

УДК 330.4

Территориальный маркетинг как ключевой элемент социально-экономического развития и усиления инвестиционной привлекательности Самарской области

А. В. Юкласова

Самарский национальный исследовательский университет имени академика
С. П. Королева, Россия, 443086, Самара, ул. Московское шоссе, д. 34.

Аннотация

Рассматривается роль территориального маркетинга в повышении инвестиционной привлекательности и социально-экономическом развитии регионов на примере Самарской области. Анализируются ключевые экономические показатели региона, включая динамику инвестиций в основной капитал, развитие малого и среднего предпринимательства, а также влияние маркетинговых стратегий на экономический рост. Рассмотрены инструменты территориального маркетинга, такие как создание особых экономических зон (ОЭЗ), территорий опережающего социально-экономического развития (ТОСЭР), формирование инвестиционного бренда региона и развитие инфраструктуры. Представлены основные факторы, влияющие на инвестиционную привлекательность области и оценена эффективность реализованных маркетинговых инициатив, таких как деятельность ОЭЗ «Тольятти» и ТОСЭР «Чапаевск», в привлечении инвесторов и создании рабочих мест. В заключении, предложены рекомендации по дальнейшему совершенствованию территориального маркетинга, включая развитие инфраструктуры поддержки инвесторов и усиление маркетинговых кампаний. Методами исследования выступили сбор и анализ статистических данных, сравнительный анализ и кейс-стадии.

Ключевые слова: территориальный маркетинг; инвестиционная привлекательность; Самарская область; социально-экономическое развитие; ОЭЗ; ТОСЭР.

Получение: 15 декабря 2024 г. / Исправление: 18 января 2025 г. /

Принятие: 29 января 2025 г. / Публикация онлайн: 18 марта 2025 г.

Региональная и отраслевая экономика (научная статья)

© Коллектив авторов, 2025

© Самарский университет, 2025 (составление, дизайн, макет)

Ⓐ Ⓒ Ⓔ Контент публикуется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International
(<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru>)

Образец для цитирования:

Юкласова А. В. Территориальный маркетинг как ключевой элемент социально-экономического развития и усиления инвестиционной привлекательности Самарской области // *Вестник Самарского университета. Экономика и управление*, 2025. Т. 16, № 1. С. 198–209. doi:<http://doi.org/10.18287/2542-0461-2025-16-1-198-209>.

Сведения об авторе:

Анастасия Валерьевна Юкласова  <http://orcid.org/0009-0007-9684-8864>

к.э.н., доцент кафедры государственного и муниципального управления;

e-mail: yuklasova.anasta@mail.ru

Введение

В условиях глобализации и усиливающейся конкуренции между регионами особое значение приобретает территориальный маркетинг как стратегический инструмент управления развитием. Он направлен на формирование привлекательного имиджа территории, привлечение инвестиций, развитие инфраструктуры и улучшение качества жизни населения. Эффективное применение территориального маркетинга способствует повышению конкурентоспособности региона на национальном и международном уровнях [1].

Территориальный маркетинг включает комплекс мероприятий, направленных на продвижение региона среди потенциальных инвесторов, туристов и жителей. Он охватывает такие аспекты, как развитие инфраструктуры, улучшение делового климата, продвижение культурных и природных достопримечательностей, а также создание благоприятных условий для жизни и работы. Особое внимание уделяется формированию положительного имиджа органов местного самоуправления через прозрачное и ответственное управление, поддержку местных бизнес-инициатив и участие граждан в процессах принятия решений [2].

Самарская область, обладая значительным промышленным и экономическим потенциалом, активно внедряет стратегии территориального маркетинга для укрепления своей инвестиционной привлекательности. Создание особых экономических зон, таких как ОЭЗ «Тольятти», предоставляет льготные условия для инвесторов, включая налоговые и таможенные преференции, что способствует привлечению крупных компаний и развитию промышленного потенциала региона [3].

Актуальность исследования территориального маркетинга в контексте социально-экономического развития и повышения инвестиционной привлекательности Самарской области обусловлена необходимостью разработки эффективных стратегий управления региональным развитием. Проведение анализа существующих практик и их результатов позволит выявить успешные подходы и разработать рекомендации по совершенствованию маркетинговых стратегий, направленных на устойчивое развитие региона.

