УДК 332.024:339.138

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ ТЕРИТОРІЇ В УМОВАХ МОНОФУНКЦІОНАЛЬНОГО МІСТА

Дубницький В.І., Луніна В.Ю.

У статті виявлені особливості маркетингу міста, з урахуванням його спеціалізації і функціональності, обґрунтовані окремі теоретико-методичні положення маркетингу міста в умовах соціально-економічного розвитку монофункціональних міст старопромислового регіону Донбасу. Зроблено висновок про те, що з метою забезпечення стійкого зростання національної та регіональної економіки у цілому, соціально-економічна політика, що реалізується на рівні монофункціонального міста, повинна стати невід'ємною складовою комплексної територіальної політики держави.

Постановка проблеми. В літературі з регіонального маркетингу і з територіального маркетингу існують різні трактовки цих понять. Звідси розбіжність у змістовому наповненні термінів і навіть в їхній цільовій орієнтації. Згідно концепції Ф. Котлера - маркетинг території забезпечує найбільш всебічний підхід до вирішення проблем території (країна, регіон, місто, локальна територія), при цьому Ф. Котлер приділяє особливу увагу маркетинговому стратегічному плануванню, яке повинне здійснюватися спільно громадянами, бізнес-товариством та органами управління територією. Призначення територіального маркетингу - посилити здібності адаптації територіального співтовариства до ринковим змінам, нарастити можливості, збільшити життєву силу співтовариства. Стратегічний маркетинг територій ініціює таке конструювання співтовариства, яке дозволило б задовольнити потреби всіх ключових громадських інститутів.

Основні завдання маркетингу територій - виявлення та діагностика стану співтовариства, його основних проблем та турбот, причин їх виникнення; вироблення бачення перспектив рішень цих проблем на основі реалістичного осмислення цінностей співтовариства, його ресурсів та можливостей; вироблення довгострокового поетапного плану інвестицій та трансформації співтовариства.

Регіональний маркетинг, на думку В.С. Суріна та А.М. Лаврова, це новий вид діяльності, це елемент системи ринкових відносин, спроектований на мезорівень. Він передбачає вивчення ринку, попиту, цін на сукупну продукцію регіону, реалізацію всього його потенціалу з позиції як внутрішніх (регіональних), так і зовнішніх (за межами регіону) потреб. Регіональному маркетингу, як маркетингу на мезорівні, об'єктивнопритаманна функція узгодження різнорівневих соціально-економічних інтересів макро- (країна) та мікро- (окремі суб'єкти господарської діяльності) рівней. При цьому, ряд вчених, серед них А.М. Лавров, В.С. Сурін,

І.В. Арженовський, наполягають на тому, що регіональний маркетинг є маркетингом, який здійснюється на рівні регіону, відображає та усмоктує в себе специфіку та особливості того чи іншого регіону. Основним його призначенням повинно бути не добування максимального прибутку, а забезпечення високого рівня і якості життя населення відповідного регіону. При цьому регіональний маркетинг покликаний реалізувати у регіоні не загально усереднені в цілому по країні цифри, завдання, установки, а загально значимі ідеї, наприклад, ідею реформування економіки в регіонах, але з обов'язковим урахуванням специфіки і особливостей даного регіону.

Стосовно міста маркетинг здійснюється аналогічно маркетингу регіонів, але з урахуванням специфіки особливостей власне міського способу життя. У теперішній час склалась стійка тенденція, що міста притягають до себе все більше і більше населення земної кулі. Важлива роль міст у процесі стійкого розвитку територій (на рівні країни та її регіонів) за останній час ще більш посилилась. Міста здобувають ведучу роль у залученні інвестицій та при цьому досягають безпрецедентних успіхів у зростанні ефективності виробництва. Вони є центрами всіх нововведень та двигунами розвитку регіонів і в цілому країни. Загальновизнано, що міста мають найперспективніші можливості для забезпечення соціального та економічного прогресу та заходів з поліпшення умов навколишнього середовища на місцевому, національному та глобальному рівнях. Як правило, міста виступають лідерами як муніципального, так і регіонального і в цілому державного розвитку.

У великому масиві інформації про міста існують декілька шарів, кожен з яких має свою специфіку. Індикатори стану міст - це показники, які характеризують також проблеми, як доступність житла, розвиток інфраструктури, можливість користування різноманітними умовами, безпека у містах, забруднення навколишнього середовища, життєвий рівень жителів міста.

Важливим аспектів функціонування міст є функція і функціональна спеціалізація міста (включаючи внутрішнє середовище та рушійні сили розвитку). На жаль, маркетинг міста, стосовно до функціонувань та спеціалізації вивчений не достатньо. Окрім того, маркетинг, відносно такої категорії як монофункціональне місто, практично не вивчений, з урахування тенденцій та проблем розвитку функціональної спеціалізації міст старопромислових регіонів України. Актуальність виконаного дослідження обумовлена необхідністю прояву особливостей маркетингу в рамках монофункціональних міст. Ця обставина визначає вибір теми статті.

Аналіз останніх публікацій. Серед закордонних досліджень, які присвячені економіці міст необхідно виділити праці: А. **0'**Саллівана[1], С. Баковської [2], Дж. Алткорна [3], А. Сромника [4], Б.С. Хорева [5], В.С. Заподворова [6]. Серед вітчизняних досліджень, присвячених економіці міст слід виокремити праці О.К. Кария[7], В. Нудельмана та І. Санжаровського [8]. Проблеми соціально-економічного розвитку міст досліджуються у працях Н.В. Васильєвої [9], І.Д. Тургель [10], Н.Ю. Власової [11].

