

мических, правовых и естественных наук : материалы VI Международной научно-практической конференции, 21—23 апреля 2017 г., ГАННОВЕР. — Воронеж. — Т. 2. — С. 78—89.

6. Канинберг Ю. Н. Совершенствование земельных отношений в сельском хозяйстве / Ю. Н. Канинберг // Электронная библиотека. — URL: <http://konf.x-df.ru/18selskohozyaistvo/291717-1-sovershenstvovanie-zemelnih-otnosheniy-selskom-hozyaystve.php>

7. Чередникова А. О. Особенности формирования современных земельных отношений / А. О. Чередникова // Вестник Воронежского государственного аграрного университета. — 2011. — № 4. — С. 217—222.

8. Закшевский В. Г. Финансовые аспекты развития земельных отношений в сельском хозяйстве / В. Г. Закшевский // Воронеж : ФГБНУ НИИ ЭО АПК ЦЧР РОССИИ, 2016. — С. 152.

Научно-исследовательский институт экономики и организации агропромышленного комплекса Центрально-Черноземного района РФ, г. Воронеж

Котелевская Н. К., старший научный сотрудник

E-mail: Kotelevskaya2015@bk.ru

Тел.: 8 951 552 02 14

УДК 316.75

*О. А. Малахова,
Д. Ю. Михайленко,
Е. С. Подвальный*

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ)

Аннотация: в современном мире при рыночных отношениях особую значимость приобретают вопросы разработки эффективных механизмов и инструментов по обеспечению конкурентоспособности региона, его территорий, создание возможности не только использовать, но и создавать конкурентные преимущества с целью удержания и укрепления своих позиций в ряду других территорий. Как показывает опыт (как зарубежный, так и отечественный) успех в конкурентной борьбе достигается теми территориями, в системе управления которыми используется современный маркетинговый инструментарий, позволяющий обеспечивать достаточную степень конкурентоспособности и гибко реагировать на изменения внешней среды.

Ключевые слова: имидж региона, имиджмейкинг, ресурсы, инвестиционная привлекательность, конкурентоспособность, факторы внешней и внутренней среды.

UDK 316.75

*O. A. Malakhova,
D. Yu. Mikhailenko,
E. S. Podvalnyi*

TEORETIKO-METODOLOGICHESKIE ASPECTS FORMATIONS OF IMAGE OF THE REGION (ON THE EXAMPLE OF KRASNODAR KRAI)

Abstract: in the modern world at the market relations the special importance questions of development of effective mechanisms and tools on ensuring competitiveness of the region, his territories get, creation of an opportunity not only to use, but also to create competitive advantages for the purpose of deduction and strengthening of the positions among other territories. As shows experience (both foreign, and domestic) success in competition is achieved by those territories, in a control system of which the modern marketing tools allowing to provide sufficient degree of competitiveness are used and to react flexibly to changes of the external environment.

Keywords: image of the region, image making, resources, investment attractiveness, competitiveness, factors of external and internal environment.

Введение

Успешность развития того или иного региона, его территорий, во многом зависит от правильно создаваемого имиджа.

Сегодня проблема имиджа региона, его территорий, прерогатива не только журналистов и специалистов по связям с общественностью. Правительственная элита также стала уделять этому вопросу много внимания: формирование образа лидера региона — как сила влияния, зависящая от личностных качеств руководителя; сотрудничество со СМИ, рекламный характер краеведческой литературы, государственная символика территорий, активное использование культурных традиций — теперь все это «работает» на создание положительного и привлекательного имиджа [2, 5].

Имидж региона — весьма трудноопределимое понятие, и прежде всего потому, что речь идет о комплексе качеств и свойств, которые чаще всего невозможно представить, как зрительный образ.

Само слово «имидж», используемое в научной практике, происходит от латинского «*imago*», что означает «картинка».

Таким образом, имидж — объект не материальный, он возникает лишь в сознании людей, и оценить его можно лишь по отношению, которое будет проявляться. Чаще всего это комплекс ассоциативных представлений, соотносимый индивидом с регионом.

Если дословно переводить с английского слово *image*, то в буквальном смысле оно означает «образ». Следовательно, когда говорят об имидже, то имеют в виду тот его образ, который возник в представлении других людей.

Имидж региона — это во многом ответ на вопрос: «Какими нас видят?»; это состоящая из набора характерных символов «картинка» региона, всплывающая в сознании.

