

РАЗВИТИЕ БРЕНДА ГОРОДА НОВОРОССИЙСКА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Хвостов Александр Сергеевич

студент, Российский Университет Дружбы Народов им. Патриса Лумумбы, РФ, г. Москва

Аннотация. Территориальный бренд — это бренд страны, региона или другой ограниченной территории, который является ключевым продвигающим фактором, опирающимся на культурные, социальные, политические, экономические ресурсы рассматриваемого объекта.

В настоящее время имидж и репутация территории (страны, региона, населенного пункта) являются важными составляющими экономики, значимость которых особенно возрастает в условиях финансового кризиса.

Брендинг города или определенной территории – это процесс создания привлекательного образа территории в сознании людей. Прежде всего брендинг территории играет большую роль в привлечении инвестиций, расширении рынков сбыта продукции региональных производителей, привлечении новых трудовых ресурсов, а также развитию туризма.

Ключевые слова: брендинг, брендинг города, Новороссийск.

На текущий момент времени Новороссийск отличается своей туристической привлекательностью в летний сезон среди многих городов Краснодарского края, в первую очередь тем, что стоимость аренды жилья ниже, чем в городах-курортах. При этом Новороссийск так же имеет выход к морю и большое количество общественных пляжей, несколько интересных туристических мест, таких как Абрау-Дюрсо, большое количество мемориалов и памятников. По этой причине из года в год Новороссийск посещают более миллиона человек со всей страны – по данным за 2022 год Новороссийск посетили 1,336 миллиона человек.

Прежде всего Новороссийск – это город-порт, который является самым крупным по товарообороту в России: в 2021 году по данным АМТП (Ассоциации морских торговых портов) в Новороссийске было обработано 142,78 млн. тонн грузов, что составило 17% совокупного грузооборота морских портов России. Работа в порту и в море привлекает многих молодых людей со всего юга России, которые едут получать высшее морское образование в Новороссийске, позже становясь высококлассными специалистами своего дела.

Немаловажной частью являются и новороссийские винодельни, такие как Мысхако и Абрау-Дюрсо, известные не только по всей стране, но и зарубежом. Вина, производимые на данных винодельнях, всегда можно увидеть на полках любых магазинов в любой точке страны. В городе организуются экскурсии на эти винодельни, где посетители могут познакомиться с их историей, процессом изготовления и хранения вин, что пользуется большим спросом среди туристов, особенно в летний период.

В последнее время город стал сильно разрастаться: с каждым годом сдаются новые многоэтажные дома, формирующие целые новые районы жилой застройки, которые не пустуют, что говорит о растущем населении города. Население города оценивается по-

разному, так, например, по данным ФСГС в Новороссийске на 2023 год проживает 343242 человека, в то время как мэр города еще в 2021 году заявил, что население города перешагнуло черту в 500 тыс. чел.

С другой стороны, город не отличается своей привлекательностью в плане бизнеса. Все возможные рынки насыщены, ритейлеры (например, Магнит и Пятерочка) открываются друг напротив друга, мест под аренду новых помещений, несмотря на застройку, остается очень мало, что также связано с более низкими ценами, чем в городах-курортах по Краснодарскому краю.

Имеются в городе и проблемы с водоснабжением. Начиная с 2013 года, вода в дома поступает по определенному графику утром и вечером, что создает большие проблемы как для туристических сфер города, так и для самих жителей. Данную проблему довольно просто решить: следует пойти по примеру Гибралтара и установить опреснители морской воды за пределами судоходной зоны.

На дальнейшее развитие бренда города может оказать существенное влияние дальнейшее развитие спортивной индустрии. Так, например, большую роль играет местный футбольный клуб «Черноморец», ведущий свою историю с начала 20 века, успевшего побывать в Российской Премьер Лиге, приняв на своем стадионе несколько именитых европейских и отечественных клубов. На данный момент клуб выступает в Первой лиге и получил большую узнаваемость по всей России всего за несколько месяцев.

Дальнейшее развитие узнаваемости клуба, а также строительство нового футбольного стадиона привлекут к посещению города большее число туристов не только в летний период, что положительно скажется на формировании бюджета города.

Помимо развития футбольного клуба стоит развивать и культуру спорта среди молодежи, для чего необходимо закончить строительство дворца спорта, строительство которого началось около 15-20 лет назад. Также необходимо отреставрировать многие спортивные площадки во дворах жилых районов, сделать их более современными, и проводить на их территориях любительские чемпионаты по различным видам спорта.

Далее предлагается улучшение дорожной сети города, так как на данный момент дороги не справляются с автомобильным трафиком в городе. На сколько известно автору, уже существует несколько проектов по улучшению дорожной сети, которые должны существенно снизить нагрузку трафика на центральных улицах. Такое улучшение не только привлечет новых туристов, но и положительно скажется на развитие предпринимательской сферы, так как откроет возможности к построению новых торгово-развлекательных центров в отдаленных от центра города местах.

Одним из способов продвижения бренда города можно назвать кинематограф. Съемка фильмов или сериалов на территории какого-либо города может создать приятное впечатление у зрителей, что в будущем может сказать на туристическом потоке. Кроме того, фильмы создают положительный образ у жителей города, снижая желание переезда в другой город, а также приносит выручку в бюджет города от аренды некоторых площадей.

В настоящее время в Новороссийске снимают некоторые историко-патриотические фильмы, фильмы о Великой Отечественной войне и комедии. Ранее город так же засветился в некоторых небезызвестных фильмах, таких как «Тренер», «СуперБобровы», «Бриллиантовая рука», «Два холма» и некоторые другие.

Труднее привлечь в город новые инвестиции и спровоцировать открытие новых ветвей бизнеса. Наладить производство в городе или недалеко от него довольно тяжело, так как местность, в основном, гористая, а пологие участки заняты полями, преимущественно, с виноградом.

По мнению автора, хорошим решением будет продажа некоторых полей, находящихся за пределами города и не относящимся к винзаводам в пользу построения производственных зданий. Преимуществами такого решения можно выделить приток денежных средств в

бюджет города, как от продажи земельных участков, так и в будущем от получения налогов, создание новых рабочих мест, а также отсутствие необходимости прокладывания новых дорожных маршрутов, так как такие земельные участки находятся вдоль федеральной дороги. В самом же городе есть пустующие земельные участки, которые можно превратить в парковые зоны.

В заключении, стоит сказать, что развитие территориального бренда города Новороссийска трудоемкий процесс, так как сам город известен на территории Российской Федерации, часто посещается большим количеством человек на протяжении всего года и получает хорошие отзывы от туристов.

Гораздо сложнее обстоят дела с оттоком молодого перспективного населения, в следствии отсутствия должного образования на территории города – большинство предпочитает переезжать в другие крупные города для получения образования, оставаясь затем в них. Для предотвращения следует развивать сферу образования, а именно развивать университеты, причем следует построить новые с различными направлениями, где, по мнению автора, приоритет следует отдать таким сферам как медицина, бизнес, экономика и строительство, так же привлечь профессоров из других крупных университетов, но для начала следует повысить общее качество жизни города, чему будут способствовать предложенные в статье способы.

Список литературы:

1. Генеральный план г. Новороссийск [Электронный ресурс], URL: <https://www.генплан-новороссийск.пф/about/>
2. «Новороссийск – город, привлекательный для жизни, отдыха и ведения бизнеса», Коммерсант [Электронный ресурс], URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6028274>
3. «Особенности формирования имиджа территории (на примере г. Новороссийска)» Молодой ученый, 2016. № 8 (112), с. 686-689. [Электронный ресурс], URL: <https://moluch.ru/archive/112/28418/>