Метою статті є виявлення особливостей маркетингу міста, з урахуванням його спеціалізації і функціональності та обґрунтування окремих теоретико-методичних положень маркетингу міста в умовах соціально-економічного розвитку монофункціональних міст старопромислових міст Донбасу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Неповторність сполучення чинників, які формують українську систему міст (особливо у рамках старопромислових регіонів України (Дніпропетровської, Донецької, Запорізької, Луганської областей) обумовила появу унікальних за структурою та функціям міських поселень, серед яких особливе місце займають монофункціональні міста (наприклад, Селідове, Українськ, Дзержинськ, Шахтарськ, Сніжне у Донецькій області; Алчевськ, Сєвєродонецьк, Рубіжне, Ровеньки Луганської області). Сучасне монофункціональне місто - це складна поліструктурна багатофункціональна система, що концентрує значні обсяги матеріальних, фінансових, трудових ресурсів промислових регіонів України. Однак, до цих пір у рамках різноманітних наукових та політичних дискусій монофункціональні міста розглядаються перед усім як центри промислового виробництва, з переважно жорсткими вертикально технологічними та адміністративними зв'язками.

Спрощена уява про роль та пріоритетах розвитку монофункціональних міст утрудняє їхню діяльність як центрів міських агломерацій, що активно формуються, стримує формування нових функцій в територіальних системах розселення. Особливу гостроту проблеми модернізації монопромислових міст набуває в умовах сучасного глобальної економічної кризи, яка в Україні та її регіонах більш за все вдарила по основних видах діяльності, які визначають господарську спеціалізацію українських монопоселень.

Відсутність цілісної концепції, яка забезпечує комплексне рішення поставленої проблеми монопромислових міст у старопромислових регіонах України у сучасних умовах, недостатність її окремих аспектів (наприклад, маркетингу міста та його інноваційно-маркетингового потенціалу в умовах соціально-економічного розвитку території) визначили необхідність виявлення загальних теоретико-методичних підходів до дослідження механізмів внутрішньої організації та зовнішніх взаємозв'язків монофункціонального міста в умовах старопромисловогорегіона, у тому числі умов ефективного застосування інструментарію маркетингу міста.

Кожне місто - це унікальний просторовий та соціально-економічний феномен, що не тільки забезпечує життєдіяльність своїх жителів, але й виконує комплекс багатоманітних функцій у територіальній системі господарювання. З моменту своєї появи міста виконують функції просторових центрів економічного зростання, соціальних трансформацій, є зримим втіленням можливостей чоловіка із створення штучного середовища перебування, що виділяє та відокремлює його від природи.

Найбільш повну уяву про діяльність міста (особливо, монопромислового), як самостійного економічного агента можна отримати у ході аналізу функцій, які виконуються ним у територіальній системі господарства

та розселення. Термін «функція» широко застосовується у різних галузях знань. У соціології та економіці - роль, що виконується визначеними громадськими інститутами чи процесами. *Функцією міста* є істотний бік його життя, вона має свій зміст та форму. Змістом функції є різноманітна діяльність населення, що дозволяє існувати місту як цілісності, а її формою - організація діяльності, що визначає «професію (спеціалізацію)» міста.

З точки зору співвідношення виробничих і невиробничих функцій, при формуванні економічної бази міст переважає абсолютно «усічений» функціональний підхід, коли кожне місто відноситься до якогось абстрактного типу: центр машинобудування, центр нафтохімії, центр вугледобування та ін., причому абсолютний пріоритет у розвитку віддається виробничим функціям міст (особливо, в умовах старопромислових регіонів України). Фактично неможливість реалізувати увесь спектр функцій, які властиві міському поселенню (наприклад, розвиток інфраструктури чи ліквідація екологічних наслідків від діяльності промислових підприємств) сприяє розповсюдженню мономіст. При цьому в силу відомчої роз'єднаності недостатня кількість уваги приділяється комплексному формуванню економічної бази міста на основі взаємопов'язаних та взаємопідтримуючих функцій. Промислове місто, як правило, акумулює результати приватних відомчих галузей, через що виникає конгломерат функціонально, технологічно слабко пов'язаних між собою елементів, які спеціалізуються на різних стадіях виробництва та функціонують у складі різних галузевих систем.

В умовах пріоритетного розвитку міст як промислових центрів, в рамках старопромислових регіонів України, надзвичайно складно йде природний процес прогресивних змін функціональної структури, пов'язаний із трансформацією міст, у першу чергу великих, у центри надання послуг. У працях Б.С. Хорева запропонована типологія міст (до умов СРСР), в якій функціональний тип міста визначається співвідношенням питомої ваги населення, зайнятого у сфері промислового виробництва і транспорту, до всього зайнятого населення, у порівнянні з середніми величинами, а саме:

- багатофункціональні республіканські та обласні центри;
- міста з переважним значенням індустріальних центрів;
- міста з переважним значенням транспортних центрів;
- міста перехідного типу між промисловими, транспортними та непромисловими центрами;
- промислові міста без яскраво вираженої функціональної домінанти;
- промислові міста - новобудови;
- міста з переважним значенням оздоровчих центрів;
- інші міста [5, с. 162-163].

