

УДК 332.1

Л. Н. Рубцова

ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ» (Липецкий филиал),
Липецк, e-mail: doctor_rubtsova@mail.ru

Ю. А. Чернявская

ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ» (Липецкий филиал),
Липецк, e-mail: sherry1504@yandex.ru

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ ОСОБЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН В СОВРЕМЕННЫЙ ПЕРИОД

Ключевые слова: особая экономическая зона промышленно-производственного типа, стратегическое планирование, маркетинговая стратегия, импортозамещение, принципы зонирования.

В статье рассмотрены основные условия для будущего развития и наиболее эффективного функционирования особых экономических зон промышленно-производственного типа (ОЭЗ). Авторы исследования уделяют особое внимание роли и значению развития маркетинговой стратегии особых экономических зон в современных условиях на примере ОЭЗ ППТ «Липецк», так как именно сейчас маркетинговые каналы продвижения выходят на первый план и способствуют повышению конкурентоспособности отечественной экономики в условиях санкционных ограничений. В работе представлены факторы, обеспечивающие реализацию комплексного развития территорий, сформулированы задачи, стоящие перед федеральными и местными органами власти в области эффективного функционирования предприятия, входящих в ОЭЗ.

L. N. Rubtsova

Financial University under the Government of the Russian Federation (Lipetsk branch),
Lipetsk, e-mail: doctor_rubtsova@mail.ru

Yu. A. Chernyavskaya

Financial University under the Government of the Russian Federation (Lipetsk branch),
Lipetsk, e-mail: sherry1504@yandex.ru

MARKETING STRATEGIES OF SPECIAL ECONOMIC ZONES IN THE MODERN PERIOD

Keywords: special economic zone of industrial production type, strategic planning, marketing strategy, import substitution, zoning principles.

The article examines the basic conditions for the future development and most effective functioning of special economic zones of industrial production type (SEZ). The authors of the study pay special attention to the role and significance of the development of a marketing strategy for special economic zones in modern conditions using the example of the Lipetsk IP SEZ, since it is now that marketing promotion channels come to the fore and contribute to increasing the competitiveness of the domestic economy in the context of sanctions restrictions. The work presents the factors that ensure the implementation of integrated development of territories, and outlines the tasks facing federal and local authorities in the field of effective functioning of enterprises included in the SEZ.

Введение

Общепризнанным мнением на сегодня является признание особых экономических зон (ОЭЗ) действенным механизмом, позволяющим добиться повышения конкурентоспособности продукции, занятости населения, увеличения регионального валового продукта в условиях расширяющегося импортозамещения, что предопределяет актуальность работы. Как показывает практика создания особых экономических

зон и практика экономического зонирования в целом, высокая эффективность подобных форм хозяйствования возможна только при активном участии государства. Поскольку особые экономические зоны являются сложной структурой, основанной на существовании на взаимосвязанных целей и задач, решение которых невозможно без наличия определенных ресурсов (природных, трудовых, финансовых), необходимо дальнейшее совершенствование экономико-правового

механизма их функционирования, исходя из постоянно меняющихся условий внешней и внутренней среды.

Основной целью является рассмотрение дальнейшего совершенствования законодательных основ, стратегических направлений развития ОЭЗ, а также формирование оптимальной маркетинговой стратегии развития особых экономических зон с целью повышения конкурентоспособности региональной и национальной экономики страны.

Материалы и методы исследования

В связи с актуальностью выбранной темы исследования и необходимостью повышения конкурентоспособности отечественной экономики, а также с целью развития импортозамещения, вопрос совершенствования нормативной, теоретической, методологической базы, а также разработка конкретных мероприятий, повышающих уровень эффективности работы предприятий в формате ОЭЗ ППТ, является одним из значимых вопросов современной экономической науки. В статье использованы статистические методы, методы экономического анализа, метод синтеза.

Новый этап своего развития получила особые экономические зоны в России получили с основанием особых экономических зон промышленно-производственного типа, одной из которых стала ОЭЗ ППТ «Липецк», основанная в 2005 [1].

Поиск путей реформирования и реорганизации особых экономических зон привел к определению новых норм в получении резидентского статуса, к сокращению сроков принятия решений по приоритетным вопросам, рассмотрению дополнительных преимуществ при вступлении в состав особых экономических зон для представителей различных сфер бизнеса.

