

*Булатова И. С., к.э.н., доцент
кафедры менеджмента
Краснодарского филиала
РЭУ им. Г.В. Плеханова,
Курдюкова И.А.,
студентка 1 курса очной формы
обучения Краснодарского филиала
РЭУ им. Г.В. Плеханова
направление Государственное и
муниципальное управление
программа магистратуры
Государственное управление*

**ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННО
ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОГО ИМИДЖА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ**

**FEATURES OF FORMATION INVESTMENT
ATTRACTIVE IMAGE OF KRASNODAR REGION**

Аннотация: в статье рассматриваются особенности формирования позитивного имиджа региона на примере Краснодарского края. Выявлены базовые приоритеты в продвижении инвестиционно привлекательного имиджа края. Представлен анализ итогов реализации мероприятий по продвижению имиджа Краснодарского края.

Abstract: the article discusses the features of formation of positive image of the region on the example of Krasnodar region. Identified basic priorities in the promotion of attractive investment image of the region. Presents an analysis of the ito-GOV implementation of measures for the promotion of the image of Krasnodar region.

Ключевые слова: имидж, регион, инвестиционно привлекательный имидж, стратегия формирования имиджа, конкурентоспособность региона

Key words: image, region, attractive investment image, the strategy of image formation, the competitiveness of the region

В современном мире развитие отношений в общественной, экономической, политической, научной сферах деятельности обязывают обеспечивать высокий уровень и качество процесса управления на всех уровнях. На данном этапе развития социума

принципы управления становятся неэффективными, поэтому возникает потребность использования более сложных принципов, которые будут отличаться эффективностью воздействия с точки зрения политических технологий.

В последние годы для многих стран и их регионов одним из главных условий удержания конкурентоспособности является создание, развитие и продвижение положительного имиджа.

На современном этапе большое количество стран обладают высокой конкурентоспособностью и занимают высокие позиции на международном рынке, поэтому умение удерживать лидирующие позиции просто необходимо и развитие управленческой деятельности должно быть ориентировано на данный фактор [4].

Данная проблема играет большое значение для территориальных образований, так как одним из основных отличий территориальных образований от коммерческих структур является отсутствие возможности смены рода и места деятельности, поэтому необходимо создавать благоприятные условия с целью привлечения ресурсов извне, а так же условия, гарантирующие экспорт ресурсов, создаваемых внутри данных территорий.

Решение этой проблемы достигается за счет качественно осуществляемой деятельности структур управления в сфере развития позитивного имиджа. Формирование позитивного имиджа региона способно оказывать влияние на его экономику, уровень жизни жителей региона, на развитие региона в целом во всех его направлениях.

Таким образом, создание, развитие и продвижение имиджа региона повышает не только конкурентоспособность данного региона, но и страны, в которой он расположен

Формирование образа региона очень сложный и многоэтапный процесс, который затрагивает социально-экономическую сферу региона, а так же многие аспекты жизнедеятельности людей. Соответственно, создание благоприятного образа территории основывается не только на разработке и продвижении конкретного конструктора, в который входят все основные элементы имиджа региона, но и на определенной инфраструктуре, чтобы создаваемый образ соответствовал существующим характеристикам территории.

Существующий имидж в любом случае имеет свои какие-то элементы, которые необходимо будет дополнить, усилить, скорректировать.

Так, базовыми приоритетами в продвижении инвестиционно привлекательного имиджа Краснодарского края является:

1) содействие предприятиям, которые осуществляют свою деятельность на территории края, товары и предоставляемые услуги которых благополучно сбываются в других регионах и за рубежом [1];

2) поддержка предприятиям Краснодарского края в расширении границ рынков сбыта продукции через развитие межрегиональной кооперации и международных связей;

3) привлечение организаций региона к участию в различных ярмарках, выставках, презентациях, проводимых в городах Российской Федерации и за рубежом, с целью пропаганды региональных товаропроизводителей и достижений экономики края;

4) формирование условий для поддержки применения высоких технологий для модернизации промышленных отраслей, разработки ноу-хау, поддержки создания и производства высокотехнологичной и наукоемкой продукции за счет международного и межрегионального сотрудничества;

5) содействие межрегиональному и международному сотрудничеству и укрепление деловых взаимоотношений в области интеллектуальной деятельности;

6) стимулирование притока инвестиций;

7) поддержка внедрения систем сертификации товаров и услуг для увеличения их конкурентоспособности на межрегиональных и международных рынках.

Следует отметить, что эффективное продвижение интересов региона на внешние рынки будет содействовать оптимизации структуры экономики, формированию системы особенностей Краснодарского края как через развитие его продуктовой специализации, так и через расширение потенциальных рынков сбыта республиканских продуктов и услуг, что в итоге приведет к получению продукта с высокой долей добавленной стоимости и к максимальному и сбалансированному использованию ресурсов Краснодарского края [3].

