

## МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА МАЛЫХ ГОРОДОВ

Смирнова О.А.

Смирнова Ольга Александровна  
ФГБОУ ВО «Ивановский государственный университет»  
Иваново, Россия, 153025, Ивановская область, г. Иваново, ул. Ермака, 39  
E-mail: olgakineshma@gmail.com

*Малые города являются важными социально-экономическими системами развития как отдельно взятого региона, так и страны в целом. Вопрос развития малых городов является особо актуальным, как в отечественной, так и зарубежной практике. В статье обоснована необходимость и показана целесообразность использования маркетинга, как инструмента управления малым городом, фактора формирования благоприятного, позитивного имиджа территории и успешного социально-экономического развития регионального городского пространства. Описаны особенности развития малых городов Ивановского региона, на основе маркетингового анализа предложены направления их диверсификации в туристической отрасли, предложены варианты возможного развития малых городов региона в различных туристических направлениях. Имидж является реальным и чрезвычайно важным ресурсом экономики, значимым для продвижения и развития малых городов.*

**Ключевые слова:** имидж малых городов, малые города, развитие региона, маркетинг, устойчивое развитие

## MARKETING AS A TOOL FOR SHAPING THE IMAGE OF SMALL TOWNS

Smirnova O.A.

Smirnova Olga Alexandrovna  
Ivanovo State University  
Ivanovo, Russia, 153025, Ivanovo region, Ivanovo, Ermaka str., 39  
E-mail: olgakineshma@gmail.com

*Small towns are important socio-economic systems for the development of both a single region and the country as a whole. The issue of the development of small towns is particularly relevant, both in domestic and foreign practice. The article substantiates the necessity and expediency of using marketing as a tool for managing a small city, a factor in the formation of a favorable, positive image of the territory and successful socio-economic development of the regional urban space. The features of the development of small towns in the Ivanovo region are described, on the basis of marketing analysis, the directions of their diversification in the tourism industry are proposed, options for the possible development of small towns in the region in various tourist destinations are proposed. The image is represented by a real and extremely important resource of the economy, significant for the promotion and development of small towns.*

**Key words:** image of small towns, small towns, regional development, marketing, sustainable development

Имидж города – это образ города, формирующийся в сознании людей и влияющий на перспективу его развития. Имидж города – это далеко не абстракция, а колоссальная повседневная системная работа, которая дает возможность городу получить положительные экономические результаты.

Каждый город обладает определенными характеристиками, чертами, которые, в свою очередь, формируют образ в сознании потребителя. Характерными чертами могут выступать привлекательные, уникальные достопримечательности, ценные культурно-исторические памятники и архитектурные сооружения, природные заповедники

или же экономическая и политическая стабильность, уровень развития социальной сферы и т. д.

Главные целевые группы маркетинга города – его жители, представители бизнеса, туристы, так как именно они выступают потребителями города. В рамках маркетинга малого города наибольшую ценность представляют знания о том, каков имидж города в глазах целевой аудито-

рии: населения, бизнеса, туристов, инвесторов, органов власти различного уровня [1]. Но, есть существенная разница между понятием имиджа города в глазах приезжих туристов и в глазах местных жителей, непосредственно проживающих на территории малого города. В таблице 1 приведены требования, предъявляемые к имиджу малого города.

Таблица 1

**Требования к имиджу города туристов и местных жителей**  
**Table 1. Requirements for the image of the city for tourists and locals**

Требования, предъявляемые туристами	Требования, предъявляемые местными жителями
Наличие объектов коллективного размещения (гостевых домов, баз отдыха), инфраструктуры туристического бизнеса, качественная придорожная инфраструктура, наличие объектов питания (столовых кафе), наличие объектов санаторно-курортного лечения, информация о достопримечательностях и архитектуре и т.д.	инфраструктура, общественный транспорт и дороги, жилищно-коммунальное хозяйство, сеть магазинов шаговой доступности и аптек, учреждения здравоохранения, детские учреждения и т.п.

Тем не менее, несмотря на такую разницу в восприятии одного и того же понятия туристами и жителями, проживающими в малых городах, данные подходы - при всей их кажущейся противоположности - являются взаимосвязанными и в определенной степени даже взаимозависящими.

В настоящее время перед большинством малых городов Ивановской области стоит проблема повышения инвестиционной привлекательности, имиджа и конкурентоспособности. Реализации этой задачи будет способствовать объек-

тивная оценка своих ресурсов, конкурентных преимуществ, возможностей, проблем и слабых сторон. В этой ситуации маркетинг города должен стать инструментом управления территорией и фактором успешного социально-экономического развития регионального городского пространства за счет оптимального использования имеющихся ресурсов и всего потенциала малого города. Создание позитивного имиджа оказывает непосредственное влияние на социально-экономическое развитие города (табл. 2).