Дослідження процесів генезису функцій сучасних промислових міст дозволяє сформулювати основні принципи формування міської функціональної структури, якими слід керуватися визначаючи «професію - спеціалізацію» міста у соціально-економічному просторі старопромислового регіону.

1. Неможливість історично тривалого існування міст, що виконують тільки економічні або ж тільки позаекономічні функції. У стабільному, стійкому місті повинні бути представлені обидва типи функцій, тому що кінцевою метою розвитку, місією поселення завжди є підвищення якості життя місцевого співтовариства, а не механічні темпи росту обсягів виробництва міської економіки.

2. Раціональне сполучення зовнішніх і внутрішніх функцій міста. З одного боку, саме орієнтація на зовнішні зв'язки визначає корінну відмінність міського поселення, як форми територіальної організації господарства й розселення, від сільського. З іншого боку, неможливість задоволення на основі власної економічної бази локальних потреб місцевого співтовариства істотно знижує якість життя, сприяє відтоку населення.

3. Взаємозв'язок і несуперечність, виконуваних містом функцій. Можливості підвищення рангу міста в ієрархії населених пунктів ростуть, якщо функції об'єднані не просто фактом розміщення в одному місті, а сполучаються навколо головної функції, між ними існують різноманітні виробничі й невиробничі взаємозв'язки.

4. Висока рухливість і мінливість функціональної структури. Нові потреби суспільства вимагають появи нових функцій, які виконуються містами як формами просторової організації господарства й розселення, що, у свою чергу, детермінує появу нових і відмирання старих елементів міської економіки. За рахунок цього функціональна структура прагне відповідати рангу міста, його місцю в суспільному поділі праці й територіальної організації суспільства. Найбільш типовими шляхами еволюції функціональної структури міст є: підвищення ступеня багатофункціональності; посилення комплексності, «обростання» стрижневої функції додатковими й супутніми; звільнення функціональної структури від непотрібних ланок.

5. Відмирання або витиснення на периферію функціональної структури елементів, що базуються на основі застаріваючих технологічних укладів; зростання частки нематеріальної сфери (наука, культура, освіта, управління) при скороченні частки матеріальної сфери (промисловість, транспорт, будіндустрія).

6. Разом з тим, у процесі аналізу функціональної спеціалізації економіки міста неминуче виникає питання методології виділення її елементів, що забезпечують реалізацію конкретних функцій, співвіднесення їхніх масштабів і інтенсивності функціонування. Нам представляється, що виявлення функціональної спеціалізації міста повинне відбуватися на основі визначення, які підприємства, фірми, галузі або інші елементи міської економіки забезпечують виконання зовнішніх, а які - внутрішніх функцій.

Засобом подолання існуючих протиріч та проблем визначення типології промислового міста за видами функціональної спеціалізації, на наш погляд, може стати багатофакторний підхід до виділення сукупності критеріїв для проведення типологізації, до якої повинні входити наступні елементи (рис. 1).

Таким чином, прийняття управлінського рішення про формування функціональної спеціалізації промислового міста стає результатом аналізу комплексу чинників, які визначають потенційне місце та характер взаємозв'язків міста в ієрархії старопромислового регіону, взаємовпливу та взаємодії функцій, що формуються, об'єктивних меж, що визначаються економіко-географічними умовами та чисельністю населення.



Рис. 1. Критерії типологізації промислових міст

Як вже було відмічено, серед багатоманітності промислових міст регіонів України особливе місце належить такому унікальному типу міських поселень, як *мономіста.* Для визначення цього типу поселень у науковій літературі в Україні та за кордоном використовуються різні терміни: моновиробниче, монофункціональне, монопрофільне, моногалузеве, моноструктурне, монопромислове місто. Істотне місце проблеми місцевої моноспеціалізації займають в працях Е.Г. Аніміци,

Є.Б. Дворoдкіної [13; 14], а також у працях з проекту «Монопрофільні міста та містоутворюючі підприємства» під керівництвомА.М. Нещадина [15; 16]. Не дивлячись на достатньо масовий характер розповсюдження міських монопоселень, сьогодні практично неможливо чітко охарактеризувати навіть їх кількісні масштаби в силу відсутності єдиних змістовних критеріїв виділення монопромислових міст та містоутворюючих підприємств. Існує тенденція - використання у якості категорій, які відображають одне і те саме явище, терміну *«мономісто»* (у різних його трактовках) і сполучення «місто, на території якого розташоване містоутворююче підприємство», при цьому загального визначення *містоутворюючогопідприємства,* не дивлячись на регулярне уживання в українському законодавстві, також не існує.

Для подолання цих протиріч, автори вважають можливим уточнити межі та можливості застосування існуючого категоріального апарату. Так, термін «мономісто» може використовуватися для позначення данного типу поселень, однак, необхідно враховувати, що до категорії міських поселень відносяться не тільки міста, але й інші населені пункти, де жителі зайняті несільськогосподасрькими видами діяльності, тобто він застосовний у тому випадку, якщо говориться про поселення, які мають офіційний міський статус. Категорія *«монопрофільне місто»,* на наш погляд, носить низьку змістовне навантаження, з точки зору опису сутності явища. Ми згодні з Тургель І.Д., що поняття «профіль» не відноситься до загальноприйнятої термінології теорії міської та регіональної економіки, та автори, які застосовують даний термін, не обґрунтовують, що саме вкладається у його зміст.

