

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Роль драйвера в продвижении территории

Новикова Ольга Константиновна

Студент

УрФУ им. первого президента России Б.Н. Ельцина, департамент маркетинговых коммуникаций и брендинга, Екатеринбург, Россия

E-mail: kinovikov@mail.ru

Одним из направлений в реализации развития территории, обеспечении ее конкурентоспособности является брендинг территории. Этот сложный многоступенчатый процесс основывается на поиске, а затем эффективном использовании драйвера. Глобализационные процессы с одной стороны способствуют размытию национальных границ, с другой усиливает границы городских агломераций. Устойчивое развитие города становится основной точкой роста национальной экономики, а сами города выходят в качестве игроков на глобальный рынок, начиная конкуренцию за человеческие и финансовые ресурсы со всеми другими городами мира. В связи с этим первостепенное значение приобретает стратегия позиционирования города, основанная на социокультурных, экономических и природных особенностях, которые формируют уникальное торговое предложение. Одной из важных технологий продвижения и развития территории является геобрендинг, данная технология основывается на поиске, а затем эффективном использовании драйвера. Следует отметить, что понятие «драйвер» прежде всего компьютерный термин. В целом драйвер – связующее звено между компьютером и внешним устройством. Применительно к продвижению территории понятие драйвер стало употребляться сравнительно недавно. Одним из первых отечественных авторов, который использовал слово драйвер для описания ключевого элемента продвижения территории, стала Т. Ю. Лебедева. Под драйвером Т. Ю. Лебедева понимает ключевой, основной ресурс (как материальный, так и нематериальный) в продвижении территории. Драйвер – это основа, ядро продвижения. Также она отмечает, что иногда при продвижении территории может быть несколько драйверов (так во Франции драйверами являются и архитектурные достопримечательности, и парфюмерия, и fashion-индустрия и др.). Но чаще используется один, потому что это позволяет наделить территорию какой-либо яркой отличительной характеристикой [1]. Может показаться, что понятие драйвер синонимично понятию идея. Но это не так. По мнению Ж.-П. Бодуана, в отличие от идеи (основной, главной мысли, определяющей содержание чего-либо) драйвер – это «конкретный» ресурс (например, полезные ископаемые, какой-либо товар, услуга, событие, промышленное предприятия; историческая, известная личность; и т.п.), обладающий наиболее ярко выраженными, полезными (с точки зрения продвижения территории) качествами, благодаря которым деятельность по продвижению территории оказывается наиболее продуктивной [2]. Таким образом, драйвер – ресурс, являющийся «катализатором» продвижения. Наличие драйвера позволяет наделить территорию яркими, отличительными характеристиками. Что особенно актуально при реализации геобрендинга. Изучив отечественный и зарубежный опыт использования драйверов в продвижении территории можно сделать вывод, что в качестве основы территориального маркетинга, брендинга может использоваться любой ресурс (экономический, промышленный, культурный; материальный и нематериальный). Успех использования драйвера зависит от

его “потенциала”, “соответствия” территории, а также от эффективного стратегического, тактического планирования и четкой реализации намеченной программы.

Литература

1. Лебедева Т. Ю. Паблик рилейшнз: системные модели, технологии / Т. Ю. Лебедева – М.: Изд-во МГУ, 2007. – 326 с.
2. Бодуан Ж.-П. Управление имиджем компании: паблик рилейшнз: предмет и мастерство / Жан-Пьер Бодуан. – Москва : Имидж-контакт : Инфра-М, 2001. – 382 с.

Слова благодарности

Хотелось бы выразить благодарность сотрудникам ФГБУ "РНЦ 'ВТО' им. акад. Г.А. Илизарова" Минздравсоцразвития России, которые оказались неравнодушными к затронутой в дипломной работе проблеме и высказали интерес к реализации предложенных мероприятий. Особо хотелось бы поблагодарить моего научного руководителя за помощь в написании работы, конструктивную критику и проявленное ко мне терпение.