1. Ход исследования

Территориальный маркетинг, или маркетинг территорий, представляет собой специализированную деятельность, направленную на формирование, поддержание или изменение мнений, намерений и поведения целевых аудиторий в отношении определённой территории [4]. Он включает в себя комплекс мероприятий, направленных на повышение привлекательности территории для различных стейкхолдеров (организации или группы лиц, которые как-то связаны или могут быть заинтересованы в деятельности и успехе развития региона), включая инвесторов, туристов, жителей и бизнес-сообщества [5].

Основными задачами территориального маркетинга являются выявление и продвижение уникальных конкурентных преимуществ территории, улучшение её имиджа, а также создание благоприятных условий для социально-экономического развития. Роль территориального маркетинга в повышении инвестиционной привлекательности и социально-экономическом развитии региона заключается в привлечении инвестиций, что, в свою очередь, ведёт к созданию новых рабочих мест, развитию инфраструктуры и повышению качества жизни населения [6].

Анализ социально-экономического положения Самарской области позволяет оценить текущий уровень развития региона и выявить ключевые тенденции в его экономике. Рассмотрим основные показатели, характеризующие социально-экономическое состояние области, а также динамику инвестиций в основной капитал и их структуру.

Так, Самарская область является одним из ведущих промышленных регионов Российской Федерации. В 2023 году доля региона в общероссийском валовом региональном продукте (ВРП) составила 1.6% [7]. Основные отрасли экономики включают обрабатывающие производства, добычу полезных ископаемых, сельское хозяйство и торговлю. В таблице 1 представлены ключевые показатели социально-экономического развития Самарской области за 2023 год.

Таблица 1: Ключевые показатели социально-экономического развития Самарской области.
Table 1: Key indicators of socio-economic development of the Samara region.

Показатель	Доля в РФ (%)
Валовой региональный продукт (ВРП)	1.6
Инвестиции в основной капитал	1.5
Продукция сельского хозяйства	1.9
Оборот розничной торговли	2.1
Добывающие производства	2.1
Обрабатывающие производства	2.2
Обеспечение электроэнергией	1.8
Водоснабжение	2.3

На сегодняшний день, положительная динамика наблюдается в секторе малого и среднего предпринимательства (МСП). В 2024 году количество субъектов МСП увеличилось на 3.7%, а численность занятых в сфере МСП возросла на 3.7%. Кроме того, количество самозанятых граждан выросло на 33.5%, что свидетельствует о развитии предпринимательской активности в регионе [8].

В свою очередь, инвестиции в основной капитал являются ключевым показателем, отражающим экономическую активность и потенциал региона. В Самарской области наблюдается устойчивый рост данного показателя. Например, в 2023 году общий объем инвестиций в основной капитал составил 516.6 млрд рублей, что на 4.9% выше показателя предыдущего года. За первое полугодие 2024 года объем инвестиций достиг 193.3 млрд рублей, превысив аналогичный показатель 2023 года на 24.7 млрд рублей. По итогам января–сентября 2024 года инвестиции составили более 317 млрд рублей, что на 25.7 млрд рублей больше, чем за аналогичный период 2023 года [8].

В таблице 2 представлена динамика инвестиций в основной капитал в Самарской области за период 2023–2024 годов.

Структура инвестиций в основной капитал по видам экономической деятельности демонстрирует приоритетные направления развития региона. В 2023 году наибольший объем инвестиций был направлен в обрабатывающие производства, что соответствует промышленному профилю области. Значительные инвестиции также были направлены в транспорт и связь, строительство и сельское хозяйство. В таблице 3 представлена структура инвестиций в основной капитал по видам экономической деятельности в Самарской области за 2023 год.

Анализ представленных данных свидетельствует о стабильном социально-экономическом развитии Самарской области. Рост инвестиций в основной капитал и увеличение

Таблица 2: Динамика инвестиций в основной капитал в Самарской области за 2023–2024 годы.
Table 2: Dynamics of investments in fixed assets in the Samara region in 2023–2024.