Терміни *«моновиробниче»* та «*монопромислове», «моногалузевемісто»* вже отримали досить широке розповсюдження, однак їхнє використання на практиці може призводити до змішування двох взаємообумовлених, але. Тим не менш, різних явищ: залежність міста від діяльності обмеженої кількості підприємств однієї галузі, що, власне, і зумовлює появу моно поселень (наприклад, міста Донбасу вугільної промисловості: Шахтарськ, Сніжне, Селідове, Новогродівка, Дзержинськ та ін.), та перевага в економічній структурі промислового міста галузей первинного та вторинного секторів (наприклад, Алчевськ, Ровеньки, Антрацит Луганської області) при слабко розвинутій сфері послуг, що втім характерно для більшості міст на індустріальній стадії економічного зростання. Термін *«моногалузеве місто»* при цьому не в повній мірі відповідає сучасному етапу розвитку державної статистики, тому як в Україні здійснено перехід від класифікації народного господарства за галузями, що відрізняються характером функцій, які виконуються ними за загальною системою суспільного поділу праці до класифікації за видами економічної діяльності поза залежністю від галузевої приналежності.

Недостатньо повно, на наш погляд, відображає явище, що аналізується термін *«моноструктурне місто»*, в силу того, що місто залишається складною системою, яка включає економічну, соціальну, демографічну, екологічну, просторову та організаційно-управлінську

структури, навіть у випадку залежності його від соціально-економічного положення єдиного містоутворюючого підприємства. Термін *«моноспеціалізоване місто»* орієнтований на опис сфери міської спеціалізації, але не акцентує уваги на тому, що мономісто «включено» у систему територіального поділу праці, та його спеціалізація багато в чому є історичним визначеним обмеженням з боку зовнішнього середовища (наприклад, міста-супутники українських АЕС).

Таким чином, визначення, які використовуються сьогодні не носять універсальний характер та не відображають в повній мірі сутності об'єкта, який аналізується. Саме тому головна методологічна проблема сьогодні - це не відсутність підходів до визначення терміну «*міське поселення*», а їхня множинність. Фактично, ці трактовки концентрують увагу на окремих приватних випадках, елементах, видах міських поселень, але не дозволяють комплексно характеризувати явище. Найбільш адекватне рішення цієї проблеми може бути надано при умові, що термін, який використовується для визначення даного типу промислових міст, буде максимально відображати суттєві, найбільш важливі ознаки міського моно поселення. Саме тому, на думку авторів, можна погодитися з концепцією, яку запропонувала Тургель І.Д., коли термін «монофункціональне місто», який, на відміну від розглянутих вище трактовок, найбільш повно відображає не тільки специфіку подібних промислових міст, пов'язану з обмеженістю їхніх зовнішніх функцій, що детермінують формування сукупності міст з особливим типом економічної структури, але ї сутність феномену «*монофункціональності*», який проявляється на рівні не тільки міст, але й інших просторово-організованих економічних систем.

Феномен міської монофункціональності, особливо стосовно промислових міст старопромислових регіонів України (наприклад, Дніпропетровської, Донецької, Запорізької та Луганської областей), що характеризує сутність об'єкта, який аналізується (монофункціональні міста Донбасу), на наш погляд, полягає в існуванні жорсткої залежності можливостей, темпів та напрямків розвитку усіх елементів міської системи від фінансово-економічного стану, інноваційно-інвестиційного та маркетингового потенціалу, стратегії управління та фази життєвого циклу обмеженої кількості місто утворюючих підприємств, які реалізують провідну зовнішню функцію міста (наприклад, вугледобування у місті Селідове Донецької області - шахти «Україна» та «Росія»), При цьому моноцентризм у формуванні структури економіки монофункціонального промислового міста виражається у наступних формах:

- обмежене число зовнішніхміських функцій (як правило, одна або ж кілька функцій взаємодоповнюють і підтримуютьосновну);
- низький рівень диверсифікованості структури міської економіки;
- низький рівень диверсифікованості структури зайнятості;
- зовнішні функції міста реалізує обмежене число підприємств.

Дане поняття дійсно носить узагальнюючий характер. Зокрема, воно підкреслює, що господарська спеціалізація монопоселення не обов'язково пов'язана з одною галуззю, оскільки реалізацію однієї функції, скажемо.

міста - наукового центра можуть підтримувати кілька галузей як виробничої, так і невиробничої сфери.Містоутворюючий комплекс міста тільки в екстремальних випадках представлений одним містоутворюючим підприємством. Оцінка рівня диверсифікованості економіки міста як на стадії випуску продукції, так і на стадії використання ресурсів (у сфері зайнятості) дозволяє оцінити ступінь спеціалізації як на «вході», так і на «виході» із системи. Крім того, це дозволяє виявити ситуації, коли спеціалізація в сфері зайнятості не пов'язаназ настільки ж високою спеціалізацією в сфері виробництва продукції, і навпаки, що дозволяє більш точно вибиратиінструменти для реалізації міської політики. В узагальненому виді співвідношення аналізованих понять представлене на рис. 2.

Використання поняття «функція міста» дозволяє не тільки узагальнити існуючі визначення міськихмонопоселень. Акцент на зв'язках із зовнішнім світом, взаємодії міста із ближніми й далекими елементами соціально-економічного простору дозволяє по-новому оцінити сучаснийстан і виявити нові тенденції формування системиукраїнськихміськихмонопоселень, тобто вводячи просторовий критерій у визначення феномена міськогомонопоселення, ми одержуємо нові дослідницькі можливості для аналізу зовнішніх взаємодій українськихмономіст і їхнього функціонування не просто як ізольованих самостійних територіальних об'єктів, а елементів різнорівневих просторових систем розселення й виробництва.