Дальнейшее развитие ОЭЗ промышленно-производственного типа напрямую зависит от участия государства, которое определяет пакет нормативов и процедур, обеспечивающих эффективное регулирование и функционирование деятельности ОЭЗ. Также на органах государственного управления лежит ответственность за разработку системы льгот и преференций для резидентов, проведение экологической экспертизы проектов, обеспечение внедрения новейших технологий, не имеющих порой аналогов в мировой практике.

Учитывая необходимость дальнейшего развития импортозамещения, авторы и разработчики новых законодательных инициатив, на основе Закона об ОЭЗ исходят из того, что дальнейшее развитие ОЭЗ позволит обеспечить [2]:

- дополнительное привлечение внутренних и внешних инвестиций в экономику РФ (несмотря на санкционные ограничения существует перспектива в переориентации инвестиционной деятельности, в привлечении инвесторов из Китая, Индии и других дружественных государств);

- повышение инвестиционной активности российских инвесторов, за счет средств, которые сейчас не инвестируются ими во внешние рынки;

- способствование выравниванию уровня экономического развития регионов;

- развитие высокотехнологичных и инновационных отраслей промышленного производства, а также производства с высоким уровнем добавленной стоимости;

- содействие процессу импортозамещения;

- содействие возникновению новых рабочих мест для высококвалифицированных кадров.

Одной из первых особых экономических зон промышленно-производственного типа была созданная после принятия федерального закона ОЭЗ ППТ «Липецк» в 2005 году [1]. К числу резидентов этой зоны на сегодняшний момент относится компания «Соликом», основной деятельностью которой является производство слитков и пластин мультикристаллического кремния для солнечной энергии; «Yokohama P.P.3.», занимающаяся выпуском автомобильных шин; «ABB Электрооборудование» (производство электрической, распределительной и регулирующей аппаратуры); «Рэдалит Шлюмберия» (производство компонентов установок электроцентробежных насосов); «Цифровые технологии» (производство специализированных вычислительных мощностей для распределенного хранения данных) и др. Ведущими направлениями деятельности предприятий-резидентов ОЭЗ ППТ «Липецк» являются производственные отрасли, связанные с изготовлением элементов и систем альтернативной энергетики, производство оборудования, включая оборудование для ТЭК, бытовой техники, автокомпонентов, медицинского оборудования, производство био-компонентов.

Финансирование ОЭЗ реализуется путем взносов в уставной капитал управляющей компании и составляет на данный момент 6,109 млрд. руб. Соотношение государственных инвестиций к частным составляет 1:35.

Обеспечение более эффективной деятельности ОЭЗ на основе внедрения новых финансовых продуктов позволит в будущем привлечь больше инвестиций, повысить занятость, развить новые направления предпринимательской деятельности. В этой связи особую актуальность приобретает дальнейшая разработка маркетинговой стратегии развития ОЭЗ, основанная на стремлении к достижению высокой степени интегрированности системы стратегических обратных связей на конкурентных рынках в условиях изменения внешней среды [3]. Наибольшее влияние в этом процессе оказывают следующие факторы:

- основной подсистемой в комплексной системе маркетинговой стратегии ОЭЗ является стратегическое планирование;

- комплексный подход к стратегии развития предприятий-резидентов ОЭЗ включает в себя миссию и стратегию каждого конкретного хозяйствующего субъекта, формируя конкретные финансовые цели, задачи, показатели применительно ко всем направлениям их деятельности;

- на основе разработки единой маркетинговой стратегии далее осуществляется подробное рассмотрение и уточнение всех основных проектов, принимающих участие в проектно-ориентированном планировании;

- создание и последующее управление проектами стратегического значения производится на основе оптимизации;

- изменения и дополнения маркетинговой стратегии принимаются с учетом новых тенденций во внешней среде и внутренней среде рынка.

Постоянное ускорение темпа изменений на глобальном рынке превращает маркетинговую стратегию в самостоятельную задачу.

Функционирование особых экономических зон и их эффективность неразрывно связаны со стратегическим планированием и общей концепцией развития городов и муниципальных образований, на которых созданы и функционируют особые экономические зоны. Например, на решение этой задачи нацелена концепция ключевых факторов успеха (ключевых компетенций) городов и территорий, отраженная в научных

трудах следующих ученых: Р.М. Кантера, Ф. Абрамса, И. Ансоффа, М. Портера и др. Среди российских ученых можно отметить работы Ушаковой У.А., Сапожниковой Г.А., Шугаевой М.А., Кузнецовой А.И. и др.

