

ГЕОБРЕНДИНГ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

В статье исследуется роль геобренда. Его доминирование в информационном пространстве обеспечит конкурентные преимущества территории в различных сферах. Благодаря применению смарт-технологий развивается конкурентоспособность городов, регионов и стран. Система «Умный город» используется как инструмент геобрендинга для повышения привлекательности страны.

Ключевые слова: геокультурный бренд, конкурентная идентичность, медиатизация, стимулирование инноваций, цифровые сервисы.

**G.M. Vasil'yeva, Novosibirsk State University
of Economics and Management**

GEOBRANDING IN THE INFORMATION SOCIETY

Abstract. The article examines the role of the geobrand. Its dominance in the information space will provide the competitive advantages of the territory in various areas. Thanks to the use of smart technologies, the competitiveness of cities, regions and countries is developing. The «Smart City» system is used as a geobranding tool to increase the attractiveness of the country.

Keywords. Geocultural brand, competitive identity, mediatization, innovation promotion, digital services.

В век информационных технологий геобренд позволяет привлечь внимание к интересам региона. Понятие «геобренд» включает в себя представления о территории, которые связаны с ее историей, культурой, географическими особенностями, а также с отдельными событиями, личностями, образом жизни [1]. Инструменты геобрендинга основываются на специфике территории, его целевой аудитории. Для эффективного результата необходимо осуществить анализ маркетинговой информации [2, р. 25]. Предполагаемый сценарий формирования геобренда может выглядеть следующим образом: разработка платформы геобрендинга, рекламные и медиа-коммуникации. Британский эксперт Ч. Лэндри ввел понятие «цикл городского творчества», который определяет наличие креативной среды и имеет несколько

стадий: создание новых проектов и их реализация, сетевое распространение и маркетинг; рабочие и презентационные площадки, выставки [3, с. 197].

Система «Умный город» («Smart city») позволяет обеспечить связь между администрацией и горожанами, улучшить уровень жизни населения. Впервые она стала использоваться в странах Европы, но быстро распространилась на остальные регионы мира. Концепция зародилась в начале 1990-х гг., когда возникла необходимость внедрять информационные технологии для благоприятного развития городов [4]. Начиная с 2018 г. создание «умных городов» становится все более актуальной темой. Необходимо подчеркнуть, что при этом затрагиваются все уровни инфраструктуры. Данная модель городов приобрела популярность за счет возможного освоения новых ресурсов, получения прибыли в сфере IT-технологий, привлечения инвестиций для управления хозяйственными отраслями. Предполагается, что благодаря «умной системе» и использованию технологий распознавания лиц значительно снизится уровень преступности. Например, ученые из Индии и Британии разработали алгоритм, который позволит распознать человека, изменившего свою внешность [5, р. 14].

По данным ООН, уровень урбанизации увеличится к 2030 г. и составит 60% [6]. Проекты «smartcity» развиваются за счет внедрения современных технологий, в том числе и в России. В зарубежной практике показательным примером является Сингапур и модернизация транспортной системы города, например, строительство смарт-парковок. Также успешным оказался опыт Барселоны. Здесь удалось решить экологические проблемы с помощью интеллектуальных систем переработки воды, электричества и мусора [7].

Города с небольшим населением также могут реализовать проекты «smartcity». Например, в Сантадере (Испания) насчитывается 172 тыс. жителей, но с 2011 г. администрацией были установлены специальные датчики, определяющие уровень загрязнения воздуха, интенсивность движения, заполнение мусорных контейнеров для оптимизации процесса сбора отходов, контролирующие транспортное движение и системы уличного освещения [5].

В России проект реализуется с 2019 г. в рамках национальной программы «Цифровая экономика». 37 российских городов-участников предоставили «дорожную карту» цифровизации. В рамках реализации программы «Цифровая экономика» к 2024 г. в 50 российских городах будут внедрены электронные государственные услуги, система цифровых сервисов [8]. Например, в Москве система ЕМИАС включает 660 медицинских госучреждений для упрощенной записи, разработано приложение «Активный гражданин» для коммуникации между жителями и властями. Многие проекты связаны с дорожным движением.

Более 70 частных и государственных компаний подписали Меморандум о создании национальной платформы «Автодата», позволяющей организовать базу данных по грузовым перевозкам и запустить такие сервисы как «Умная дорожная сеть», «Умная автомобильная магистраль», «Умное страхование» и сервис страховой телематики.