У цьому зв'язку надзвичайно важливим для розуміння ролі монофункціональних міст у системі розселення й виробництва регіону представляється дослідження процесів їхньої просторової концентрації в рамках різнорівневих територіальних таксонів, тобто монофункціональні поселення в масі своєї існують не як розсіяні, дисперснорозподілені по території об'єкти, а як своєрідні стійкі територіальні системи, щопоєднують у єдине ціле системи розселення й господарської діяльності. У цьому зв'язку виникає необхідність уточнити розуміння категорії «система розселення й виробництва». Нам представляється, що поява цього феномена пов'язана із взаємодією й взаємозумовленістю процесів розвитку виробничої діяльності й систем розселення на певній території.

Таким чином, найбільш важливими положеннями, що характеризують феномен міськоїмонофункціональності, є:

1. Стабільністьположеннямонофункціональних міст як невід'ємного елемента системи міських поселень України, особливо в умовах старопромислових регіонів, щовиражається в концентрації на їхній території значної частини населення, обсягів виробництва,високоїчастки в загальній чисельності міських поселень країни.

2. Множинність і спрощеність підходів до визначення змісту поняття «міськемонопоселення», що обмежує сферу аналізу вивченням не цілісного феномену, а його окремих проявів, як правило, у формі міст із єдиним промисловим містоутворюючим підприємством.

3. Найбільш повно відображаєзміст аналізованого явища термін «монофункціональне місто», який не тільки підкреслює низький ступінь диверсифікованості структури економіки, зайнятості й містоутворюючого

комплексу, але й акцентує увагу на специфіці просторових зв'язківміського-гомонопоселення.

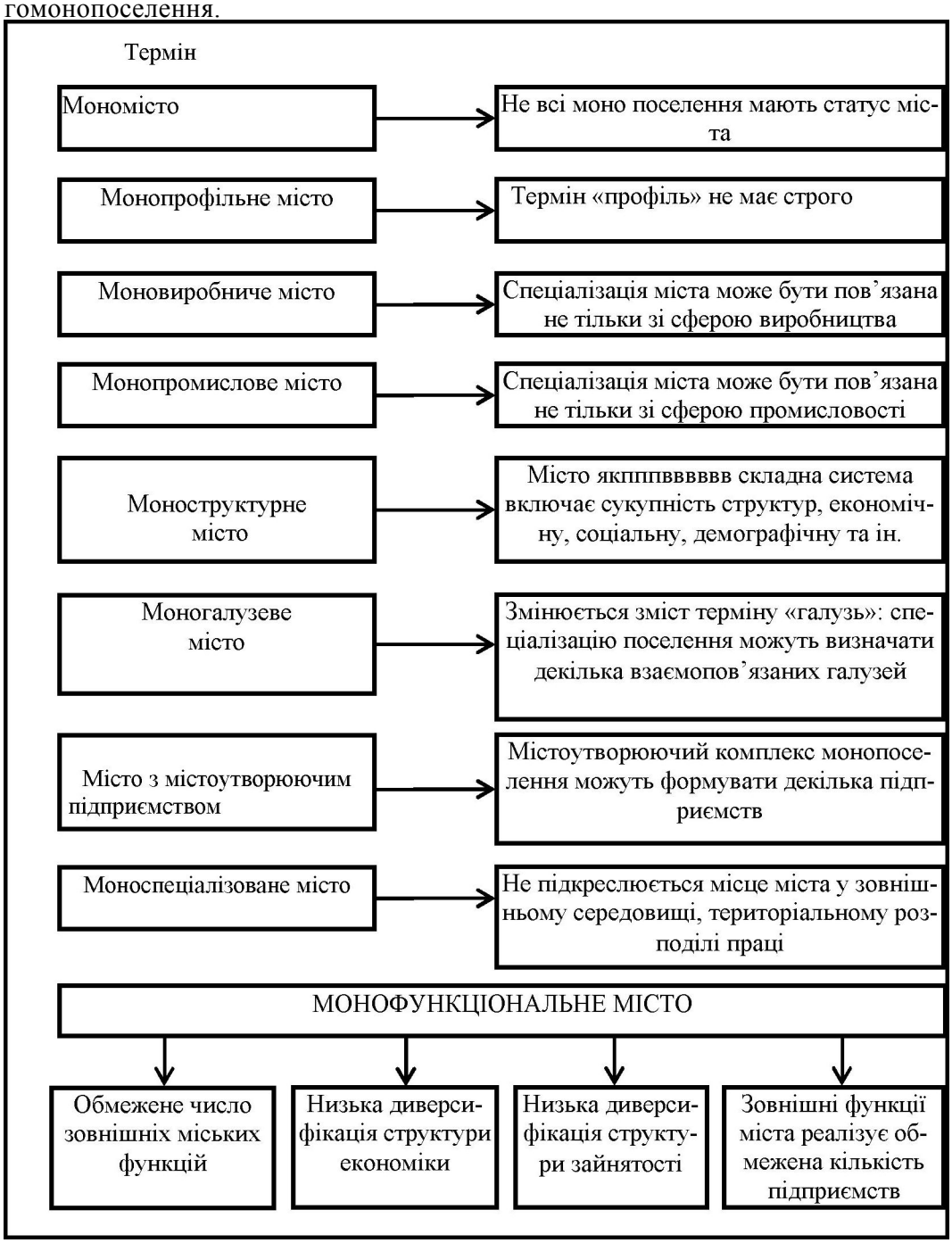


Рис.2. Сучасні підходи до визначення поняття «міське монопоселення»

4. Введення в аналіз просторового фактору дозволяє виявити таку особливість розміщення міських монофункціональних поселень, як стабільність їхньої просторової локалізації в рамках компактних територій. У результаті формуються складні, ієрархічно організовані регіональні системи монофункціональних міст, які поєднує спільність території тавидгосподарської спеціалізації.

