

ПРИМЕНЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ В ПРОЦЕССЕ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА БРЕНДИНГА ТЕРРИТОРИИ

А. А. Романова, аспирант, Черниговский национальный технологический университет, romanova_center@mail.ru

Методология исследования. Результаты получены в результате применения методов: абстракции и конкретизации – при определении сущности категории «маркетинговая информационная система»; анализа и синтеза – при функциональном анализе маркетинговой информационной системы, а также при определении этапов сбора информации о маркетинговом потенциале территории; системного подхода – при определении логики взаимосвязи между применением различных видов маркетинговых исследований и при построении структуры маркетинговых исследований для анализа территории.

Результаты. Подано функциональный анализ маркетинговой информационной системы. Предложена модель применения маркетинговой информационной системы, в которую также входит подсистема анализа маркетинговых решений.

Разработанная стратегия анализа маркетингового потенциала территории состоит из четырех основных этапов. На основе анализа маркетингового потенциала территория определяется к тому или иному из девяти предложенных типов. Типология локальной территории осуществляется по четырем признакам: 1) эффективность использования имеющихся ресурсов; 2) статус территории; 3) уровень маркетингового потенциала; 4) уровень расходов на реализацию маркетингового потенциала.

Сформировано структуру маркетинговых исследований, которую целесообразно использовать при анализе маркетингового потенциала украинских территорий.

Новизна. Уточнена сущность категории «маркетинговая информационная система». Разработаны теоретические основы и обоснована целесообразность использования информационной маркетинговой системы для создания стратегии брендинга территории. Обосновано, что сбор информации о территории должен осуществляться с помощью построения маркетинговой

информационной системы. Предложены и охарактеризованы основные этапы анализа маркетингового потенциала территории.

Практическая значимость. Разработана поэтапная структура маркетинговых исследований, которую целесообразно применить для анализа потенциала территории при создании стратегии брендинга территорий Украины. Предложен четкий алгоритм функционирования маркетинговой системы, а также взаимосвязи каждого из проведенных маркетинговых исследований.

Ключевые слова: брендинг территории, маркетинговая информационная система, маркетинговые исследования, маркетинговая разведка, территориальный бенчмаркинг, фокус-группа, личное интервью, SWOT – анализ.

Литература

1. Kotler Ph. *Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations*. New York : Free Pr. 1993. – 388 p.
2. Визгалов Д. В. *Маркетинг города* / Д. В. Визгалов. – М. : Институт экономики города, 2008. – 110 с.
Vizgalov D. V. *Marketing goroda* [Marketing of the city] / D. V. Vizgalov. – М. : Institut ekonomiki goroda, 2008. – 110 p.
3. Жердева О. В. Методы и приемы маркетингового анализа территории // *Маркетинг и маркетинговые исследования*. – 2006. – № 2 (62). – С. 110–119.
Zherdeva O. V. *Metody i priemy marketingovogo analiza territorii* [Methods and techniques of marketing analysis of the territory] // *Marketing i marketingovyie issledovaniya*. – 2006. – № 2 (62). – P. 110–119.
4. Князева И. В. *Маркетинг территорий: курс лекций* / И. В. Князева, Е. В. Шевцова. – Новосибирск : СибАГС, 2007. – 200 с.
Knyazeva I. V. *Marketing territoriy: kurs lektsiy* [Marketing area: lectures] / I. V. Knyazeva, Ye. Shevtsova. – Novosibirsk : SibAGS, 2007. – 200 p.
5. Лавров А. М. *Региональный маркетинг и тенденции его развития* / А. М. Лавров, В. С. Сурнин. – Реформирование экономики: региональные аспекты. – Кемерово : Кузбассвузиздат, 2008. – 146 с.
Lavrov A. M. *Regionalnyy marketing i tendentsii yego razvitiya* [Regional marketing and development trends] / A. M. Lavrov, V. S. Surmin. – Reformirovaniye ekonomiki: regionalnyye aspekty. – Kemerovo : Kuzbassvuzizdat, 2008. – 146 p.
6. Панкрухин А. П. *Маркетинг территорий* / А. П. Панкрухин. – [2-е изд.]. – СПб. : Питер, 2006. – 416 с.
Pankrukhin A. P. *Marketing territoriy* [Destination marketing] / A. P. Pankrukhin. – [2-ye izd.]. – SPb. : Piter, 2006. – 416 p.
7. Попов А. В. О понятии Place branding (брендинг территориальных образований) // *Материалы II Регион. науч.-практ. конф. «Географическое изучение территориальных систем»* / Перм. гос. ун-т. Пермь, 2008. – С.24–27.
Popov A. *O ponyatii «Place branding» (branding territorialnykh obrazovaniy)* [The concept of place branding (destination branding)] // *Materialy II Region. nauch.- prakt. konf. «Geograficheskoye izucheniye territorialnykh sistem»* / Perm. gos. un-t. Perm', 2008. – P.24–27.

8. Савинов Г. Г. Стратегическое маркетинговое планирование/ Г. Г. Савинов // Особенности стратегического планирования развития городов в постсоветских странах. – СПб. : МЦСЭ «Леонтьевский центр», 2007. – 233 с.
Savinov G. G. *Strategicheskoye marketingovoye planirovaniye* [Strategic Marketing Planning]/ G. G. Savinov // *Osobennosti strategicheskogo planirovaniya razvitiya gorodov v postsovetskikh stranakh.* – SPb. : MTSSE «Leontyevskiy tseentr», 2007. – 233 p.
9. Сачук Т. В. Территориальный маркетинг / Т. В. Сачук. – СПб. : Питер, 2009. – 368 с.
Sachuk T. V. *Territorialnyy marketing* [Territorial marketing] / T. V. Sachuk. – SPb. : Piter, 2009. – 368 p.
10. Анхольт С. Брендинг: дорога к мировому рынку / С. Анхольт. – М. : Кудиц-Образ, 2004. – 272 с.
Ankhol't S. *Brending: doroga k mirovomu rynku* [Branding: the road to the world market] / S. Ankholt. – М. : Kudits-Obraz, 2004. – 272 p.
11. Marketing_intelligence [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://en.wikipedia.org/wiki/Marketing_intelligence
12. Spendolini, Michael J. The Benchmarking Book. – New York : Amacom Books, 1992. – 256 p.
13. Фокус-группа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Фокус-группа>
Fokus-grupa [Focus grupa]. – URL: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Fokus-grupa>
14. SWOT – анализ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://uk.wikipedia.org/wiki/SWOT-анализ>.
SWOT – analiz [SWOT analysis] – URL: <http://uk.wikipedia.org/wiki/SWOT-анализ>