Правильно обоснованное позиционирование интересов Краснодарского края обеспечит его лидирующие позиции в международном и межрегиональном разделении труда и поможет сформировать у потенциального потребителя узнаваемый и

запоминающийся имидж Краснодарского края, в конечном итоге окажет положительное влияние на рост благосостояния населения региона.

Таким образом, речь идет о положительном влиянии на все составляющие конкурентоспособной платформы края, обеспечивающей стимулирование социально-экономического развития края.

Важнейшими участниками системы продвижения интересов региона на внешние рынки являются:

- 1) хозяйствующие субъекты Краснодарского края;
- 2) население Краснодарского края;
- 3) профессиональные союзы, общественные организации, отраслевые ассоциации и другие объединения;
- 4) органы исполнительной власти и муниципального управления Краснодарского края;
- 5) система институтов развития Краснодарского края.

В соответствии с этим формируются зоны полномочий (ответственности) участников системы продвижения интересов края на внешние рынки:

- 1) для хозяйствующих субъектов - формирование системы производства и продвижения товаров и услуг согласно современным стандартам качества;
- 2) для населения - увеличение уровня общей культуры и самоуправления (самоорганизации);
- 3) для профессиональных союзов, общественных организаций, отраслевых ассоциаций и других объединений - координация взаимодействия участников;
- 4) для органов исполнительной власти и муниципального управления Краснодарского края - координация действий всех участников программ и проектов, их корректировка и осуществление продвижения интересов края, стимулирование разработки эффективных инвестиционных проектов, благоустройство территорий, создание комфортных условий проживания и социально-культурного обслуживания населения.

Особенную роль в формировании делового климата региона играет система «внешних» по отношению к Администрации края институтов развития, в частности, такие организации, как Центр стратегических разработок Краснодарского края, Торгово-промышленная палата Краснодарского края.

Практический опыт других регионов подтверждает то, что функции институтов развития могут результативно выполнять такие организации, инвестиционные советы, советы по конкурентоспособности при руководстве регионов, фирмы по привлечению инвестиций, организации по экономическому развитию, и т.д.

В ходе диагностики и процесса стимулирования эффективности «внешних» по отношению к Администрации края институтов развития необходимо решить следующие задачи:

1) создание карты «внешних» по отношению к Администрации края институтов развития;

2) оценка функционирования и влияния таких организаций в регионе;

3) разработка рекомендаций по созданию новых и повышению эффективности деятельности текущих организаций на основании отечественного и зарубежного опыта.

Международный опыт осуществления инициатив, направленных на рост конкурентоспособности регионов и говорит о значительности продуктивных механизмов диалога между бизнесом, региональными властями и другими группами интересов в регионе. Для формирования подобного диалога необходимо соблюдение следующих условий:

1) наличие оптимальных организационных механизмов и структур;

2) получение достоверных данных;

3) высококачественный анализ;

3) способность частного сектора аргументировано обнаруживать главные проблемные зоны и выявлять потенциал для развития;

4) расширенный временной горизонт и четко обозначенная стратегическая направленность;

5) наличие общего видения будущего, сфокусированного на рост конкурентоспособности и разделяемого региональными властями и населением.

Соблюдение этих позиций может увеличить продуктивность диалога, в рамках которого бизнес выражает стратегические предложения, а региональные власти активно вовлечены в выбор приоритетов, создание стратегических инициатив, ориентированных на результативную реализацию необходимых реформ, например, по повышению уровня качества бизнес-климата. Аналогичные механизмы могут иметь

различные организационные формы, например, Совета по международному и межрегиональному сотрудничеству при руководстве региона.

Рассмотрим итоги реализации мероприятий по продвижению экономически и инвестиционно привлекательного имиджа Краснодарского края за 2014 - 2015 года.

В целях повышения инвестиционной привлекательности региона на постоянной основе ведется работа по формированию инвестиционных предложений Краснодарского края.

В крае создана и функционирует Единая информационная система инвестиционных предложений Краснодарского края, включающая в себя Единый реестр инвестиционных проектов Краснодарского края и Единую базу данных по инвестиционно привлекательным земельным участкам, которые представляются потенциальным инвесторам с использованием средств массовой информации, в том числе в сети «Интернет», а также путем презентаций на публичных информационных и имиджевых мероприятиях в России и за рубежом.

В 2015 году в Единой системе всего содержалось 1896 инвестиционных предложений (при плане - 1819), в том числе 997 площадок и 899 проектов [5].

За указанный период исключено 145 инвестиционных предложений, в том числе 104 предоставлено потенциальным инвесторам для их реализации.

В 2014 году инвестиционный потенциал края представлялся в Австрии, в рамках проведения XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр в 2014 году в городе Сочи, а также на Международном инвестиционном форуме «Сочи-2014».

