

МАРКЕТИНГ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ НА ПРИМЕРЕ РОССИИ

MARKETING OF RURAL AREAS ON THE EXAMPLE OF RUSSIA

УДК 339.138

Бастрыкин Константин Андреевич, бакалавр, Государственный университет по землеустройству, г. Москва

Bastrykin K.A., kostya.bastrikin@yandex.ru

Аннотация

В статье рассматриваются современные условия сельских территорий, рационализация их использования, а главное - их маркетинг. Использование сельскохозяйственных ресурсов является одной из важных составляющих национальной экономики, а следовательно умение правильно рассказать об этих территориях и привлечь к ним внимание и есть основная сельскохозяйственная или экономическая задача. Однако данное исследование невозможно без взгляда на прошлое, поэтому имеется необходимость рассмотреть не только положение маркетинга сельских территорий на текущий год, а полностью проанализировать развитие этой области, особенно с конца прошлого века.

Annotation

The article examines the current conditions of rural areas, the rationalization of their use, and most importantly - their marketing. The use of agricultural resources is one of the important components of the national economy, and therefore the ability to correctly tell about these territories and draw attention to them is the main agricultural or economic task. However, this study is not possible without looking at the past, so there is a need to consider not only the situation of rural marketing for

the current year, but also to fully analyze the development of this area, especially since the end of the last century.

Ключевые слова: агропромышленная сфера, маркетинг, сельское хозяйство, землеустройство, сельские территории.

Keywords: agribusiness, marketing, agriculture, land management, rural areas.

Развитие экономики в последние десятилетия сильно сказалось на уровне обеспечения сельских территорий и, следовательно, привело к дифференциации распределения ресурсов между крупными городами и областными регионами. В итоге, из-за сильных различий в качестве и уровне жизни, демографические данные по переписям населения России показывают следующую тенденцию: в последние несколько лет наблюдается уменьшение населения городов, численностью до 250-300 тысяч человек, и если их доля в 2017 составляла 40%, то через 10-15 лет с нынешним темпом развития их доля может упасть до 20%.

Таблица 1 - Интенсивность миграции в сельских территориях

	Миграция в сельских территориях, %	В пределах России, %	Международная, %
Все территории	-3,4	-5,1	1,7
Южные территории	-2,3	-4,2	1,9
Северные территории	-14,4	-14,9	0,5

Как видно из таблицы 1, заметно сильное сокращение населения в сельских территориях, расположенных на севере, где земля не пригодна для использования, а климат не благоприятен для проживания. Однако и в южных территориях заметен спад, что обуславливается быстрым развитием крупных городов, расположенных в центральных регионах.

Однако говоря о маркетинге территорий, а в рассматриваемом случае - сельских территорий, он направлен именно на привлечение интереса к данной местности, её развитие, реализация потенциала и так далее. Рассматривая сельские территории как экономический субъект рыночных отношений можно сказать, что их значение как для экономики страны, так и для мировой экономики очень велико, они могут использоваться для производства продуктов, необходимых для обеспечения жизни, или для добычи иных полезных ресурсов.

Для общего представления можно воспользоваться одним из инструментов маркетинга - 4Р. В контексте сельских территорий, продуктом будет являться человеческий капитал, то есть общая характеристика населения, здоровье, способности и так далее. Цену же можно выразить в уровне заработной платы, денежных ресурсах, которыми располагает население. Местом выделяют уровень развитости инфраструктуры и условия проживания. А продвижение - создание имиджа территории, их позиционирование.

Так, с помощью маркетинга можно выявить модель или описание устойчивого развития сельских территорий. На текущий момент концепция развития сельских территорий объясняется следующими факторами:

1. Привлечение инвестиций
2. Субсидирование сельских предприятий
3. Льготное налогообложение
4. Предоставление сельским предприятиям льготных кредитов

В целом, по данным Правительства РФ о реализации программы развития сельских территорий можно посмотреть, какие приоритеты ставит государство в последние несколько лет.

Рисунок 1 - Государственные средства, выделенные на развитие сельских территорий за 2016 г.