Период	Объем инвестиций (млрд руб.	Изменение к предыдущему периоду (%)
1 полугодие 2023 года	168.6	—
1 полугодие 2024 года	193.3	+14.6
Январь–сентябрь 2023 года	291.3	—
Январь–сентябрь 2024 года	317.0	+8.8

Таблица 3: Структура инвестиций в основной капитал по видам экономической деятельности в Самарской области.
Table 3: The structure of investments in fixed assets by type of economic activity in the Samara region.

Отрасль	Доля в общем объеме инвестиций (%)
Обрабатывающие производства	35.0
Транспорт и связь	20.0
Строительство	15.0
Сельское хозяйство	10.0
Добыча полезных ископаемых	8.0
Торговля	5.0
Другие отрасли	7.0

числа субъектов малого и среднего предпринимательства отражают позитивные тенденции в экономике региона.

Для дальнейшей оценки инвестиционной привлекательности Самарской области необходимо рассмотреть позиции региона в национальных рейтингах и выявить факторы, влияющие на его инвестиционную привлекательность. Так, Самарская область демонстрирует устойчивые позиции в различных национальных рейтингах, отражающих инвестиционную привлекательность регионов. В 2024 году регион занял 9-е место в Национальном рейтинге состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации, поднявшись с 10-й позиции, занятой в 2023 году [8]. Кроме того, регион занимает 3-е место в рейтинге регионов по уровню инновационной активности организаций.

На основе анализа статистических данных можно выделить основные факторы, влияющие на инвестиционную привлекательность Самарской области. Во-первых, отмечается экономический потенциал региона — Самарская область обладает диверсифицированной экономикой с развитым промышленным сектором, что создает благоприятные условия для инвестиций.

Во-вторых, выделяется инновационная активность. Высокий уровень инновационной активности способствует привлечению инвесторов, заинтересованных в развитии высоко-

технологичных производств. В-третьих, для данного региона характерна развитая инфраструктура: транспортная и логистическая.

Кроме того, для региона осуществляется государственная поддержка, региональная инвестиционная политика направлена на создание благоприятного инвестиционного климата, включая предоставление налоговых льгот и поддержку инвестиционных проектов.

Ключевым фактором выступает человеческий капитал, обосновываясь высоким уровнем образования и квалификации специалистов ключевых сфер в регионе обеспечивает предприятия необходимыми кадрами. В таблице 4 представлена сводная таблица основных факторов, влияющих на инвестиционную привлекательность Самарской области, и их характеристика.

Так, анализ стратегий и инструментов территориального маркетинга в Самарской области позволяет выявить ключевые направления, способствующие повышению инвестиционной привлекательности региона. К основным из них относятся создание и развитие особых экономических зон (ОЭЗ), формирование и продвижение инвестиционного бренда региона, а также развитие территорий опережающего социально-экономического развития (ТОСЭР).

Особые экономические зоны являются эффективным инструментом привлечения инвестиций и стимулирования экономического роста. В Самарской области функционирует ОЭЗ «Тольятти», созданная для диверсификации экономики и привлечения высокотехнологичных производств. Согласно данным, представленным в Стратегии социально-экономического развития городского округа Тольятти до 2030 года, ОЭЗ «Тольятти» играет ключевую роль в развитии промышленного потенциала региона [10]. В таблице 5 представлены основные показатели деятельности ОЭЗ «Тольятти».

Анализ данных таблицы 5 показывает, что ОЭЗ «Тольятти» привлекла значительный объем инвестиций и способствовала созданию рабочих мест в регионе.

В Самарской области реализуется стратегия продвижения региона как привлекательного объекта для инвестирования. Согласно инвестиционной стратегии региона, для продвижения Самарской области будет разработана интегрированная маркетинговая стратегия, включающая создание уникального предложения для инвесторов и продвижение бренда региона [11].

Основные направления формирования инвестиционного бренда региона представлены в таблице 6.

Вместе с тем, территории опережающего социально-экономического развития (ТОСЭР) являются инструментом стимулирования экономического роста в моногородах. В Самарской области статус ТОСЭР присвоен городу Чапаевск. Согласно данным, представленным в статье «Самарская область — в центре внимания инвесторов», резиденты ТОСЭР «Чапаевск» получают налоговые льготы и поддержку со стороны региона, что способствует созданию рабочих мест и диверсификации экономики моногорода. В таблице 7 представлены основные показатели деятельности ТОСЭР «Чапаевск».