В рамках презентационных мероприятий в 2015 году делегацией Краснодарского края подписано 310 соглашений в инвестиционной сфере на общую сумму более 353 млрд. рублей, в том числе: администрацией Краснодарского края - 28 соглашений на общую сумму свыше 145 млрд. рублей [5].

Проводится работа по продвижению инвестиционного потенциала Краснодарского края в средствах массовой информации.

В информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» действует инвестиционный портал Краснодарского края по адресу www.investkuban.ru, который интегрирован с 44 инвестиционными порталами муниципальных образований Краснодарского края.

В 2015 году на инвестиционном портале опубликовано 861 пресс-релизов, отражающих инвестиционную и внешнеэкономическую деятельность в регионе. В региональных поисковых системах «Yandex» и «Google» инвестиционный портал Краснодарского края занимает верхние строчки по поисковому запросу «инвестиции».

Продвижение инвестиционно привлекательного имиджа осуществляется не так давно, поэтому далеко не все инвесторы готовы вкладывать свой капитал в край, исходя только из статистических данных. В данном случае практические расчеты целесообразности вложения средств в регион будут мощным мотивирующим инструментом для привлечения инвестиций.

Краснодарский край - край, обладающий большим внутренним потенциалом, вследствие чего возникает возможность развивать разные направления имиджа, среди которых «Краснодарский край как инвестиционный край», «Краснодарский край-здравница России», «Мой край!», «Финансовый край», «Спортивный край», «Энергичный край».

Концепции развития Краснодарского края как инвестиционного края по своей сути направлены на увеличение бюджетных доходов через дополнительный приток в край туристов и инвесторов [2].

Развитие края как здравницы России происходит уже давно. Однако данная концепция в последнее время сконцентрирована на привлечении туристического потока, но данное направление можно развить и более широко. Например, Краснодарский край как край качественной медицины. Туристы различных возрастных категорий, приезжающие в разнообразные санатории с целью оздоровления, должны получать качественные услуги. Это возможно лишь при усилении контроля над уровнем квалифицированных специалистов, работающих в медицинской сфере.

Smart-region представляет собой формирование «умного региона» с хорошо развитым научно-образовательным центром, признанным во всей России. Было бы интересно, создать образовательный городок под Краснодаром. Образовательный городок бы объединял в себе различные учебные заведения, библиотеки, общежития, места общественного питания, развлекательные учреждения. Соответственно, и цены в местах общественного питания и развлекательных заведениях для студентов данного учебного городка были бы ниже. Так же в образовательном городке было бы медицинское заведение, в которое мог бы обратиться любой студент и получить

качественную и бесплатную медицинскую помощь. Краснодарский край стал бы привлекать еще большее число молодежи из других регионов Российской Федерации, желающих получить различное образование.

Концепция sport-region направлена на создание «спортивного региона» с известными во всем мире футбольной командой, ледовыми площадками, легкоатлетическими аренами, лыжным гонкам, теннису и т.д. В 2016 году окончилась реконструкция стадиона ФК «Кубань». Несомненно, данное событие положительно отразится на имидже Краснодарского края. Но необходимо и дальше совершенствовать спортивные объекты, строить новые. Краснодарский край обладает отличными природно-климатическими условиями для развития, как зимних видов спорта, так и летних.

Развитие finance-region заключается в создании, перемещении в Краснодарском крае крупных финансовых институтов и организаций, что позволит стать Краснодару финансовой столицей России.

Концепция «моего края» является ключевой, поскольку именно внутреннее восприятие, образ Краснодарского края, который сложился у его жителей, является отправной точкой при формировании образа: имидж края должен стать таким, каким его хотят видеть жители. Для построения системы внутреннего имиджа Краснодарского края следует использовать программно-целевой подход. Необходимо на сайте Краснодарского края провести опрос жителей региона, тем самым выяснить, чего в крае не хватает для комфортного проживания, что люди хотят видеть в своем «доме». Далее должны разрабатываться целевые программы, с помощью которых государственные органы Краснодарского края смогут улучшать уровень жизни населения, делать край более привлекательным для проживания людей, живущих за пределами края.

Все направления развития имиджа в совокупности должны создавать единый образ Краснодарского края, однако одно направление должно быть преобладающим, направляющим, служить основой, в рамках которой будут развиваться остальные направления. Каждое направление имеет свои преимущества и недостатки, и перед Администрацией, жителями края и другими целевыми группами лежит задача определения этих приоритетов.

Прямое развитие имиджа региона и проведение мероприятий, связанных с его продвижением, должна претворять в жизнь рабочая группа, в состав которой будут входить специалисты в области формирования имиджа территории, представители государственных комитетов, необходимые подрядчики. Данная рабочая группа может осуществлять проект в рамках государственной некоммерческой организации.