Правовую основу стратегического планирования в Российской Федерации составляют ряд законодательных актов, среди которых «Указ Президента Российской Федерации от 8 ноября 2021 года № 633; Федеральный закон от 28 июня 2014 года №-172-ФЗ «О стратегическом планировании Российской Федерации» [3].

В настоящее время в нормативном поле определены приоритетные задачи государственной политики регионального развития до 2025 года и обозначены следующие принципы повышения конкурентоспособности региональной экономики [4]:

- обеспечение территориальной целостности, единство правового и экономического пространства РФ;

- обеспечение равных возможностей для реализации конституционных прав и свобод граждан РФ на всей территории страны;

- соблюдение баланса между планированием экономического потенциала регионов и сохранение комфортной среды жизнедеятельности населения;

- дифференцированный подход к реализации мер государственной поддержки регионов и муниципальных образований в зависимости от их социально-экономических и географических особенностей;

- обеспечение устойчивого экономического роста и научно-технологического развития регионов, повышение уровня конкурентоспособности их экономики на международных рынках» [4].

Для решения этих вопросов сформирована концепция ключевых факторов развития территорий и городов.

В условиях новых глобальных вызовов и экономико-политических трансформаций высокую значимость приобретает группировка системных стратегических факторов, среди которых можно особенно выделить факторы, непосредственно влияющие на такие компетенции, как:

- способность производить товары и услуги, обладающие высокой конкурентоспособностью;

- развитие способности создания и реализации новых знаний, технологий, наукоемких продуктов и услуг;

- способность создавать и продавать услуги в сфере коммуникации информационных, материальных и финансовых потоков;

- способность эффективно выявлять и согласовывать интересы различных групп стратегических партнеров и на этой основе формулировать общие цели и стратегии их достижения;

- способность создавать среду обитания высокого качества для всех групп населения.

Можно выделить две основные группы факторов. Так, например, среди факторов, значимых для любых отраслей, можно отнести: природные условия, рабочая сила, транспорт, связь, дороги, инженерные сети, инфраструктура, земельные участки и т.д. К другой группе факторов, можно отнести: деловой климат (платежи и тарифы, хозяйственное регулирование, экологическое регулирование, система подготовки кадров, местные власти как деловой партнер, политическая ситуация), налоговый климат (налоговая система, гибкость, наличие скидок и льгот), предпринимательский климат (программы поддержки предпринимательства, система обучения и информирования предпринимателей), инвестиционный климат (кредиты, льготы, инвестиционный капитал, инвестиционное регулирование), качество жизни (безопасность, культура, спорт, досуг, образование, сервис).

На сегодняшний момент времени происходит дальнейшее формирование стратегических задач планирования и управления с учетом новых вызовов и условий быстроизменяющейся внешней среды.

Результаты исследования и их обсуждение

Развитие территорий с особыми формами и режима хозяйствования представляет собой систематический процесс, с помощью которого происходит формирование картины будущего, посредством определения этапов его достижения исходя из местных ресурсов. И по этой причине в результате речь идет о стратегическом планировании, когда в процессе принятия ключевых решений вовлекается широкий круг активных лиц. В этой связи можно выделить следующие принципы стратегического развития: стратегический анализ, целеполагание, стратегический выбор.

Реализация этих принципов должна происходить в условиях баланса интересов разных уровней (государственного, регио-

нального, хозяйствующих субъектов и населения). Принцип баланса интересов предполагает нахождение компромисса между властными структурами различного уровня, профессиональными и общественными группами населения. В этой связи должна получить дальнейшее развитие методическая и информационная база, продолжена работа по привлечению специалистов из системы управления регионом, организация независимой экспертизы, привлечение ученых, специалистов в области прогнозно-аналитических работ.

Учитывая изложенное, считаем, что к компонентам систем маркетингового управления на предприятиях ОЭЗ, можно отнести следующие компоненты:

– маркетинговая информация на входе, основанная на обобщении фактических данных.

– реализация маркетинговых мероприятий (ответственность за внедрение, опирающаяся на функционирование организационных подразделений)

– маркетинговый контроль, осуществляемый на основе фактических данных

– планирование финансового обеспечения рекламных и иных маркетинговых мероприятий, основанное на выполнении краткосрочных и среднесрочных задач;

– программирование основных направлений маркетингового развития.