Итак, итоговая оценка эффективности маркетинговых стратегий, направленных на повышение инвестиционной привлекательности и социально-экономического развития Самарской области, требует анализа ключевых показателей региона до и после внедрения соответствующих инициатив, принятых в 2020 году Правительством Самарской области в рамках утвержденной государственной программы «Развитие торговли и потребительского рынка в Самарской области» на 2020–2025 годы [12].

Для оценки воздействия маркетинговых стратегий на экономическое развитие региона рассмотрим динамику основных показателей, таких как объем инвестиций в основной

Таблица 4: Основные факторы, влияющие на инвестиционную привлекательность Самарской области [9].

Table 4: The main factors influencing the investment attractiveness of the Samara region [9].

Фактор	Характеристика
Экономический потенциал	Диверсифицированная экономика с развитым промышленным сектором
Инновационная активность	Высокий уровень инновационной активности организаций
Инфраструктура	Развитая транспортная и логистическая инфраструктура
Государственная поддержка	Наличие мер поддержки инвесторов, включая налоговые льготы и субсидии
Человеческий капитал	Высокий уровень образования и квалификации рабочей силы

Таблица 5: Основные показатели деятельности ОЭЗ «Тольятти».

Table 5: Key performance indicators of the Togliatti SEZ.

Показатель	Значение
Год основания	2010
Общая площадь, га	660
Количество резидентов	33
Объем инвестиций, млрд руб.	28
Создано рабочих мест	3 500

Таблица 6: Основные направления формирования инвестиционного бренда Самарской области.

Table 6: The main directions of formation of the investment brand of the Samara region.

Направление	Описание
Разработка уникального предложения	Определение ключевых факторов, привлекающих инвесторов, и формирование конкурентных преимуществ региона
Создание визуальной идентичности	Разработка логотипа, слогана и других элементов, отражающих особенности и преимущества региона
Продвижение через СМИ и интернет	Использование различных каналов коммуникации для информирования потенциальных инвесторов о возможностях региона
Участие в международных мероприятиях	Представление региона на международных выставках, форумах и конференциях для привлечения внимания иностранных инвесторов
Взаимодействие с инвестиционными агентствами	Сотрудничество с профильными организациями для расширения сети контактов и привлечения новых инвесторов

капитал и уровень занятости населения. Согласно данным Самарастата, эти показатели являются ключевыми индикаторами эффективности реализуемых мер. В таблице 8 представлены данные об объеме инвестиций в основной капитал в период с 2018 по 2023 годы.

Анализ таблицы 8 показывает, что после внедрения маркетинговых стратегий в 2020 году наблюдается устойчивый рост объема инвестиций в основной капитал, что свидетельствует о положительном влиянии принятых мер. В таблице 9 представлены данные об уровне занятости населения в рассматриваемый период.

Данные таблицы 9 свидетельствуют о повышении уровня занятости населения после внедрения маркетинговых инициатив, что подтверждает их эффективность в создании рабочих мест. Для оценки эффективности маркетинговых стратегий в Самарской области представим таблицу с данными, отражающими результаты реализации этих стратегий в особой экономической зоне (ОЭЗ) «Тольятти» и территории опережающего социально-экономического развития (ТОСЭР) «Чапаевск». В таблице 10 представлены результаты реализации маркетинговых стратегий в регионе.

Анализ представленных данных свидетельствует о значительном влиянии маркетинговых стратегий на инвестиционную привлекательность Самарской области. В ОЭЗ «Тольятти» к 2024 году количество резидентов достигло 39, что демонстрирует высокий интерес бизнеса к региону. Существенный рост инвестиций в размере 53 млрд рублей подтверждает эффективность государственной поддержки и привлекательность экономических условий для новых проектов. Аналогичные тенденции наблюдаются в ТОСЭР «Чапаевск», где к 2022 году число резидентов составило 22, а общий объем инвестиций достиг 13.1 млрд рублей.