Таблица 2

**Влияние позитивного имиджа на социально-экономическое развитие города**  
**Table 2. The influence of a positive image on the socio-economic development of the city**

Социально-экономический эффект	Социально-культурный эффект
<ul style="list-style-type: none"> <li>- повышение уровня и качества жизни населения</li> <li>- создание новых рабочих мест</li> <li>- развитие инфраструктуры и сферы обслуживания</li> <li>- развитие новых видов деятельности</li> <li>- развитие бизнеса</li> <li>- привлечение инвестиций</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- развитие культурного туризма</li> <li>- сохранение историко-культурного наследия</li> <li>- практика межкультурного наследия</li> <li>- содействие созданию и поддержке музеев, сохранение исторических памятников</li> </ul>

Применение маркетинга для формирования имиджа малых городов Ивановской области позволит осуществлять поиск уникальных характеристик малого города, а также заинтересованных в этих уникальных характеристиках сторон и продвижение выявленных уникальных характеристик с учетом интересов соответствующих целевых аудиторий, при этом необходимо обратить внимание на ресурсный потенциал города, особенности внешней среды и возможность создания дифференцированной позиции.

На сегодняшний день одним из важных направлений развития малого города можно наз-

вать развитие туристического направления. На основе маркетингового анализа городов Ивановского региона предложены направления их диверсификации в туристической отрасли [2] (табл. 3). В настоящее время существенно расширилось участие институтов развития в финансировании проектов, направленных на развитие малых городов. В первую очередь это касается финансирования инфраструктурных проектов.

К их числу можно отнести: реализацию инвестиционных проектов и проектов по реконструкции инфраструктуры, создание комфортной городской среды, формирование необходимых

условий для привлечения инвестиций в моногорода, создание новых рабочих мест и развитие городской среды, поддержку малого бизнеса, модернизации объектов ЖКХ, развитию туристических комплексов, сохранению туристических,

культурных и природных объектов, развитию инфраструктуры досуга, поддержанию самобытности и уникальности малого города, вовлечение молодого поколения в решение проблем малых городов России объединения [3].

Таблица 3

**Уровень развития туристической инфраструктуры в городах Ивановской области и потенциально-возможный вид развития туризма**  
**Table 3. The level of development of tourist infrastructure in the cities of the Ivanovo region and a potentially possible type of tourism development**

Название города	Вид туризма	Уровень развития туристической инфраструктуры
Средние города		
Кинешма	Развитие экологического, культурного туризма. Развитие инфраструктуры для туристического бизнеса.	Не развита инфраструктура для приема и обслуживания яхт и круизных лайнеров; недостаточное количество и физический износ объектов коллективного размещения; низкий туристический имидж
Шуя	Развитие религиозного, культурного туризма.	Физический износ объектов коллективного размещения; неразвитое информационное обеспечение; отсутствие качественной придорожной инфраструктуры
Малые города		
Вичуга	Культурный туризм.	Физический износ объектов коллективного размещения; неразвитое информационное обеспечение; отсутствие качественной придорожной инфраструктуры
Фурманов	Развитие экологического и агротуризма.	
Тейково	Экологический и агротуризм.	
Кохма	Культурный туризм.	
Родники	Культурный туризм.	
Приволжск	Развитие познавательного, религиозного, культурного туризма.	Труднодоступность знаковых исторических мест; низкий туристический имидж; отсутствие качественной придорожной инфраструктуры
Южа	Близость пгт. Холуй способствует развитию культурного туризма.	
Комсомольск	Развитие агротуризма.	
Гаврилов Посад	Экологический, агротуризм.	
Заволжск	Экологический туризм.	Речная переправа «Заволжск – Кинешма» с 2009 г. закрыта
Наволоки	Лечебно-оздоровительный туризм.	Недостаточная информированность о наличии лечебно-оздоровительных возможностях города; требуется развитие инфраструктуры для туристического бизнеса.
Юрьевец	Развитие экологического, культурного туризма.	Требуется газификация; низкий туристический имидж; требуется развитие инфраструктуры для туристического бизнеса.
Пучеж	Экологический туризм.	
Плётс	Развитый центр туризма. Экологический, культурный туризм	Недостаточное количество и физический износ объектов коллективного размещения (гостевых домов, баз отдыха), недостаточное количество объектов питания (столовых, кафе, ресторанов)

Наиболее успешной для Ивановской области стала программа «Создание комфортной городской среды». Реализованные в Ивановской области проекты-победители всероссийского конкурса лучших проектов создания комфортной городской среды по годам реализации представлены ниже [4]:

2018 год.

