

КРАСНОЯРСК – «ГОРОД ДЛЯ СЕБЯ»

Шнуренко Е., Самрина М.

**Руководитель - канд. эконом. наук, Е.В. Смирнова
Сибирский федеральный университет, г. Красноярск**

В условиях жесткой конкуренции среди регионов за приток инвестиций, квалифицированной рабочей силы, экологически безопасного производства все более актуальной проблемой становится повышение имиджа и инвестиционной привлекательности региона. Принимаемые шаги в этом направлении носят несистемный характер и, как правило, комплексно не решают проблему. Прежде всего, это вызвано нехваткой теоретических наработок, на основании которых можно было бы разработать комплексную маркетинговую стратегию региона, а так же удобного и надежного инструментария, оказывающего поддержку при разработке и реализации такой стратегии.

В условиях быстроменяющейся экономической и социальной ситуации, как в регионе, так и за его пределами, все более актуальной задачей для успешной разработки и осуществления маркетинговой стратегии территории становится принятие обоснованных и своевременных управленческих решений, направленных на повышение привлекательности территории, укрепление и развитие положительной инвестиционной динамики. Для этого необходима разработка и реализация долгосрочной концепции комплексного развития экономики и социальной сферы региона. И большую роль здесь играет маркетинг привлекательности как стратегическое направление маркетинга территории, направленное на повышение притягательности данной территории для человека путем развития особых черт, гарантирующих конкурентные преимущества данной территории.

В настоящее время сложилось пять типов стратегий формирования образов территорий, на которые ориентируются российские города.

Первая группа стратегий - «столичность». Города, работающие в этой стратегии, провозглашают себя столичными: например, культурно-историческая столица России или столица крупного региона (Санкт-Петербург или Новосибирск - культурный центр Сибири).

Вторая группа стратегий определяется географическим положением территории (центр России, город за Уралом, город за Полярным кругом).

Третья группа стратегий связана с культурными или историческими событиями, которые происходили давно или недавно, имеют косвенные характеристики прошедших событий (город, где родился известный политик, знаменитый артист или писатель, художник).

Четвертая группа стратегий ориентирована на градообразующие отрасли, на основную функцию города (Тюмень - город нефтяников, Красноярск - город индустриальный, Тула - город мастеров по изготовлению самоваров и оружия);

Пятая группа стратегий городов связана с жизненными перспективами людей.

Ориентация на ту или иную концепцию образа определяет направления деятельности регионов и городов по позиционированию территорий.

Красноярский край в начале XXI века - это край культурных и спортивных традиций, уникальных природных памятников, интенсивно развивающейся экономикой. Это родина писателей, певцов, актеров и художников. Пещеры Красноярья отличаются рекордными параметрами, необычайной экзотикой гротов, подземными озёрами, реками. В крае есть всё для активного отдыха. Красноярский край был и остаётся местом

духовных открытий. Здесь живут свободные и сильные люди «сибирского здоровья» и «сибирского характера».

Красноярск как столица Красноярского края, без всяких сомнений, является его маленькой копией и может похвастаться каждым из вышеприведенных достоинств.

В 2003 году по инициативе администрации города состоялся городской семинар по теме: «Разработка концепции позиционирования Красноярска в мире, стране, регионе, городе - первый этап», в котором приняли участие муниципальные служащие, представители городской общественности и бизнеса. По мнению участников семинара, общим для всех масштабов - мира, страны, региона, города - является определение города как города инноваций, партнерства и согласия.

Такое позиционирование города было выбрано не случайно. Судя по сложившейся в то время стратегии государства, направленной по сырьевой экспортно-ориентированной линии, вхождения страны в мировые рынки, Красноярский край был и остается одним из важных регионов, обеспечивающих экономическую стратегию государства. Поэтому промышленная функция края и города сохранилась в течение длительного периода.

А можно ли позиционировать город по-другому? Так, чтобы в этот процесс были вовлечены не только определенные группы населения, а чтобы каждый красноярец, независимо от уровня образования, сферы деятельности и связей мог поучаствовать в формировании имиджа города? Сегодняшнее направление развития Красноярска можно определить скорее как проект для города, мы же хотим найти возможности для формирования имиджа Красноярска как города для себя.

На наш взгляд положительное представление о городе должно присутствовать не только на государственном, межрегиональном уровне, но и в умах его жителей. В случае Красноярска позиционирование города как «города для себя» возможно и уже сделаны некоторые шаги в этом направлении, но четкой концепции не просматривается. Такое положение, определенно, не добавляет бонусов городу. Поэтому мы хотим представить свои возможные темы для создания имиджа «город для себя».