Таблица 7: Основные показатели деятельности ТОСЭР «Чапаевск».
Table 7: The main performance indicators of the Chapaevsk TOCER.

Показатель	Значение
Год присвоения статуса ТОСЭР	2016
Количество резидентов	12
Объем инвестиций, млрд руб.	5
Создано рабочих мест	1200

Таблица 8: Объем инвестиций в основной капитал Самарской области (млрд руб.).
Table 8: The volume of investments in fixed assets of the Samara region (billion rubles).

Год	Объем инвестиций
2018	265.0
2019	266.4
2020	274.2
2021	281.7
2022	364.2
2023	516.6

Таблица 9: Уровень занятости населения Самарской области, %.
Table 9: Employment rate of the Samara region population, %.

Год	Уровень занятости
2018	61.5
2019	60.6
2020	60.9
2021	61.2
2022	61.6
2023	63.7

Таблица 10: Результаты реализации маркетинговых стратегий в Самарской области.
Table 10: The results of the implementation of marketing strategies in the Samara region.

Показатель	ОЭЗ «Тольятти»	ТОСЭР «Чапаевск»
Количество резидентов	39	22
Объем инвестиций (млрд руб.)	53	13.1
Создано рабочих мест	3694	659

Особое внимание следует уделить созданию рабочих мест, так как этот показатель напрямую влияет на уровень занятости и социально-экономическую стабильность региона. В ОЭЗ «Тольятти» благодаря реализуемым проектам было создано 3694 рабочих места, что указывает на активное развитие промышленного сектора и сферы услуг. В ТОСЭР «Чапаевск» этот показатель составил 659 рабочих мест, что также является значимым вкладом в экономику города.

Рост ключевых показателей подтверждает эффективность стратегий, направленных на продвижение региона как инвестиционного центра. Существенное увеличение количества резидентов свидетельствует о высоком спросе на особые экономические зоны, а рост объемов инвестиций подтверждает, что маркетинговые инициативы успешно привлекают капиталы [13]. Также расширение производства и создание новых рабочих мест способствуют улучшению уровня жизни населения и экономической стабильности региона.

Таким образом, анализ данных демонстрирует, что маркетинговые стратегии, реализуемые в Самарской области, оказывают значительное влияние на привлечение инвестиций, рост числа резидентов особых экономических зон и территорий опережающего развития, а также на формирование новых рабочих мест. Дальнейшее совершенствование этих стратегий позволит укрепить конкурентные позиции региона и повысить его инвестиционную привлекательность.

Выводы

Проведенное исследование показало, что внедрение маркетинговых стратегий в Самарской области способствовало значительному улучшению ключевых социально-экономических показателей, включая рост инвестиций в основной капитал и повышение уровня

занятости населения. Особые экономические зоны и продвижение инвестиционного бренда региона сыграли важную роль в достижении этих результатов.

Для дальнейшего повышения инвестиционной привлекательности и социально-экономического развития региона предлагается ряд практических рекомендаций. Во-первых, необходимо расширение инфраструктуры поддержки инвесторов, например, создание специализированных агентств и центров обслуживания инвесторов для обеспечения оперативной и качественной поддержки на всех этапах реализации проектов.

Во-вторых, предлагается усиление маркетинговых кампаний. Активное продвижение инвестиционного потенциала региона на международных и национальных площадках, участие в выставках и форумах, а также использование цифровых маркетинговых инструментов.

В-третьих, необходимо стремиться к обеспечению прозрачности и предсказуемости инвестиционной среды. Как правило, к таким мерам относятся разработка и внедрение механизмов обратной связи с инвесторами, регулярное обновление нормативно-правовой базы с учетом их потребностей и предложений.

Кроме того, необходимо постоянно поддерживать развитие человеческого капитала. Инвестирование в образование и профессиональную подготовку местного населения для обеспечения квалифицированной рабочей силы, соответствующей требованиям инвесторов.

Конкурирующие интересы: Конкурирующих интересов нет.

