

УДК 528.42
ГРНТИ 06.81.55

Герасименко Ольга Александровна, кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга Белгородского государственного национального исследовательского университета

e-mail: gerasimenko@bsu.edu.ru

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ГИС-ТЕХНОЛОГИЙ В ГЕОМАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

Аннотация. В данной статье рассматривается понятие и содержательные особенности геомаркетинга. Автором проведен сравнительный обзор ГИС-технологий, выделены программные сервисы, используемые для решения геоинформационно-маркетинговых задач как результат геомаркетинговых исследований.

Ключевые слова: геоинформационные системы и технологии, геомаркетинговые исследования, местоположение, программный продукт, маркетинг.

Gerasimenko Olga Aleksandrovna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Management and Marketing, Belgorod State National Research University

e-mail: gerasimenko@bsu.edu.ru

USE OF DIGITAL GIS TECHNOLOGIES IN GEOMARKETING RESEARCHES

Annotation. In this article discusses the concept and meaningful features of geomarketing. The author conducted a comparative review of GIS technologies, highlighted the software services used to solve geographic information and marketing problems as a result of geomarketing research.

Keywords: geographic information systems and technologies, geomarketing research, location, software product, marketing.

Современные условия рационального конкурентного выбора местоположения предприятия оформились в России в методологических контурах - геомаркетинговых исследованиях. Это инструмент традиционного маркетинга, который активно применяется при открытии и дальнейшем управлении торговых объектов бизнеса. Содержательно геомаркетинг включает: маркетинговые исследования внешней среды, анализ геопространственных факторов и географических особенностей (транспортная доступность, проходимость пространства, автомобиле- и пассажиропотоки, зона доступности и прочее) [1, 2].

Геоинформационные системы и технологии (ГИС-технологии) являются инструментом проведения геомаркетинговых исследований. Так как именно

этот инструментальный аппарат содержит совокупность определенных процедур и методов, которые позволяют осуществлять сбор, обработку и анализ маркетингового и геомаркетингового материала. Это программно-аппаратный комплекс, который включает информационный контент, информационную базу, базы геоданных. Объектом внимания служат ГИС, охватывающие социально-экономические данные предприятий, а также анализ прилегающей территории [3, 4]. Функционал ГИС-технологии – непрерывный мониторинг геомаркетинговой архитектуры объекта и наглядная демонстрация информационного материала на географической карте. Сравнительный анализ инструментов ГИС-технологий представлен в таблице [5, 6].

Таблица – Сравнительные характеристики ГИС-технологий, используемых при проведении геомаркетинговых исследований

Наименование программного продукта	Функциональные особенности	Пример ГИС-технологии	Пользователи
Визуализация объектов электронных кар	<ul style="list-style-type: none"> • расположение торговых точек на карте; • анализ товаров торговых сетей; • мониторинг рекламы; • оптимизация транспортных маршрутов. 	MosMap Marker	Масштабные торговые сети, логистические компании, организации с большой сетью мелких филиалов
ГИС-технологии интегративного типа	<ul style="list-style-type: none"> • выстраивание оптимальных маршрутов с применением правил дорожного движения/оптимальные способы проезда с учетом заданных пунктов движения; • получение информации определения близкого местоположения объектов 	MosMap-Integrator	Крупные IT-компании
Создание и редактирование картографических данных – возможность наглядных слоев объектов	<ul style="list-style-type: none"> • просматривать картографические слои (границы кварталов, здания, мосты, станции метро, насаждения и водные объекты); • создавать картографические слои новые с собственными настройками параметров отображения; • измерять расстояния; • определять кратчайший маршрут с учетом правил дорожного движения и просматривать его в виде списка улиц. 	MosMap Edito	Банковская сфера (Сбарбанк), мебельная отрасль (Шатура), страховая отрасль (Ресо-Гарантия), торговля (Дикси, Nestle), косметическая отрасль (AVON), пищевая отрасль (Unilever)
Публикация карт, схем в сети	<ul style="list-style-type: none"> • просмотр электронных карт в различных масштабах; 	QGIS	Компании, размещающие на

Интернет, с использованием технологии Flash	<ul style="list-style-type: none"> • произвольное перемещение на карте; • наложение слоев; • поиски объектов; • задание стиля карты; • измерение расстояний по карте; • вывод динамической информации. 		собственных сайтах интерактивные flash-карты
---	--	--	--

Таким образом, анализ ГИС-технологий, используемых при проведении геомаркетинговых исследований позволил сделать следующие выводы:

- в первую очередь, функциональные особенности данных технологий направлены на решение задач, связанных с объемным представлением данных, которые были получены в результате маркетинговых исследований;

- в целях совершенствования необходимо использовать дополнительный арсенал программных продуктов, расширять функционал встройкой определенных и специализированных модулей.

Список литературы:

1. Кочетова Е.А., Мороз О.Н. Геомаркетинг как источник повышения прибыльности и конкурентоспособности // Интерэкспо ГЕО-Сибирь-2017. XIII Междунар. науч. конгр.: Магистерская научная сессия «Первые шаги в науке»: сб. материалов в 2 т. (Новосибирск, 17–21 апреля 2017 г.). – Новосибирск: СГУГиТ, 2017. Т. 2. – С. 9–12.

2. Андрианов В., Леонов А. Геомаркетинг: на стыке маркетинга и географии // Маркетинг. Менеджмент. – 2010. – № 7–8. – С. 21–36.

3. Терентьева Е.П., Тесля Н.Б. Виды программных инструментов для проведения геомаркетингового анализа // Интерэкспо-ГеоСибирь: Междунар. науч. конф. «Геопространство в социогуманитарном дискурсе». – Новосибирск: СГУГиТ, 2018. – С.182–186.

4. Тхориков Б.А., Спичак И.В. Разработка технологии управления имиджем медицинского учреждения // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия, Социология, Право. – 2008. – № 8. – С. 216–220.

5. MOSMAP. ГИС-программы для создания карт [Электронный ресурс]. – URL: http://www.mosmap.ru/software/sozдание_gis_karty/ (дата обращения: 04.03.2020)

6. Новая лаборатория автоматизации [Электронный ресурс]. – URL: <http://automationlab.ru/index.php/ny> (дата обращения: 04.03.2020)