В умовах діяльності монофункціональних промислових міст в рамках трансформації промислового комплексу старопромислових регіонів України також актуальним є розробка окремих теоретико-методичних положень маркетингу міста, важливої складової маркетингу території (ланцюжок: країна, регіон / галузь, місто, суб'єкт господарської діяльності території), яка пояснює особливості соціально-економічного розвитку даної категорії «мономісто». Особливий акцент у маркетингу міста необхідно робити на аргументах функціонування.

Соціологи стверджують: в умовах триваючої урбанізації традиційні напрямки інфраструктури та діяльності муніципальних утворень, соціальної орієнтації: забезпечення електроенергією, водопостачання, транспортне забезпечення, організація культурного дозвілля, якість інфраструктурного забезпечення - у сферах послуг, охорони здоров'я, освіти та ін. - все більше будуть залежати від кооперації, співробітництва із приватним бізнесом (у тому числі, від рівня державно-приватного партнерства при наявності корпоративної соціальної відповідальності бізнесу та розвину тості кластеризації у середовищі середнього та малого бізнесу). Фактично принципово важливо, щоб соціальні та підприємницькі інтереси знаходилися у гармонії. Маркетинг тут моде відіграти далеко не останню роль.

Усі відомі у маркетингу території стратегії - іміджу, привабливості, інфраструктури, персоналу - можуть успішно розвиватисякожним монофункціональним містом, але певні акценти і пріоритети складаються історично та не можуть бути проігноровані. На наш погляд, куди важливіше своєчасно посилити їх, використовувати, помістити у найбільш вигідний контекст і відповідно позиціонувати монофункціональне місто (особливо у рамках процесу адаптації до стратегічних змін на товарних ринках і соціально-економічній системі регіонального чи національного характеру (наприклад, під впливом економічної глобалізації чи економічної кризи).

Стратегія (стратегічне планування в умовах процесу трансформації монофункціональних міст: реінжиніринг, реструктуризація, диверсифікація господарської діяльності) може бути успішно впроваджена в життя, якщо реалізується на основі стратегічного плану. В Україні, а також у більшості держав - членів СНД, можливість на насущність застосування стратегічного підходу у плануванні, визначається наступними обставинами:

змінюються філософія, принципи, цілі розвитку міст;

для промислових міст (у тому числі монофункціональних) раніше міська влада відповідала переважно за рішення основних виробничих

задач, які покладено на місто, то тепер завданням місцевої влади, у взаємодії з регіональними органами самоврядування, стає робота із пом'ягшення наслідків (чи припинення) промислового виробництва і скорочення зайнятості, підтримка нових видів діяльності. При цьому, саме місцева влада стає головною відповідальною особою за соціально-економічний розвиток міста;

міста починають реально конкурувати одне з одним у рамках конкретної території. Саме в цьому зв'язку особливо зростає роль стратегічного вибору та планування.

Стратегія розвитку монофункціонального міста - це результат вибору цілей та шляху розвитку (чи санації), а також «русла», в якому повинен розвиватися даний об'єкт, причому вибору, що здійснюється на основі якихось принципів, що складають базу для прийняття управлінських рішень. Головна проблема, на думку авторів, - розробити, прийняти та реалізувати таку стратегію, яка не просто відповідала би пріоритетам та інтересам окремих груп лобіювання, а об'єктивно націлювалась на перспективні цілі міського розвитку з урахуванням економічної кон'юнктури, яка складається та прогнозується. На рішення цього важливого завдання і повинна бути націлена концепція ключових чинників успіху (ключових компетенцій)монофункціональних міст та інших територій старопромислових регіонів України.

На рішення цілей міського розвитку з урахування економічної кон'юнктури спрямовані дослідження Кария О.І., Забинської Т., Просака О., УннісаН., в основі яких концепція ключових компетенцій міст та територій професора Гарвардського університету Р.М. Кантера. У відповідності з цією концепцією для успіху міських співтовариств в умовах глобалізованої ринкової економіки вирішальне значення має формування сукупності «твердих» та «м'яких» системних чинників, які забезпечують володіння наступним набором ключовим компетенцій, а саме:

— компетенція майстерності, тобто здатністьвиробляти товари й послуги в сфері матеріального виробництва на рівні вищих світових стандартів;

— компетенція знань, тобто здатність створювати й продавати нові знання, технології й наукомісткі продукти й послуги;

— компетенція зв'язків, тобто здатність створювати й продавати послуги в сфері комунікації й комутації матеріальних, інформаційних і фінансових потоків;

— компетенція ефективного управління містом як єдиною системою (корпорацією), спрямована на досягнення загальних цілей провідних груп впливу;

— компетенція співробітництва, тобто здатність ефективно виявляти й погоджувати інтереси різних груп впливу, стратегічних партнерів і на цій основі формулювати загальні цілі й стратегії їхнього досягнення;

— компетенція життєзабезпечення, тобто здатність створювати

середовище перебування, що задовольняє й перевершує очікування представників провідних груп за сукупністю важливих для них аспектів якості життя.