1. Городская среда

В первую очередь необходимо сделать акцент на том, чтобы существенно повысить качество городской среды - условий жизни и деятельности горожан. Улучшено состояние дорог, дворов, улиц. Уютные площадки, окружающие фонтаны, многочисленные кафе, современные кинокомплексы создают условия для межличностной коммуникации, формируют культурную среду и оказывают влияние на настроение красноярцев. Движения «Мой красноярский двор», «Чистый город - чистый подъезд», городской карнавал позволяют горожанам реализовать свои творческие потребности, таланты, интересы и являются эффективными мероприятиями самоорганизации и самовыражения. Если предпринять меры для непрерывной реализации этих проектов и направлений, то можно со временем добиться хороших результатов, в основном во внешнем облике города, города в котором чисто, что на сегодняшний день нам очень необходимо.

2. Культурно-образовательные туристические маршруты. Основная идея заключается в разработке и разворачивании уникальных туристических маршрутов, позволяющих городу стать одним из центров туризма. Туристические экскурсии могут быть самыми разнообразными – от маршрутов по историческим местам, имеющих отношение к возникновению города до маршрутов по таким известным местам как «Роев ручей» и Заповедник «Столбы».

3. Сеть городских парков. Идея проекта состоит в парковой организации городского пространства. Основная идея состоит в благоустройстве внутриворонного пространства посредством выработки экологических норм и их реализации. Первые шаги

уже сделаны с реализацией программы «Зеленый двор», в результате город к настоящему моменту очень преобразился. Красноярск – промышленный город, поэтому проблема экологии стоит особенно остро. На наш взгляд расширение зеленой зоны принесет пользу не только для горожан в качестве мест отдыха, прогулок с детьми и чистого воздуха, но и для самого города, например, через привлечение населения. Это кажется возможным потому, что в современном мире человечество все больше внимания уделяет своему здоровью и общему состоянию, уровню экологии. В чистом городе жить намного приятнее и безопаснее.

4. Физкультурные оздоровительные комплексы. Базовая идея заключается в создании больших и малых форм оздоровления горожан. Здоровье нации неразрывно связано с развитием массовой физической культуры и спорта. В распоряжении красноярцев - 220 спортивных залов, 15 стадионов, 11 плавательных бассейнов, одна из лучших в стране спортивных баз по зимним видам спорта. Стремление заниматься физкультурой под руководством профессиональных тренеров и врачей привело к созданию широкого спектра услуг. В Красноярске эта сфера пользуется большим спросом, так почему бы не обратить на нее побольше внимания?

5. Развлекательные площадки для отдыха. Красноярск – географический центр Сибири, а Сибирь славится своими морозами, продолжительными зимами и снегом. Зимы длинные, мороз умеренный – идеальные условия для развития зимних видов спорта. Несмотря на то, что такие базы уже существуют, проблемы транспортной инфраструктуры все же замедляют развитие этого направления.

Необходимо заметить, что во время разработки стратегической программы «Красноярск – город инноваций, партнерства и согласия», проводилось изучение общественного мнения о восприятии красноярцами своего города. Фокус-группе было предложено ответить на вопрос, из какой позиции складывается имидж города. На первое место участники исследования поставили внешний облик Красноярска. Второе место отдано достижениям в области физической культуры и спорта. Визитными карточками Красноярска названы конкурс «Стартуют все», детские олимпийские игры, проекты «Будь здоров!», «Оздоровительные зарядки».

Можно предлагать бесконечно много разнообразных, возможно даже, футуристических идей, например, таких как: создание молодежных центров для поддержки различных субкультур; наиболее масштабное внедрение новейших систем «Безопасный город» (круглосуточное наблюдения с помощью установки видеокамер на улицах), речной коммуникации между берегами Енисея; воздухоплавание (городской дирижабль); кинотеатр на свежем воздухе; общественный комплекс бесплатных тренажеров в парках города; детские площадки закрытого типа (охраняемые), создание плавучих пляжей на Енисее и многое-многое другое.

Вариантов для создания имиджа Красноярска как «города для себя» невероятное количество! Красноярцы – жители восприимчивые, любопытные, открытые новому и всегда готовы предложить свои идеи, высказать свое мнение и, конечно же, помочь своему городу преобразиться, засверкать новыми красками. На наш взгляд, инициатива со стороны администрации города к сотрудничеству, активное, продолжительное и непрерывное взаимодействие с населением является именно тем самым «ключиком», который поможет раскрыться нашему городу с другой стороны и стать более привлекательным, конкурентоспособным не только для самих жителей Красноярска, но и для жителей, по крайней мере, близлежащих регионов.