Выбор данной формы организации обусловлен тем, что ее цель - это не осуществление коммерческой деятельности, а организация мероприятий, связанных с формированием имиджа края и дальнейшее использование его для блага региона. Выбор типа некоммерческой организации зависит от того, кто будет контролировать этот процесс и отчасти от выбора источников финансирования.

Существенную часть средств для реализации проекта планируется привлечь из заинтересованных органов исполнительной власти - подразделений Администрации Краснодарского края. Данная организация также будет привлекать инвестиционные средства, и учитывать мнение и предложения в вопросах формирования имиджа.

Далее будет создана ассоциация, в которую войдут представители уже созданной государственной некоммерческой организации, однако уже наравне с другими группами интересов, которые будут иметь право голоса (федеральные представители, бизнес). Финансирование всех мероприятий в рамках данного этапа будет осуществляться уже по большей части членами данной ассоциации.

Управление средствами в рамках выбранной организационно-правовой формы выгодно еще и тем, что согласно законодательству РФ данные средства не будут облагаться налогами.

К таким средствам относятся:

- 1) членские и вступительные взносы;
- 2) пожертвования и гранты;
- 3) суммы финансирования из бюджетов всех уровней;
- 4) средства, полученные в рамках благотворительной деятельности;
- 5) средства, полученные в виде безвозмездной помощи (содействия).

Предполагается привлечение средств из следующих источников финансирования:

- 1) агентства по развитию туризма в Краснодарском крае;
- 2) транспортные и туристические операторы;

- 3) торгово-промышленные палаты;
- 4) гостиничный и сервисный сектор экономики;
- 5) торговые представительства;
- 6) другие субъекты рынка.

В качестве бюджетных средств могут использоваться облигации краевого займа, с последующим возвратом средств от поступлений в экономику Краснодарского края.

Затраты на формирование имиджа Краснодарского края складываются из 3-х этапов:

1. Проведение исследований;
2. Разработка и продвижение;
3. Поддержание имиджа Краснодарского края.

Бюджет Краснодарского края в 2015 году составил около 237 млрд. рублей. С учетом реалий края будем исходить из общего бюджета на проект в 180 млн. рублей в год (что составляет 0,07% от общего бюджета Краснодарского края). На четвертый год, связанный с последующим поддержанием уже созданного имиджа края, предполагается уменьшение затрат на 30% от первоначально заложенного годового бюджета проекта [4].

Также, необходимо отметить, что важным условием стратегического формирования позитивного имиджа региона для инвесторов в наши дни является системное информационное обеспечение инвестиционного процесса, в том числе решающее проблему достижения высокого уровня прозрачности во взаимодействии региональных властей с инвесторами. Результативными инструментами активизации инвестиционного процесса в Краснодарском крае выступают внедряемые информационные системы, обеспечивающие осуществление принципа открытости деятельности органов государственного управления региона путем применения электронного документооборота во всех сферах управления и хозяйствования для оперативного обмена информацией, создания единого информационного пространства для всех субъектов инвесторов региона в виде интерактивного Web-портала и развития соответствующей информационной инфраструктуры.

Далее необходимо произвести оценку эффективности затрат на реализацию предлагаемых мероприятий. Важен комплексный подход к оценке эффективности

формирования имиджа региона, включающий основные направления и методы оценки эффективности стратегического формирования имиджа территории.

Затраты на формирование имиджа региона должны суммироваться за несколько лет, так как они имеют довольно большой горизонт действия. Меры предпринятые в текущем году могут иметь последствия через несколько лет, а экономический эффект в виде доходов от привлеченных инвестиций в регион и дополнительных поступлений в местный бюджет тоже следует считать кумулятивно за ряд лет, с учетом дисконтирования.

Таким образом, развитие имиджа региона будет способствовать благополучию каждого жителя края, самого Краснодарского края и России в целом.

Литература:

1. Оценка финансового состояния и деловой активности предприятия: учебное пособие / С.М. Бобрович, О.В. Богатырева, В.А. Гончаренко, 2-е изд. перераб. и доп. - Краснодар: Издательский дом «Юг», 2001. – 120 с.
2. Мачихин В.Н. Антикризисные меры по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности в Краснодарском крае / В.Н. Мачихин // Символ науки. - 2015. - №5 - С.131-134.
3. Половченко М.А. Конкурентоспособность экономики Краснодарского края на мировой арене / М.А. Половченко // Наука и современность. - 2014. - №30 - С.192-196.
4. Полтина Е.В. – Имидж в системе факторов, определяющих конкурентоспособность региона. – Режим доступа: <http://works.doklad.ru/view/L9AMh7fIF-4/all.html>
5. Официальный сайт Краснодарского края. - Режим доступа: <http://admkrasnodar.ru>