

УДК 332.1

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНА НА ОСНОВЕ ФОРМИРОВАНИЯ БЛАГОПРИЯТНОГО ИМИДЖА

Кутаева Р.А.

ГАОУ ВПО «Дагестанский государственный институт народного хозяйства»,
Махачкала, e-mail: r.kutaeva@mail.ru

В условиях возрастания конкурентных отношений между субъектами Российской Федерации за рыночные позиции, инвестиции, ресурсы, туристов, работников основным направлением является благоприятный имидж территориального образования, отражающий целостное представление о регионе, сложившееся в сознании населения и общества на основе личного опыта либо в результате информационного воздействия. Представленный материал освещает некоторые вопросы формирования и развития позитивного восприятия регионов Юга России, а также инструментарий, внедрение и реализация которого позволят создать реальные предпосылки формирования благоприятного имиджа регионов, привлечения инвестиций, наращивание производственной базы, улучшение ситуации на рынке труда и в социально-трудовых отношениях. Представлены основные субъекты имиджмейкинга региона, предложено создание структуры, деятельность которой должна быть направлена на формирование положительного имиджа территории и ее популяризацию, прежде всего в информационном поле.

Ключевые слова: развитие, конкуренция, информация, СКФО, регион, имидж региона

THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REGION THROUGH THE ESTABLISHMENT OF A FAVORABLE IMAGE

Kutaeva R.A.

Dagestan state institute of national economy, Makhachkala, e-mail: r.kutaeva@mail.ru

In the context of increasing competitive relations between the subjects of the Russian Federation for the market position, investments, resources, tourists, workers basic directions appears favorable image of territorial, reflecting a holistic view of the region, has developed in the minds of the population and society on the basis of personal experience, either as a result of information influence. The material highlights some of the issues of formation and development of a positive perception of the South Russian regions, as well as the introduction and implementation tools which will create real prerequisites for the formation of a favorable image of the region, attracting investment, building a production base, improvements in the labor market and social and labor relations. The main subjects of the image-making of the region, proposed the creation of structures whose activities should be aimed at creating a positive image of the territory and its promotion, especially in the information field.

Keywords: development, competition, information North Caucasus Federal District, the region's, image in the region

Целью настоящего исследования является рассмотрение вопросов позиционирования и продвижения самих себя субъектами РФ и предложение инструмента по формированию благоприятного имиджа регионов СКФО.

Материалы и методы исследования

Использованы актуальные материалы относительно направления исследования. В процессе исследования использовались методы: анализа и сопоставления, графический, научной абстракции.

В условиях интеграции страны в мировое хозяйство территориальным образованиям необходимо самостоятельно определить свои ниши на «пространственном рынке регионов», т.е. научиться себя эффективно «продвигать». В связи с этим особое внимание следует уделять такому аспекту, как региональный маркетинг, обеспечивающему, как сбор информации о потребностях рынка региона, так и о конъюнктуре рынков регионов-конкурентов.

Результаты исследования и их обсуждение

В имиджевой политике территориального образования одним из направлений

в формировании уникального яркого позитивного образа территории является, широко известный общественности, обусловленный оригинальными социо-этнокультурными особенностями территории узнаваемый региональный бренд, основой которого могут быть исторические, природно-климатические или культурно-этнические особенности территории.

Проблемам развития экономики и социальной сферы, а также вопросам по формированию инвестиционной привлекательности и модернизации хозяйственного комплекса регионов СКФО посвящены многие публикации и исследования, в которых освещаются проблемы и направления регионального развития [1–8; 10].

Регионы СКФО относятся к числу субъектов, которые развиваются по ресурсно-сырьевой модели на фоне непреодоленных последствий доиндустриализации и неоднородности социально-экономического пространства [4; 6]. Здесь за последние

десятилетия произошел спад производства, увеличилась бюджетная зависимость (дотационность) [1, с. 309–313], увеличилась безработица, снизился уровень жизни, обострились проблемы геополитического и межнационального характера [5; 7].