Юрьеvec, Ивановская область, малый город до 10 тыс. человек. «Благоустройство площади Георгиевской и улицы Советской». Сумма гранта 30 млн. рублей.

Гаврилов Посад, Ивановская область, малый город до 10 тыс. человек. «Благоустройство городской площади Советской». Сумма гранта 30 млн. рублей.

Плёт, Ивановская область, историческое поселение. «Благоустройство территории парковой зоны «Верхний пруд». Сумма гранта 50 млн. рублей.

2019 год.

Шуя, Ивановская область, историческое поселение. «Шуйский плат. Проект благоустройства площади Революции в рамках комплексного проекта благоустройства и развития исторической части города». Сумма гранта 54 млн. рублей.

Южа, Ивановская область, малый город от 10-20 тыс. человек. «Концепция развития городского центра города Южа». Сумма гранта 60 млн. человек.

Кинешма, Ивановская область. Малый город от 50-100 тыс. человек. «Благоустройство площади Революции в городе Кинешма». Сумма гранта 85 млн. рублей.

Тейково, Ивановская область. Малый город от 20-50 тыс. человек. «Реновация парка «Красные сосенки» и набережной реки Вязьма». Сумма гранта 75 млн. рублей.

2020 год.

Фурманов, Ивановская область. «Концепция развития центра Фурманова. Новый торг – от середских ярмарок к экономике будущего» Сумма гранта 70 млн. рублей.

Гаврилов Посад, Ивановская область. «Концепция развития городской набережной города Гаврилов Посад». Сумма гранта 45 млн. рублей.

Комсомольск, Ивановская область. «Город победившей Энергии». Сумма гранта 50 млн. рублей.

Родники, Ивановская область. «Зеленый кампус». Сумма гранта 70 млн. рублей.

Приволжск, Ивановская область. «Мастерская у Волги». Сумма гранта 50 млн. рублей.

Еще одним успешным направлением развития малых городов Ивановской области стало участие в Национальных проектах России. Что позволило провести ремонт дорог протяженностью 41,5 км проведут до конца года в Иванове по

национальному проекту «Безопасные качественные дороги», всего отремонтируют 108 дорожных объектов. Об этом сообщили в правительстве Ивановской области. В этом году в Иванове профинансируют ремонт 44 улиц районного значения, 54 улиц в частном секторе и пяти дорог к промышленным предприятиям - точкам экономического роста. В 2021 году в городе был отремонтирован 81 объект протяженностью 39 км [5].

Проблемы развития малых городов России и Ивановской области исследуются и анализируются учеными. Например, Рычихина Н.С. рассматривает направления реструктуризации производственной и хозяйственной деятельности малых городов [6], Дамбуева В.Ю. исследует аттрактивный потенциал городов [7]. Берендеева А.Б., Рычихина Н.С., Коробова О.О. анализируют эффективность реализации социальных проектов в городах [8]. Смирнова Я.С. предлагает программно-целевой подход к формированию направлений развития социальной инфраструктуры Ивановского региона [9]. Также большой интерес представляют работы ученых, занимающихся изучением модели управления жизненным циклом малых городов [10], анализом ресурсного потенциала [11, 12], экономической безопасностью [13].

Но это отдельные направления развития малых городов Ивановского региона. Нет комплексного подхода к формированию имиджа малых городов. Применение маркетинга при формировании имиджа малых городов региона позволило бы:

- проведение маркетинговых исследований целевых рынков малых городов, позволяющих выявить потребности и ожидания, уровень удовлетворенности, отношения и намерения относительно проживания и ведения деятельности в малых городах Ивановского региона;
- осуществление маркетинговой разведки конкурентного рынка и макросреды;
- осуществлять разработку маркетинговых программ малых городов Ивановской области, включающих планы интегрированной маркетинговой коммуникации, стратегию комплекса городского продукта, план фестивальной деятельности и др.;
- обеспечить реализацию разработанных программ через взаимодействие со всеми участниками проектов;
- проведение программ внутреннего маркетинга, направленного на формирование в малом городе организации культуры, ориентированной на потребителя;
- осуществлять взаимодействие с внешними контрагентами, участвующими в реализации маркетинговых программ;

- разработку, продвижение и продвижение инвестиционных проектов для местного бизнеса;  
 - разработку и реализация программ интернет-маркетинга, в том числе ведение и наполнение информационного городского онлайн-портала, что позволило бы повысить узнаваемость малых городов.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов, требующего раскрытия в данной статье.

The authors declare the absence a conflict of interest warranting disclosure in this article.

