

**Л. Двойнина, Е. Картель**

Научный руководитель Т.А. Бондарская, д.э.н., профессор  
(Россия, г. Тамбов)

Тамбовский государственный технический университет

## **МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В ЭКОНОМИКУ РЕГИОНА**

Международный маркетинг – это комплексная деятельность, направленная на продвижение товаров, услуг и идей на международных рынках. Он предполагает адаптацию маркетинговых стратегий к особенностям каждого конкретного рынка, учитывая культурные, экономические и политические различия. Эффективное использование инструментов международного маркетинга является ключом к успешному выходу на новые рынки и достижению устойчивого роста.

Прямые иностранные инвестиции (ПИИ) представляют собой долгосрочные инвестиции, осуществляемые резидентами одного государства в предприятия, расположенные в других государствах. ПИИ играют важную роль в экономическом развитии регионов, способствуя созданию новых рабочих мест, росту производства и экспорта, передаче технологий и знаний, увеличению налоговых поступлений.

Привлечение ПИИ является приоритетным направлением для многих развивающихся стран, так как оно позволяет ускорить экономический рост и повысить уровень жизни. Успешное привлечение ПИИ зависит от ряда факторов, которые можно сгруппировать в три категории:

— экономические факторы: уровень ВВП, инфляция, процентные ставки, стабильность валютного курса, инвестиционный климат, наличие квалифицированной рабочей силы, развитая инфраструктура;

— политические факторы: политическая стабильность, прозрачность и эффективность государственного управления, законодательная база, защищенность прав собственности, уровень коррупции;

— социальные факторы: уровень образования и квалификации населения, качество жизни, уровень преступности, доступность здравоохранения и образования.

В дополнение к этим факторам, важную роль играет также маркетинговая стратегия, направленная на продвижение инвестиционных возможностей региона.

Международный маркетинг является ключевым инструментом для привлечения ПИИ в экономику региона. Он позволяет:

- создать позитивный имидж региона: продвигать привлекательные инвестиционные возможности, подчеркивая конкурентные преимущества;

- увеличить узнаваемость региона: привлечь внимание потенциальных инвесторов к инвестиционным возможностям;

- установить контакт с инвесторами: выстраивать долгосрочные отношения с потенциальными инвесторами;

- сформировать привлекательную инвестиционную среду: обеспечить доступность информации, прозрачность законодательства и процедур.

Эффективная маркетинговая стратегия может способствовать повышению доверия к региону и привлечению инвестиций. Маркетинговая стратегия для привлечения ПИИ должна включать следующие элементы:

- анализ целевой аудитории: определение профиля потенциальных инвесторов и их интересов;

- позиционирование региона: разработка уникального предложения, которое выделяет регион на фоне конкурентов;

- маркетинговые коммуникации: использование различных каналов коммуникации для распространения информации об инвестиционных возможностях;

- продвижение инвестиционных проектов: презентация проектов с четкой бизнес-моделью и показателями;

- создание инвестиционного портала: предоставление удобного онлайн-ресурса с информацией о регионе, законодательстве, инвестиционных проектах и контактными данными.

Для привлечения инвестиций в развитие туризма в регион была разработана комплексная стратегия международного маркетинга, включающая:

- создание официального веб-сайта с подробной информацией о регионе и туризме;

- разработка мультимедийного презентационного ролика, демонстрирующего красоту и уникальность региона;

- участие в международных туристических выставках и форумах;
- публикация статей о туризме в регионе в международных изданиях;
- организация пресс-туров для журналистов и блогеров;
- развитие партнерских отношений с международными туристическими компаниями.

В результате реализации данной стратегии регион получил значительный рост туристического потока из зарубежных стран, что способствовало экономическому развитию региона.

Для повышения эффективности международного маркетинга для привлечения ПИИ рекомендуется:

- усилить работу по формированию положительного инвестиционного климата в регионе;
- развивать партнерские отношения с международными инвестиционными компаниями и фондами;
- совершенствовать маркетинговые материалы и мероприятия, делая их более привлекательными и информативными для потенциальных инвесторов;
- использовать современные технологии и инструменты маркетинга, такие как интернет-маркетинг, социальные медиа и мобильные приложения;
- регулярно проводить анализ эффективности международного маркетинга и вносить соответствующие коррективы в стратегию.

Международный маркетинг является мощным инструментом для привлечения прямых иностранных инвестиций в экономику региона. Эффективная маркетинговая стратегия, основанная на глубоком анализе целевой аудитории, позиционировании региона и использовании различных каналов коммуникации, может способствовать созданию благоприятного инвестиционного климата и привлечению значительных инвестиций.

Важно помнить, что успех в привлечении ПИИ зависит от комплексного подхода, который включает в себя не только маркетинговые мероприятия, но и создание благоприятной экономической, политической и социальной среды в регионе. Результаты маркетинговых усилий должны регулярно оцениваться и анализироваться для оптимизации стратегии и повышения ее эффективности.