В то же время для регионов СКФО для динамичного развития округа, благоприятных условий для проживания, развития туристско-рекреационного комплекса немаловажное значение имеет его обеспеченность природно-климатическими ресурсами, близость к основным транспортным узлам и геополитические отношения с соседними территориями.

Благоприятная экологическая обстановка, наличие уникальных бальнеологических ресурсов, в частности минеральной питьевой воды (сосредоточено около 30% всех российских ресурсов минеральных вод, что по объемам сопоставимо с ресурсами центральных районов европейской части РФ), термальных вод и лечебной грязи – при правильном подходе может стать региональным брендом СКФО [9]. К примеру, использование экологических ресурсов способствует повышению биологической ценности разрабатываемой продукции. В округе разработаны и производятся слабоалкогольные напитки с использованием минеральной воды и местного растительного сырья: лекарственных и пищевых растений, плодов, овощей, корней и ягод, произрастающих в диком виде и культивируемых в сельском хозяйстве, с высоким содержанием биологически активных веществ.

Расширение ассортимента местной продукции позволит повысить защищенность регионального рынка от дорогостоящей, зачастую некачественной импортной продукции, способствуя тем самым повышению безопасности для здоровья населения [10, с. 255–258].

Здесь на поверхность выступают вопросы продвижения на внешние рынки выпускаемой в округе экологически чистой продукции, позиционирование СКФО как безопасного и благодатного края Российской Федерации, где одним из драйверов экономического роста могло бы послужить и развитие туристско-рекреационной сферы. В данном контексте и федеральным и региональным органам власти необходимо формировать основы и условия благоприятного развития регионов Северного Кавказа.

Важным условием эффективности государственной региональной имиджевой политики является объединение усилий всех заинтересованных субъектов. Схематически они представлены на рис. 1.

Под имиджмейкингом следует понимать совокупность инструментария и средств, элементов и операций, техник и технологий, ориентированных на достижение задач по формированию имиджа объекта.

Сегодня Россия, уделяя на государственном уровне внимание продвижению позитивного имиджа страны, должна акцентироваться и на имиджевой политике ее территориальных образований, поскольку благоприятный облик территорий формирует имидж страны в целом.

Здесь можно согласиться со специалистами, что в процессе реализации различных направлений регионального развития особое значение имеет масштаб трудового участия населения в различных видах хозяйственной деятельности [6, с. 7–13].

В контексте вышесказанного отметим, что при формировании государством своего привлекательного имиджа, в котором активно должно участвовать и гражданское общество, необходимо учитывать то, что иностранные граждане, посещая ту или иную страну, изначально знакомятся с ее городами и регионами, впечатления от которых формируют представление о стране в целом.

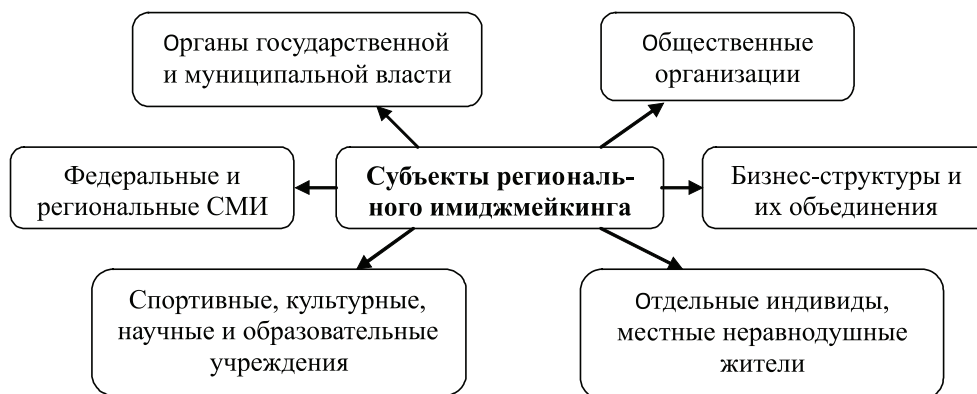


Рис. 1. Основные субъекты регионального имиджмейкинга

Как представляется, в условиях повсеместного внедрения и распространения информационных технологий необходимо в информационном пространстве формировать и продвигать имидж регионов как территорий с благоприятными условиями ведения бизнеса, привлечения инвестиций и инвесторов и т.д.