Стратегія народжується на основі системного, багаторівневого, детального аналізу стану системи й зовнішніх умов і дозволяє:

— оцінити умови, у яких буде проходити розвиток міста, його переваги й недоліки, щоб мінімізувати погрози (негативні ефекти) і максимізувати можливості (позитивні ефекти),- SWOT-Аналіз;

— чітко визначити погоджені в територіальному співтоваристві загальніцілі, позиціонувати місто, у тому числі серед конкурентів, за ключовимнапрямкам;

— оптимально сполучитиполітику продукту з політикою «ціни території»,розподілу ресурсів і просування території;

— скоординувати програми міського розвитку;

— одержати орієнтири й інструменти для виміру й оцінки результатів розвитку.

Єдиної методики стратегічного планування в рамках процесу трансформації (адаптації к стратегічним змінам) монофункціональних міст поки що не вироблено, однак можна виділити ряд важливих етапів складання стратегічного плану і на основі стратегії.

Вже на етапі постановки цілей розвитку доцільно сформулювати так званий «девіз міста», відбивши в ньому головну мету співтовариства. Важливо, щоб вона відображала орієнтацію на задоволення потреб жителів, але при цьому викликала симпатії й розуміння й суб'єктів, зовнішніх для території. Часто девізи міст у ринкових країнах декларують прагнення забезпечити потрібну якість і кількість надаваних містом можливостей для платників податків при мінімально можливих рівнях оподатковування.

Потім проводиться STEP- і SWOT-аналіз міста, включаючи аналіз зовнішніх і внутрішніх факторів і можливостей.

До зовнішніх стосовно міста факторів можна віднести як фактори загальної дії, традиційні й істотні для країни в цілому, так і специфічні регіональні фактори й фактори його взаємодії з муніципальними утвореннями, що сусідять.

Аналіз зовнішнього середовища доповнюється докладним аналізом внутрішніх характеристик міста, його сильних і слабких сторін, вивченням потенціалу й постановкою проблем розвитку, результатом якого є матриця аналізу умов життєдіяльності системи, що називають також матрицею аналізу достоїнств/недоліків, майбутніх можливостей/ майбутніх небезпек. У результаті дається комплексна оцінка поточному стану міста. Показники, за якими оцінюється місто, можуть варіювати залежно від цілей планування.

Наступним маркетинговим інструментом стратегічного планування розвитку міста виступає його позиціонування. У його ході визначається положення (у тому числі в порівнянні з містами - основними конкурентами), у якому місто перебуває зараз, а також (і це не менш важливо) те по-

ложення (також у порівнянні з конкурентами), у яке місто має намір переміститися в майбутньому. Обумовлені при цьому основні строки й кошти вибираються залежно від того, чи віддає перевагу місто стратегії поступового руху до нового стану зі збереженням наявних переваг (наприклад, самодобудовування економіки), або зважиться на різку зміну існуючої структури економіки (радикальне переструктурування й нещадна конкуренція з іншими містами), або ж буде намагатися сполучити різні шляхи (включаючи, наприклад, вибіркове цільове стимулювання прискореного розвитку окремих напрямків, форм, структур господарювання).

На базі результатів, отриманих на всіх цих етапах, формується власне стратегія та складається план розвитку монофункціонального міста (з урахуванням його індивідуальних особливостей, перед усім, від виду промислового містоутворюючого виробництва та його комплексного потенціалу) для вирішення ключових напрямків трансформації (адаптації) у конкретних умовах ринків та ринкового оточення.

Висновки. Сучасне місто - це складний та динамічний феномен, якому притаманні полі функціональність та соціальне різноманіття. Тим не менш, одним з об'єктивно обумовлених етапів еволюції світової міської мережі стала поява монофункціональних міст та поселень, які отримали розповсюдження в епоху індустріальних революцій.

Розвиток українських міст свідчить про високу стійкість феномену монофункціональності, який може розглядатися як одна з іманентно притаманних характеристик понадцентралізованих соціально-економічних систем, які знаходяться на постіндустріальній стадії економічного зростання. Однак практика, на прикладі старопромислових регіонів України показала, що монофункціональність не може розглядатися однобічно, без урахування всього комплексу впливу на розвиток міста (у тому числі, маркетингу території та маркетингу міста).

Необхідно враховувати і ту обставину, що вузька функціональна спеціалізація ряду промислового монофункціональних міст Дніпропетровської, Донецької, Запорізької, Луганської областей, здатна забезпечити швидку мобілізацію людських та матеріальних ресурсів для рішення загальнодержавних завдань, у той же час пов'язана і з вкрай високими ризиками (особливо, ринкових). Несприятлива зміна умов зовнішнього середовища здатна практично миттєво погіршити конкурентні позиції містоутворюючих підприємств та внаслідок цього дестабілізувати основні міські підсистеми.

З метою забезпечення стійкого зростання національної та регіональної економіки у цілому, соціально-економічна політика, що реалізується на рівні монофункціонального міста, повинна стати невід'ємною складовою комплексної територіальної політики, спрямованої на виявлення потенціалу адаптації до стратегічних змін на товарних ринках; мобілізацію власного потенціалу та між територіальних інтеграційних процесів; виявлення конкурентних переваг та створення довгострокових основ територіального саморозвитку.