По отчету Правительства видно, что приоритетом является развитие животноводства, чья доля из общих средств составила почти 40%. В свою очередь поддержка сельских кооперативов и культуры составили наименьшую долю. Однако, в целом по миру данная картина складывается иначе, так как развитие культуры, жилищных условий и инфраструктуры чаще всего почти не уступают по значимости для государства животноводству и растениеводству.

Таким образом, можно сказать, что для устойчивого развития сельских территорий кооперативы могут стать приоритетными в области финансирования и поддержания. Они могут состоять из личного хозяйства, фермерских хозяйств или полноценных сельских предприятий. Сама по себе совместная работа таких коопераций и их членов может организовать условия реализации сельской продукции, а также создать резервный фонд сельских организаций.

В свою очередь, роль государства будет заключена в гарантировании обязательства кооперативов перед сторонним бизнесом. Также, обеспечение доли затрат, которые кооперативы потратят на своё развитие, будет мотивировать сторонние финансовые структуры предоставлять льготы по кредитованию. Также, некоторые экономисты считают, что есть необходимость ввести информационный центр каналов по реализации продукции, а сами кооперативы будут напрямую взаимодействовать с малыми предприятиями.

Подводя итог, можно сказать, что инструменты маркетинга могут способствовать улучшению условия ведения сельского хозяйства, развивать экономику страны, а также повышать реализацию человеческого потенциала в регионах.

Литература

1. Колоскова Ю.И. Развитие предпринимательской инициативы в сельских территориях как инструмент повышения уровня человеческого капитала. / Красноярск: Изд-во Красноярского ГАУ
2. Сельское хозяйство, агропромышленный и рыб хозяйственный комплексы // Правительство России
<http://gov.garant.ru/SESSION/PILOT/main.htm>
3. Ермакова А.М., Зубарева Ю.В. Стратегическое развитие сельских территорий как условие развития рынка труда // Аграрный вестник Урала. – 2010.
4. Учебное пособие Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: под ред. д-ра экон. наук, проф. НА. Нагапетьянца. // М.: Вузовский учебник, 2007. — 272 с.
5. Горфинкель, В.Я. Экономика предприятия: учебник для вузов/ под ред. проф. В.Я.Грринфенкеля и др. // М.: ЮНИТА-ДАНА, 2006. – 550 с.

6. Сергеев, И.В. Экономика предприятия: учебное пособие /И.В.Сергеев; - Изд. 2-е, перераб. И доп. // М.: Финансы и статистика, 2007. – 450 с.

7. Смекалов, П.Е., Ораевская Г.А. Анализ хозяйственной деятельности сельскохозяйственных предприятий: учебник для вузов // М.: Финансы и статистика, 2006. – 260с.

Literature

1. Koloskova Yu. I. Development of entrepreneurial initiative in rural areas as a tool to increase the level of human capital. / Krasnoyarsk: Publishing House of the Krasnoyarsk State Agrarian University

2. Agriculture, agro-industrial and fish economic complexes / / Government of Russia <http://gov.garant.ru/SESSION/PILOT/main.htm>

3. Ermakova A.M., Zubareva Yu. V. Strategic development of rural territories as a condition for the development of the labor market. – 2010.

4. Textbook Marketing in industries and spheres of activity: ed. by Dr. of Economics, prof. N.A. Nagapetyants. // М.: Vuzovsky uchebник, 2007. - 272 p

5. Gorfinkel, V. Ya. Enterprise economics: textbook for universities/ ed. by prof. V. Ya. Grinfenkel et al. // М.: UNITA-DANA, 2006 – - 550 p.

6. Sergeev, I. V. The economy of the enterprise: a textbook /I. V. Sergeev; - 2nd Ed., reprint. And add. // Moscow: Finance and Statistics, 2007. - 450 p.

7. Smekalov, P. E., Oraevskaya, G. A. Analysis of economic activity of agricultural enterprises: textbook for universities // Moscow: Finance and Statistics, 2006. - 260с.