В нынешнюю эпоху информационного общества данному аспекту необходимо уделить пристальное внимание, так как это основа формирования представления о регионе. В этой связи для формирования привлекательного имиджа региона необходимо создавать условия и соответствующую инфраструктуру в целях продвижения территории как субъекта со стабильным социально-экономическим и политическим положением.

В целях реализации вышеизложенной идеи на территории СКФО на сегодняшний день, как представляется, необходимо создать структуру, которая будет создавать благоприятный информационный фон для укрепления имиджа территории (рис. 2).

Формирование положительного фона и образа округа будет направлено на разрушение в информационном пространстве негативных тенденций в освещении событий, происходящих в СКФО, а также вредных информационных потоков и недопущение

их возникновения в дальнейшем. Для этого органам власти регионов округа необходимо стремиться к интеграции субъектов хозяйственной деятельности в единую социально-экономическую систему.

Отметим, что на региональном уровне, уделяется меньше внимания проблеме продвижения имиджа своих регионов на фоне вопросов устойчивого развития основных макроэкономических показателей (рост ВРП, инвестиций, повышение уровня жизни и т.д.). Однако, следует учесть, что инвестиционную привлекательность территории можно сформировать на основе продуманной имиджевой политики, которая послужит катализатором в процессе привлечения финансовых ресурсов и развития территорий.

Формирование бренда территории можно проследить на примере изменения качества текстовых коммуникаций: информационно-маркетинговая, рекламно-имиджевая, брендинговая. Обозначенные подходы по управлению качеством информационных коммуникаций могут быть положены в основу совершенствования теории маркетинговых коммуникаций и использованы при разработке элементов рекламно-информационного сопровождения на этапах реализации целевых установок фирмы в обрете-нии бренда [2, с. 54–57].



Рис. 2. Региональный орган управления имиджмейкигом

Профессионально выстроенный имидж региона способствует активному развитию и процветанию территории. При этом имиджевая привлекательность региона зависит не только от его реального социально-экономического и культурного потенциала, но и от того, как этот потенциал используется. Сегодня в условиях рыночной экономики идет жесткая конкуренция за инвестиции и человеческий капитал, успех региональной стратегии развития во многом зависит от имиджевой политики органов власти. Эффективная имиджевая политика региона позволяет ему активно привлекать инвестиции и креативных профессионалов [3].

Заключение

Итак, грамотно выстроенная политика по формированию благоприятного имиджа территорий позволит значительно повысить инвестиционную привлекательность территории, нарастить его потенциал и тем самым увеличить финансовые поступления, позволит территориальным образованиям выйти на новый уровень в своем экономическом и социально-политическом развитии и тем самым способствовать формированию общегосударственного положительного имиджа.