Також, неможна не бачити одну серйозну прогалину: якщо про маркетингову діяльність великих міст та регіонів і особливо мегаполісів, написано вже чимало, то рецептів для монофункціональних міст та поселень практично немає, та маркетинг територій, у тому числі маркетинг міста перед ними у великому боргу.

Література:

1. О'Салливан А. Экономика города / А. О'Салливан. - М.: ИНФРА-М, 2002. - 706 с.
2. Bakowska S. Integracjadzialanpromocyjnych w regionie / S. Bakowska // Lokalneukladypartnerskie. - Szczecin: UniwersytetSzczecinski, 2004. -S.339-345.
3. AltkornJ. Ksztaltowanierynkowegowizerunkufirmy / J. Altkorn. - Krakow: AEwKrakowie, 2002. - 312 s.
4. Szromnik A. Marketing terytorialny. Miasto I region narynku / A. Szromnik. - Krakow: Wolters Kluwer Polska Sp.20.0, 2007. - 240 s.
5. Хорев Б.С. Проблемы городов / Б.С. Хорев. - М.: Мысль, 1975. - 355 с.
6. Заподворов В.С. Экономика города / В.С. Заподворов, А.В. Заподворова. -М.: Магистр, 1998. -275 с.
7. Карий О.І. Комплексний розвиток міста: теорія та методологія стратегічного планування: [монографія] / О.І. Карий. - Львів: вид-во НУ «Львівська політехніка», 2011. - 308 с.
8. Нудельман В. Розробка стратегії розвитку територіальної громади: загальні засади методики / В. Нудельман, І. Санжаровський / центр Інституту Схід-Захід. - К.: вид-во «ДатаБанк Україна», 2002. - 232 с.
9. Васильєва Н.В, Механізм соціально-економічного розвитку міста / Н.В. Васильєва // Теорії мікро-макроекономіки. - 2005. - №20. - С.157-163.
10. Тургель И.Д. Моноспециализированный город: теория и практика стратегического управления социально-экономическим развитием / И.Д. Тургель. - Екатеринбург: изд-во УрГТГА, 2001. - 259 с.
11. Власова Н.Ю. Структурнаямодернизацияэкономикикрупнейшихгородовроссии / Н.Ю. Власова. - Екатеринбург: уздвоУрГЭУ, 1999.-255 с.
12. Тургель И.Д. МонофункциональныегородаРоссии: от выживания к устойчивомуразвитию / И.Д. Тургель. - Екатеринбург: УрАГС, 2010. - 520 с.
13. Анимица Е.Г. Градоведение / Е.Г. Анимица, Н.Ю. Власова. - Екатеринбург: узд-воУрГЭУ, 2006. - 417 с.
14. Дворядкина Е.Б. Инерционностьэкономическошразвитиягородовтрадиционно-промышленногорегиона / Е.Б. Дворядкина. - Екатеринбург: изд-воУрГЭУ, 2005. - 204 с.
15. Аналитический доклад о результатах выполненияпроекта «Монопрофильныегорода и градообразующиепредприятия» / Под

ред. А.Н. Нещадина. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http: //www. unioninvest. ru / city_mong. html.

16. Любовный В.Я. Монопрофильные города в условиях кризиса: состояние, проблемы, возможности реабилитации / В.Я. Любовный // Ин-т макроэкон.исследований; РААиСН. -М., 2009. - 104 с.

17. Florek M. Podstawy marketing terytorialnego / M.Florek. - Poznan: Wyd-woAkademiiEkonomicznej wPoznaniu, 2006. - 187 s.

18. Mruk H. Uwarunkowania marketing partnerskiego w regionie / H. Mruk // Lokalneukladypartnerskie. - Szczecin: UniwersytetSzczecinki, 2004. - S.273-278.

19. Беляев В.И. Маркетинг территорий и преодоление депрессивного состояния регионов России / В.И. Беляев // Весник Томского ГУ - 2008. -№3(4). -С.46-61.

20. Глинський Н.Ю. Маркетингова концепція економічного розвитку малих і середніх міст:Дис. ... канд.екон.наук: 08.00.05 / Назар Юрійович Глинський. - Луцьк:, 2010. - 219 с.

21. Дробышевская Т.В. Индикаторыгородскогоразвития-какносителиимиджагорода / Т.В. Дробышевская // Вісник ДІТБ. - 2006. - №10. -С.43-46.

22. Жердева О.В. Роль маркетинга в идентификации территории / О.В. Жердева //Маркетинг в России и за рубежом. - 2006. - №2. - С. 120-126.

23. Житкова ЕЛ. Маркетинг города: перспективне направлениясовершенствования (на примерег.Тольяти) / Е.Л. Житкова // Маркетинг в России и за рубежом. - 2006. - №5. - С.79-93.

24. Карий О.І. Місто як система: механізм, організм чи організація / О.І, Карий//Економічний форум. -2011. -№1. - С.93-99.

Abstract

Dubnytsky V.I., Lunina V.Y.

Features of territorialmarketing in conditions of the monofunctional town

The features of town marketing taking into account its specialization and functionality are identified in the article, grounded individual theoretical and methodological position of the town marketing in conditions of socio-economic development of monofunctionaltowns of old industrial region Donbass. It is concluded that in order to ensure sustainable growth of the national and regional economy as a whole, the socio-economic policy, which is implemented at the level of monofunctionaltowns should be an integral component of a comprehensive territorial policy.