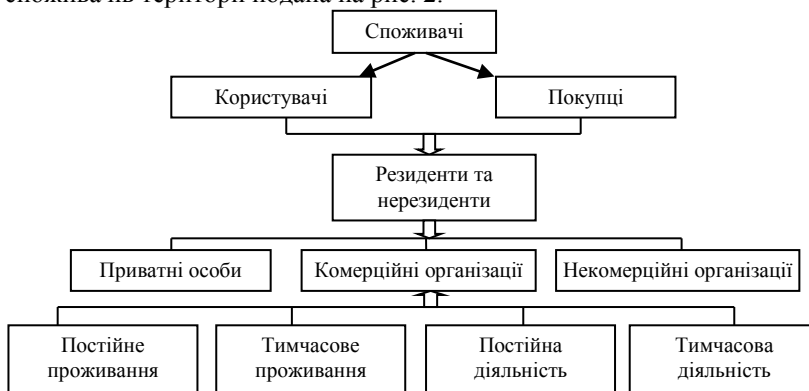
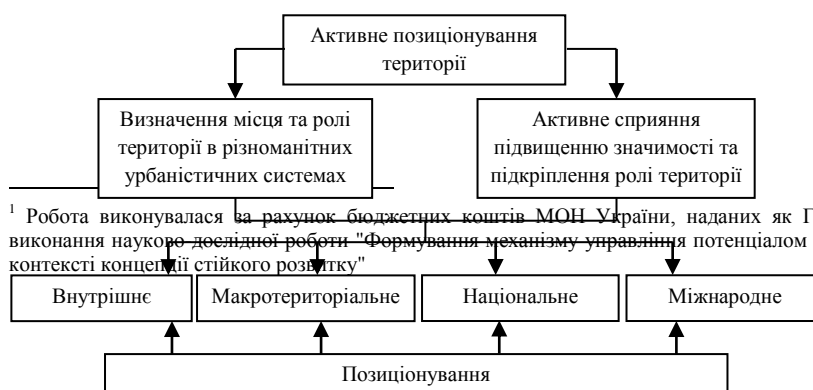


Рис. 2 – Споживачі територіального продукту

У сучасних умовах коли загострюється конкуренція територій за ресурси, фінанси, споживачів, тобто коли очевидні відмінності стираються або становляться маловажливими, виникає необхідність у позиціонуванні. *Позиціонування* територіального продукту – це діяльність зі створення для території певної позиції серед територій-конкурентів, яка знайшла б позначення в ієрархії цінностей, створеній у свідомості потенційного покупця, з метою допомогти споживачеві розрізнити, дізнатися, віддати перевагу тій або іншій території, на фоні інших. Успішне позиціонування повинне чітко відрізнитися від конкуруючих територій і бути захищеним в довгостроковій перспективі.

Сутність та рівні позиціонування території наведені на рис. 3.



¹ Робота виконувалася за рахунок бюджетних коштів МОН України, наданих як Грант Президента України для молодих учених на виконання науково-дослідної роботи "Формування механізму управління потенціалом інноваційного розвитку промислових підприємств в контексті концепції стійкого розвитку"

Рис. 3 – Сутність та рівні позиціонування території

Позиціонування допомагає визначити напрям, згідно з яким території краще розвиватися, тобто її потенційні можливості та ті напрямки, які залишаються нереалізованими, але які можуть бути реалізовані на ній.

1. Сачук Т.В. К вопросу о сущности понятия «территориальный продукт» / Т.В. Сачук // Маркетинг. – 2005. – №2. – с. 11-21