ЛИТЕРАТУРА

1. Шерешева М.Ю., Оборин М.С., Березка С.М. Маркетинг малых городов как фактор устойчивого развития региона. *Маркетинг в России и за рубежом*. № 1 (123), 2018. С. 63-73.
2. Смирнова О.А. Развитие маркетинга малых городов Ивановской области. *Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение*. № 4 (72), 2022. С 14-19.
3. Рычихина Н.С., Смирнова О.А. Проектное управление как важный инструмент управления развитием малых городов. *Экономика и предпринимательство*. № 7 (132), 2021. С. 582-587.
4. Официальный сайт Федерального проекта «Формирование комфортной городской среды» <https://gorodsreda.ru> (дата доступа 31.11.2023)
5. Официальный сайт Национальные проекты России <https://национальные.проекты.рф>.
6. Берендеева А.Б., Рычихина Н.С. Степень остроты демографических вызовов в регионах центра России. *Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение*. 2022. № 2 (70). С. 12-21.
7. Рычихина Н.С., Коробова О.О. Анализ рынка труда центрального макрорегиона. *Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение*. 2022. № 3 (71). С. 41-50.
8. Дамбуева В.Ю. Атрактивный потенциал как ресурс социально-экономического развития Ивановской области. *Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение*. 2019. № 4 (60). С. 28-35.
9. Смирнова О.А., Смирнова Я.С. Программно-целевой подход к формированию направлений развития социальной инфраструктуры Ивановского региона. *Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение*. 2011. №4 (52). С.92-99.
10. Рычихина Н.С. О роли кластеров в стабилизации экономики малых городов. *Региональная экономика: теория и практика*. 2012. № 6. С. 45-49.
11. Гончаренко В.Е., Коробова В.Ф., Смирнова И.А. Статистический анализ ресурсного потенциала регионов России. *Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение*. 2019. № 2 (58). С. 33-41.
12. Гонова О.В. Аналитическая практика использования комплексной оценки экономической эффективности деятельности малых предприятий сферы агробизнеса. *Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение*. 2018. № 2(54). С. 25-30.
13. Ледайкина И.И., Елизарова А.А. Экономическая безопасность региона (на примере Ивановской области). *Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение*. 2019. № 2 (58). С. 64-74.

REFERENCES

1. Sheresheva M.Yu., Oborin M.S., Berezka S.M. Marketing of small towns as a factor of sustainable development of the region. *Marketing in Russia and abroad*. N 1 (123), 2018. P. 63-73.
2. Smirnova O.A. Development of marketing of small towns of the Ivanovo region. *Modern high-tech technologies. Regional application*. N 4 (72), 2022. P. 14-19.
3. Rychikhina N.S., Smirnova O.A. Project management as an important tool for managing the development of small towns. *Economics and entrepreneurship*. N 7 (132), 2021. P. 582-587.
4. Official website of the Federal project "Formation of a comfortable urban environment" <https://gorodsreda.ru> / (access date 31.11.2023)
5. Official website National Projects of Russia <https://национальные.проекты.rf> (accessed 31.11.2023)
6. Berendeeva A.B., Rychikhina N.S. The degree of severity of demographic challenges in the regions of the center of Russia. *Modern high-tech technologies. Regional application*. 2022. No. 2 (70). pp. 12-21.
7. Rychikhina N.S., Korobova O.O. Labor market analysis of the central macroregion. *Modern high-tech technologies. Regional application*. 2022. No. 3 (71). pp. 41-50.
8. Dambueva V.Yu. Attractive potential as a resource of socio-economic development of the Ivanovo region. *Modern high-tech technologies. Regional application*. 2019. N 4 (60). P. 28-35.
9. Smirnova O.A., Smirnova Ya.S. Program-target approach to the formation of directions for the development of the social infrastructure of the Ivanovo region. *Modern high-tech technologies. Regional application*. 2011. N 4 (52). P. 92-99.
10. Rychikhina N.S. On the role of clusters in stabilizing the economy of small towns. *Regional economy: theory and practice*. 2012. N 6. P. 45-49.
11. Goncharenko V.E., Korobova V.F., Smirnova I.A. Statistical analysis of the resource potential of the regions of Russia. *Modern high-tech technologies. Regional application*. 2019. N 2 (58). P. 33-41.
12. Gonova O.V. Analytical practice of using a comprehensive assessment of the economic efficiency of small agribusiness enterprises. *Modern high-tech technologies. Regional application*. 2018. N 2(54). P. 25-30.
13. Ledyakina I.I., Elizarova A.A. Economic security of the region (on the example of the Ivanovo region). *Modern high-tech technologies. Regional application*. 2019. N 2 (58). P. 64-74.

Поступила в редакцию:14.09.2023  
 Принята к опубликованию:20.10.2023  
 Received 14.09.2023  
 Accepted 20.10.2023