Основными проблемами создания «умного города» являются высокие затраты на современное оборудование. В 2020 г. совместное исследование провели Центр мировой конкурентоспособности IMD и Сингапурский университет технологии и дизайна. Лидерами были названы Сингапур, Осло, Цюрих, Женева, Копенгаген, Окельд, Тайбэй, Хельсинки, Бильбао и Дюссельдорф. Москва не вошла в десятку из-за низких показателей по доступному жилью, транспорту, прозрачности финансовых операций [9].

Рассматривая российские «умные города», следует упомянуть о рейтинге, представленном Минстроем. Самыми крупными (население от 1 млн. человек) являются Москва (81,19 баллов), Казань (52,58), Санкт-Петербург (50,37), Нижний Новгород (46,50), Уфа (42,05), Пермь (39,77), Ростов-на-Дону (36,09), Новосибирск (33,311) [10]. В Новосибирске была осуществлена оцифровка инфраструктуры города, внедряются «умные» остановки, создан портал «Мой Новосибирск». В 2019 г. запущен проект «Академгородок 2.0». Показателем развития Академгородка станет строительство научно-технологических центров международного уровня, которые обеспечат конкурентоспособность города к 2024 году.

Проблема воплощения концепции «умного города» в России заключается в том, что практически весь рынок представлен столицей. Это затрудняет применение идей. По данным рейтинга «CNews Analytics», распределение федерального бюджета на внедрение смарт-технологий в первую очередь приходится на Москву, Санкт-Петербург и Московскую область. Пермский край занимает четвертое место, но размер бюджета в 20 раз меньше, чем в Москве [11, с. 81]. Более того, региональные муниципалитеты избегают внедрения инноваций, которые не гарантируют результат. Частных инвесторов привлекают направления, имеющие коммерческий эффект, а программа «Умный город» включает в основном социальные проекты. Поэтому значительную роль играют технопарки, экспоцентры, инновационные кластеры, которые могут представить цифровые проекты и заинтересовать инвесторов малого и среднего бизнеса.

Таким образом, интеграция современных технологий позволяет улучшить качество жизни в городах, повысить их конкурентоспособность, используя геобренд. Благодаря усовершенствованию обслуживающих систем, коммуникации с властями, улучшается социальный климат города,

привлекаются новые инвестиции. Более того, за счет смарт-технологий снизится расход энергии, будет развиваться переработка ресурсов, сократится уровень загруженности транспорта. Смарт-технологии позволят городу оптимизировать процессы для комфортного проживания людей. Однако цифровизация является долговременным и дорогостоящим процессом. Для успешного развития концепции «умный город» в России следует перераспределить федеральное финансирование на реализацию региональных программ.

Список литературы:

1. Anholt S. Places: Identity, Image and Reputation. New York: Palgrave Macmillan, 2009. 177 p.
2. Dinnie K. City Branding: Theory and Cases. New York: Palgrave Macmillan, 2011. 256 p.
3. Лэндри Ч. Креативный город / пер. с англ. В.В. Гнедовского, М.А. Хрустальной. М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2011. 399 с.
4. Holt D.B. How Brands Become Icons. Boston: Harvard Business School Publishing, 2004. 288 p.
5. Eremia M., Toma L., Sandulea M. The Smart City Concept in the 21-st Century // Procedia Engineering. 2017. Vol. 181. P.12-19.
6. Народнонаселение [Электронный документ]. – URL: <https://www.un.org/ru/sections/issues-depth/population/index.html> (дата обращения: 22.03.2021).
7. Moilanen T., Rainisto S. How to Brand Nations, Cities and Destinations: A Planning Book for Place Branding. London: Palgrave Macmillan, 2009. 230 p.
8. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» [Электронный документ]. – URL: <http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB79I5v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf> (дата обращения: 22.03.2021).
9. Lenta.ru. [Электронный документ]. – URL: <https://m.lenta.ru/news/2020/01/10/goroda/amp/> (дата обращения: 22.03.2021).
10. Tadviser. [Электронный документ]. – URL: http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Рейтинг_умных_городов_в_России (дата обращения: 22.03.2021).
11. Веселова А.О., Хацкелевич А.Н., Ежова Л.С. Перспективы создания «умных городов» в России: систематизация проблем и направлений их решения // Вестник ПГНИУ. 2018. Т.13. №1. С. 75-89.