

## **Механизмы самопрезентации Москвы как центра деловой активности и бизнес-гостеприимства**

*Золотухина Дарья Александровна*

*студентка*

*Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия*

*E-mail: [dzolotukhina@gmail.com](mailto:dzolotukhina@gmail.com)*

В современных условиях глобализации и роста экономических возможностей формирование положительного имиджа и совершенствование механизмов самопрезентации региона являются ключевыми факторами его дальнейшего развития и повышения его международного авторитета. Имиджевое позиционирование Москвы как центра привлечения и удержания бизнеса оказывает существенное влияние на международную практику страны в целом. Повышение конкурентоспособности и интеграция делового авторитета города в сознание мирового бизнес-сообщества требуют от городских органов управления активных действий по развитию и поддержанию определенного ряда механизмов городского маркетинга.

О степени остроты проблемы повышения делового авторитета Москвы можно, в частности, судить по последнему имиджевому рейтингу городов Анхольта, в котором Москва по привлекательности ведения бизнеса оказалась в конце списка. Несостоявшаяся реализация крупнейшего имиджевого проекта продвижения кандидатуры Москвы в качестве места проведения всемирной универсальной выставки еще более обостряет проблему повышения международного престижа города и указывает на необходимость совершенствования и формирования новых механизмов самопрезентации.

Однако, в отличие от зарубежного опыта ведущих городов мира, где повышение международного авторитета на протяжении десятилетий является самостоятельным и приоритетным направлением, в России активная деятельность в этом направлении в рамках скоординированной политики, базирующейся на планах и программах Правительства Москвы, начала осуществляться только в 2005 году. Отсутствие конкретных программ, предполагающих реализацию проектов по продвижению делового авторитета Москвы, на наш взгляд, обуславливает необходимость формирования системного подхода к использованию ресурсов и возможностей не только государственных структур, но и коммерческих организаций, являющихся основным потребителем бизнес-услуг. В свою очередь, для разработки эффективных механизмов самопрезентации города как центра деловой активности и бизнес-гостеприимства необходимо обладать информацией о действующих механизмах, их эффективности и тенденциях развития. Имеющиеся до настоящего момента работы в этой области являлись фрагментарными и не анализировали аспект делового авторитета столицы. Все вышеперечисленное обуславливает актуальность и практическую значимость исследования.

Основываясь на планах и программах Правительства Москвы как первостепенных источниках, нами были проведены анализ и классификация механизмов самопрезентации Москвы как центра деловой активности и бизнес-гостеприимства. Для формирования объективного представления об эффективности механизмов и тенденциях их развития мы использовали метод сопоставительного анализа российских имиджевых проектов с зарубежным опытом. С помощью мониторинга российских и зарубежных СМИ нам удалось отследить и проанализировать реакцию на деятельность Правительства Москвы, публикуемому в России и за ее пределами.

Проведенный анализ показал, что основополагающими факторами для формирования механизмов повышения делового авторитета являются благоприятная городская политика, развитые коммуникации и информатизация общества, эффективная инфраструктура и

качество бизнес-услуг, а также инновационная деятельность в бизнес-сфере. Механизмы самопрезентации Москвы в рамках деятельности исполнительных органов власти можно классифицировать на имиджевые проекты международного значения; информационно-пропагандистскую работу с зарубежной и российской аудиторией, направленную на перелом негативных представлений о Москве за рубежом; организация рекламных и PR-кампаний Москвы как объекта бизнес-туризма; работа на международных выставках и ярмарках, сопровождаемая рекламными и промоушн-кампаниями. Однако в программах и планах Правительства Москвы отсутствует целенаправленный системный подход к внедрению и поддержке инструментов по продвижению делового авторитета Москвы; основной целевой аудиторией концепции по повышению международного авторитета города являются туристы.

Анализ эффективности механизмов показал, что в сравнении с зарубежным опытом Москва проигрывает ведущим городам мира в инновационной составляющей, в отсутствии свежих идей и творческого подхода к реализации крупнейших имиджевых проектов. Результаты исследования показали, что значимое влияние на несостоявшийся проект проведения в Москве всемирной универсальной выставки оказало отсутствие развернутой рекламно-информационной кампании и преобладание негативного восприятия Москвы за рубежом, в частности, относительно вопроса безопасности. В результате мониторинга российских и зарубежных СМИ была подтверждена гипотеза о существующем дефиците достоверной информации о российской столице, ограничивающей потенциал деловой активности.

В результате анализа механизмов самопрезентации города нами были сформулированы основные упущения правительственных программ, которые, исходя из зарубежного опыта, следует считать приоритетными составляющими. Активное привлечение бизнес-сообщества, деловая этика и культура как аргумент конкурентоспособности, а также эффективный интернет-маркетинг, на наш взгляд, должны являться ключевыми тенденциями развития имиджевых механизмов по повышению делового авторитета Москвы.

#### **Литература:**

1. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д.. Маркетинг мест. Стокгольмская школа экономики, 2005.
2. Николаева Н.А. Конкурентоспособность города: взгляд зарубежных ученых // Маркетинг в России и за рубежом. №6. 2001.
3. Begg I. Cities and competitiveness // Urban Studies. – 1999. – Vol. 36. – pp. 795-809.
4. Borg J., van der and Bramezza I. The competitiveness of the European metropolitan area in the European metropolitan system of tomorrow. – Rotterdam: EURICUR, 1992.
4. [www.expo2010china.com](http://www.expo2010china.com) (Официальный сервер Экспо-2010).
5. [www.mos.ru](http://www.mos.ru) (Официальный сервер правительства Москвы).
6. [www.tpprf.ru](http://www.tpprf.ru) (Официальный сервер Торгово-промышленной палаты РФ).