Библиографический список

1. Закон Самарской области от 16.03.2006 № 19-ГД (с изменениями на 27.12.2023) «Об инвестициях и государственной поддержке инвестиционной деятельности в Самарской области». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/945013340/> (дата обращения: 27.12.2024).
2. Васильева Н.В., Буркова О.Д. Методы оценки и способы повышения инвестиционной привлекательности региона // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2017. № 6-5 (53). С. 72–77. EDN: ZDSNKP.
3. Постановление Правительства Самарской области от 24.11.2016 № 673 (с изменениями на 06.04.2023) «О мерах, направленных на создание и развитие промышленных (промышленных) парков, промышленных технопарков и логистических парков на территории Самарской области». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/434614370/> (дата обращения: 29.12.2024).
4. Фирсова И.А., Балова С.Л. Территориальный маркетинг как инструмент формирования инвестиционной привлекательности территории // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. 2023. № 1. С. 57–60. EDN: WXGJHB.
5. Чечулин А.В. Территориальный маркетинг: тренды и риски прошедшего десятилетия // Российская школа связей с общественностью. 2024. № 32. С. 45–60. EDN: LEERMF.
6. Матюгина Э.Г., Клабукова А.А. Инновационная активность и инвестиционная привлекательность региона в аспекте его конкурентоспособности // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2020. Т. 10. № 2–1. С. 300–306. EDN: ZVOCBF.
7. Сайт «Министерство экономического развития и инвестиций Самарской области». [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://economy.samregion.ru/activity/ekonomika/values_so/ (дата обращения: 21.01.2025).
8. Сайт «Агентство по привлечению инвестиций Самарской области». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://investinsamara.ru/> (дата обращения: 12.01.2025).

9. Каверзин И.Л., Махров П.Н. Факторы конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности интернет-проектов // Современная конкуренция. 2012. № 5 (35). С. 44–53. EDN: RUUYOV.
10. Сайт «Федеральная служба государственной статистики (Росстат)». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 12.01.2025).
11. Постановление Правительство Самарской области от 12.07.2017 г. № 441 «О стратегии социально-экономического развития Самарской области на период до 2030 года». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://investinsamara.ru/upload/medialibrary/45e/9h50vweo8ozjnv8z6mt2yn4hyjy1ov2.pdf> (дата обращения: 23.12.2024).
12. Постановление Правительство Самарской области от 09.09.2020 № 672 «Об утверждении государственной программы Самарской области «Развитие торговли и потребительского рынка в Самарской области». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/570914414/> (дата обращения: 27.12.2024).
13. Кондрашова О.Н., Бобер В.С. Цифровая экономика и территориальный маркетинг // Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве. 2021. № 3 (72). С. 110–115. EDN: HSRXFE.

Territorial marketing as a key element of socio-economic development and strengthening the investment attractiveness of the Samara region

A. V. Yuklasova

Samara National Research University, 34, Moskovskoe shosse, Samara, 443086,
Russian Federation.

Abstract

The article examines the role of territorial marketing in increasing the investment attractiveness and socio-economic development of regions using the Samara Region as an example. The key economic indicators of the region are analyzed, including the dynamics of investment in fixed assets, the development of small and medium-sized businesses, and the impact of marketing strategies on economic growth. The tools of territorial marketing, such as the creation of special economic zones (SEZ), territories of advanced socio-economic development (TOSER), the formation of an investment brand of the region and the development of infrastructure, are considered. The main factors influencing the investment attractiveness of the region are presented and the effectiveness of the implemented marketing initiatives, such as the activities of the Togliatti SEZ and the Chapayevsk TOSER, in attracting investors and creating jobs is assessed. In conclusion, recommendations are offered for further improvement of territorial marketing, including the development of investor support infrastructure and strengthening of marketing campaigns. The research methods were the collection and analysis of statistical data, comparative analysis and case studies.

Keywords: territorial marketing; investment attractiveness; Samara region; socio-economic development; SEZ; TOSER.