Список литературы

1. Арсаханова З.А., Султанов Г.С. Особенности формирования региональных бюджетов субъектов СКФО // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 12–2 (41–2). – С. 309–313.
2. Бугакова Н.П. Управление качеством информационных коммуникаций в маркетинге // Проблемы, противоречия и перспективы развития России в современном мире: экономико-правовые аспекты: сборник статей международной научно-практической конференции. Ч. 1. – Краснодар, 2014. – С. 54–57.
3. Василенко И.А. Современный имидж российских регионов: проблемы формирования // Мир и политика. – 2012. – № 12. [Электронный ресурс]. Режим доступа. – <http://www.intelros.ru/readroom/mir-i-politika/m12-2012/>.
4. Кутаев Ш.К. Направленность и приоритеты социально-экономического развития субъектов СКФО // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 6–2. – С. 309–312.
5. Кутаев Ш.К. Современное состояние и тенденции социально-экономического развития субъектов СКФО // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2013. – № 3 (37). – С. 95–104.
6. Кутаев Ш.К., Гордеев О.И. Модернизация экономики региона на современном этапе развития: направленность и условия реализации // Региональная экономика: теория и практика. – 2011. – № 41. – С. 7–13.
7. Кутаев Ш.К., Гордеев О.И. Направленность и условия реализации эволюционной модернизации на современ-

ном этапе развития экономики региона // Вопросы структуризации экономики. – 2011. – № 3. – С. 11–18.

8. Набиев Р.А., Мельников А.В. Совершенствование взаимодействия власти и бизнеса в рамках государственно-частного партнерства // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. – 2010. – № 2. – С. 60–64.

9. СКФО: инвестиционный портал. – URL: http://investkavkaz.ru/reasons_to_invest.

10. Тумсоев А.Б., Кутаев Ш.К. Оценка социально-экономического потенциала сельских районов региона // Научное обозрение. Серия 1: Экономика и право. – 2012. – № 1. – С. 255–258.

References

1. Arsahanova Z.A., Sultanov G.S. Jekonomika i predprinimatelstvo [Economics and business]. 2013. no. 12–2 (41–2). pp. 309–313.
2. Bugakova N.P. *Sbornik statej mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii «Problemy, protivorechija i perspektivy razvitija Rossii v sovremennom mire: jekonomiko-pravovye aspekty»* [Collection of articles of the international scientific-practical conference «Problems and contradictions and prospects of development of Russia in the contemporary world: economic and legal aspects»]. Ch. 1. Krasnodar, 2014. pp. 54–57.
3. Vasilenko I.A. *Journal of Computer – Mir i politika* [Peace and politics]. 2012. no. 12. available at: <http://www.intelros.ru/readroom/mir-i-politika/m12-2012/>.
4. Kutaev Sh.K. *Mezhdunarodnyj zhurnal prikladnyh i fundamentalnyh issledovanij* [International Journal of applied and basic research]. 2015. no. 6–2. pp. 309–312.
5. Kutaev Sh.K. *Regionalnye problemy preobrazovanija jekonomiki* [Regional problems of economic transformation]. 2013. no. 3 (37). pp. 95–104.
6. Kutaev Sh.K., Gordeev O.I. *Regionalnaja jekonomika: teorija i praktika* [Regional economy: theory and practice]. 2011. no. 41. pp. 7–13.
7. Kutaev Sh.K., Gordeev O.I. *Voprosy strukturizacii jekonomiki* [Questions structuring of the economy]. 2011. no. 3. pp. 11–18.
8. Nabiev R.A., Melnikov A.V. *Vestnik Astrahanskogo gosudarstvennogo tehničeskogo universiteta. Serija: Jekonomika* [Bulletin of the Astrakhan state technical university. Series: Economy]. 2010. no. 2. pp. 60–64.
9. *SKFO: investicionnyj portal* [NKFD: investment portal]. available at: URL: http://investkavkaz.ru/reasons_to_invest
10. Tumsoev A.B., Kutaev Sh.K. *Nauchnoe obozrenie. Serija 1: Jekonomika i pravo* [Scientific review. Series 1: Economics and law]. 2012. no. 1. pp. 255–258.

Рецензенты:

Гасанов М.А., д.э.н., профессор, ведущий научный сотрудник, ФГБУН «Институт социально-экономических исследований» Дагестанского научного центра РАН, г. Махачкала;

Петросянц В.З., д.э.н., профессор, главный научный сотрудник, ФГБУН «Институт социально-экономических исследований» Дагестанского научного центра РАН, г. Махачкала.