Заключение

Таким образом, эффективность создания ОЭЗ промышленно-производственного типа во многом зависит от затрат на их создание и развитие. Зоны промышленно-производственного типа являются более ресурсозатратными, требующими наибольшего количества вложений, так для их работы необходимо создание специальной инфраструктуры. В связи с этим, используя соответствующую маркетинговую стратегию, можно сделать вывод, что ОЭЗ промышленно-производственного типа должна отвечать следующим требованиям:

- предусматривать предстоящие расходы государства и государственных органов;

- необходимо создание эффективного оборота ресурсов, начиная от трудовых, включая технологические, инфраструктурные и другие;

- использование природных ресурсов должно быть основано на принципах эко-

логичного и бережного природопользования с учетом всех современных требований к охране окружающей среде;

- обеспечение вложения долгосрочных инвестиций на выгодных условиях в высокотехнологичные и наукоемкие производства.

Анализируя систему современных ОЭЗ, можно сделать вывод о необходимости создания благоприятных условий (инвестиционный климат, налогово-бюджетное регулирование и т.д.) и дальнейшего совершенствования нормативной базы с целью всестороннего развития территорий. Эффективность создания и развития таких зон проявляется в том числе в реконструкции

и модернизации уже существующих промышленных производств с учетом новых технологий, в широком распространении инноваций, создании большого количества рабочих мест для местного населения, повышении качества и уровня жизни населения, развитии системы кооперации между представителями бизнес-сообщества и органами местного управления, увеличении экспорта конкурентоспособной продукции, восстановлении уже существующей и создании новой производственной и социальной инфраструктуры, и т.д. Все это в совокупности формирует предпринимательский потенциал особых экономических зон.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 22 июля 2005 года № 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» (Собрание законодательства Российской Федерации. 2005. № 30). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_54599/ (дата обращения: 05.10.2023).
2. Федеральный закон от 4 августа 2023 года № 448-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации». URL: <http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202308040058> (дата обращения: 15.09.2023).
3. Указ Президента РФ от 8 ноября 2021 г. № 633 «Об утверждении Основ государственной политики в сфере стратегического планирования в Российской Федерации». URL: <https://base.garant.ru/403015816/> (дата обращения: 07.10.2023).
4. Указ Президента РФ от 16.01.2017 № 13 «Об утверждении Основ государственной политики регионального развития Российской Федерации на период до 2025 г.» URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_210967/f938e46a4000bf25f99c70c69823278591395d7d/ (дата обращения: 17.10.2023).
5. Авдокушкин Е.Ф. Теоретические основы экономической реформы в КНР. М.: Изд-во ВЗПИ, 1990. 216 с.
6. Ансофф И. Стратегическое управление. М.: Экономика, 1999. 519 с.
7. Кантер Р.М. Рубежи менеджмента. М.: Инфра-М, 2000. 360 с.
8. Шоннеси Дж. Принципы организации управления фирмой / Перевод с английского. М.: Прогресс, 1979. 256 с.
9. Эддоус М., Стенсфинд Р. Методы принятия решений / Первод с английского И.И. Елисеевой. М.: Аудит, ЮНИТИ, 2003. 590 с.
10. Алексанов Д.С., Грачева М.В. Практические вопросы финансового анализа инвестиционных проектов: проблемы и решения // Аудит. 2023. №2 (186). С. 39-45.
11. Гершанок А.А., Демин Т.А., Ощенко А.Ш. Стратегическое управление территориальными образованиями: проблемы и перспективы // Экономика и предпринимательство. 2017. № 12-2. С. 310-319.
12. Данилова Т.В., Лисицина Е.В. Оценочное зонирование территорий как способ расчета обоснованной величины внешнего устаревания // Финансовый менеджмент. 2023. № 4. С. 69-73.
13. Кравченко С.И., Мешков А.В., Киселёва А.И. Инструментарий выбора технологии как объекта трансфера в условиях многокритериальности // Стратегические решения и риск-менеджмент. 2021. Т. 12, № 3. С. 202-211.
14. Красникова Т.С., Морача В.Г. Проблемы вовлечения общественности в процессе стратегического планирования в России: являются ли цифровые технологии выходом? // Региональная экономика. Юг России. 2018. № 1. С. 101-109.
15. Лебедева Н.А., Жихаревич Б.С. Стратегии о стратегическом планировании // Региональная экономика. Юг России. 2018. № 1. С. 6-15.
16. Маркова В.Д., Кузнецова С.А. Стратегии развития экосистем: анализ российского опыта // Стратегические решения и риск-менеджмент. 2021. Т. 12, № 3. С. 242-252.