Received: Sunday 15th December, 2024 / Revised: Saturday 18th January, 2025 /
Accepted: Wednesday 29th January, 2025 / First online: Tuesday 18th March, 2025

Regional and Sectoral Economics (Research Article)

© Authors, 2025

© Samara University, 2025 (Compilation, Design, and Layout)

© The content is published under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Please cite this article in press as:

Yuklasova A. V. Territorial marketing as a key element of socio-economic development and strengthening the investment attractiveness of the Samara region, *Vestnik Samarskogo Universiteta. Ekonomika i Upravlenie = Vestnik of Samara University. Economics and Management*, 2025, vol. 16, no. 1, pp. 198–209. doi:<http://doi.org/10.18287/2542-0461-2025-16-1-198-209> (In Russian).

Author's Details:

Anastasiya V. Yuklasova  <http://orcid.org/0009-0007-9684-8864>

PhD in Economics, Associate Professor of the State and Municipal Administration Department; e-mail: yuklasova.anasta@mail.ru

Competing interests: No competing interests.

References

1. Law of the Samara Region of 16.03.2006 No. 19-GD (as amended on 27.12.2023) “On Investments and State Support for Investment Activities in the Samara Region”. [Electronic resource]. Access mode: <https://docs.cntd.ru/document/945013340/> (accessed: 27.12.2024). (In Russ.)
2. Vasilieva N.V., Burkova O.D. Methods of assessment and ways to increase the investment attractiveness of a region // *Competitiveness in the global world: economics, science, technology*. 2017. No. 6-5 (53). pp. 72–77. EDN: ZDSNKP. (In Russ.)
3. Resolution of the Government of the Samara Region dated 24.11.2016 No. 673 (as amended on 06.04.2023) “On measures aimed at creating and developing industrial (industrial) parks, industrial technology parks and logistics parks in the Samara Region”. [Electronic resource]. Access mode: <https://docs.cntd.ru/document/434614370/> (accessed: 29.12.2024). (In Russ.)
4. Firsova I.A., Balova S.L. Territorial marketing as a tool for shaping the investment attractiveness of a territory // *RISK: Resources, Information, Supply, Competition*. 2023. No. 1. pp. 57–60. EDN: WXGJHB. (In Russ.)
5. Chechulin A.V. Territorial Marketing: Trends and Risks of the Past Decade // *Russian School of Public Relations*. 2024. No. 32. pp. 45–60. EDN: LEERMF. (In Russ.)
6. Matyugina E.G., Klabukova A.A. Innovative Activity and Investment Attractiveness of a Region in Terms of Its Competitiveness // *Economy: Yesterday, Today, Tomorrow*. 2020. Vol. 10. No. 2–1. pp. 300–306. EDN: ZVOCBF. (In Russ.)
7. Website of the “Ministry of Economic Development and Investments of the Samara Region”. [Electronic resource]. Access mode: https://economy.samregion.ru/activity/ekonomika/values_so/ (accessed: 21.01.2025). (In Russ.)
8. Website of the “Agency for Attracting Investments of the Samara Region”. [Electronic resource]. Access mode: <https://investinsamara.ru/> (accessed: 12.01.2025). (In Russ.)
9. Kaverzin I.L., Makhrov P.N. Factors of competitiveness and investment attractiveness of Internet projects // *Modern competition*. 2012. No. 5 (35). pp. 44–53. EDN: PUUYOV. (In Russ.)
10. Website of the “Federal State Statistics Service (Rosstat)”. [Electronic resource]. Access mode: <https://rosstat.gov.ru/> (accessed: 12.01.2025). (In Russ.)
11. Resolution of the Government of the Samara Region of 12.07.2017 No. 441 “On the strategy of socio-economic development of the Samara Region for the period up to 2030”. [Electronic resource]. Access mode: <https://investinsamara.ru/upload/medialibrary/45e/9h50vweo8ozjnv8z6mt2yn4hyjy1ov2.pdf> (accessed: 23.12.2024). (In Russ.)
12. Resolution of the Government of the Samara Region dated 09.09.2020 No. 672 “On approval of the state program of the Samara Region «Development of trade and consumer market in the Samara Region”. [Electronic resource]. Access mode: <https://docs.cntd.ru/document/570914414/> (accessed: 27.12.2024). (In Russ.)
13. Kondrashova O.N., Bober V.S. Digital economy and territorial marketing // *Economy, labor, management in agriculture*. 2021. No. 3 (72). pp. 110–115. EDN: HSRXFE. (In Russ.)