Инновационно-эффективное развитие региона: имиджмейкинг

Эффективный имиджмейкинг региона позволит не только привлечь внешние ресурсы (такие как квалифицированные кадры, туристические потоки, инвестиции и др.) в отдельно взятый регион, но и способен оказывать значительное влияние на прочность его политических, экономических и социальных позиций как во внутренней, так и во внешней среде [3].

Не маловажную роль в формировании имиджа региона играет управленческий потенциал руководителя региона. «Стратегическое управление, планирование развития региона (отрасли) требуют совершенно иных интеллектуальных навыков и качеств: более широкой базы знаний, способности к анализу огромных массивов информации, умения просчитывать альтернативные решения, продуманности и взвешенности решений» [5, 6].

Все аспекты жизни региона должны в конечном счете формировать благоприятный имидж территории.

Осознание региональными властями необходимости формирования и развития имиджа территории и активная работа в этом направлении будет способствовать повышению конкурентоспособности и росту благосостояния населения региона [3, 4].

Для успешного формирования имиджа Краснодарского края важно не только объективно оценивать конкурентные преимущества региона, являющиеся основными имиджеобразующими факторами, но и иметь представление о проблемных сферах регионального развития, способных оказать существенное влияние на его имидж. Кроме того, на развитие региона оказывают влияние разнообразные факторы внешней среды, которые также могут повлиять и на его имидж.

Уникальные для России природноклиматические условия края, наличие передовых медицинских учреждений и технологий, исторических достопримечательностей создают потенциал для развития высокоэффективного, конкурентоспособного туристско-рекреационного комплекса международного уровня, формирующего позитивный имидж страны на международной арене и обеспечивающего растущие потребности населения в услугах, связанных с отдыхом, лечением и туризмом [8].

Туризм представляет собой отрасль экономики, которая позволяет при сравнительно небольших капиталовложениях обеспечить рентабельное использование и валоризацию ресурсов историко-культурного и природного наследия, традиций. В рамках развития туристской индустрии области могут создаваться самые разнообразные продукты, базирующиеся на различных особенностях территорий, где они реализуются, на различных сочетаниях товаров и ус-

луг, представляемых клиентам. Поэтому в пределах региона можно создать весьма широкий ассортимент туристских продуктов, каждый из которых будет ориентирован на свою целевую аудиторию потребителей.

Краснодарский край является фактически единственным в России приморским бальнеологическим и курортнорекреационным центром.

Основу производительных сил Краснодарского края составляют промышленный, строительный, топливно-энергетический комплексы, область информационных и коммуникационных технологий, а также агропромышленный, транспортный, курортно-рекреационный и туристский комплексы. Последние четыре направления деятельности (агропромышленный, транспортный, санаторно-курортный и туристский комплексы) соответствуют приоритетам социально-экономического развития России и определяют особый статус Краснодарского края в экономике страны [1, 8].

Динамичное развитие агропромышленного комплекса (далее также — АПК) Краснодарского края обеспечивает продовольственную безопасность страны: край обладает богатейшими ресурсами сельскохозяйственных земель.

Транспортный комплекс обеспечивает реализацию внешнеполитических и экономических интересов России в зоне черноморского и средиземноморского экономического сотрудничества, вносит существенный вклад в повышение «связности» территории страны. Морские порты края обеспечивают прямой выход через Азовское и Черное моря на международные внешнеторговые пути и перерабатывают более 35 процентов внешнеторговых российских и транзитных грузов морских портов России, обслуживают около трети российского нефтеэкспорта.

По территории края проходят важнейшие железнодорожные маршруты федерального значения, которые ориентированы в сторону морских международных портов края и курортов Черного и Азовского морей.

Трубопроводный транспорт представлен международным нефтепроводом «Тенгиз — Новороссийск» и газопроводом «Россия — Турция» («Голубой поток»). Воздушный транспорт Краснодарского края представлен четырьмя аэропортами, два из которых являются международными (Краснодар, Сочи).

Таким образом, Краснодарский край выполняет большое число международных и федеральных функций: транспортировка и экспорт стратегически важных товаров, обеспечение продовольственной безопасности страны, интеграция Крыма в единое экономическое пространство России, организация и проведение важнейших мероприятий политического, экономического, культурного и спортивного характеров [1].

Важнейшим фактором инвестиционной привлекательности Краснодарского края и формирования его имиджа как инвестиционно привлекательного региона стало проведение Зимних олимпийских игр в г. Сочи в 2014 г., кубка чемпионата мира по футболу в 2018 г.

Помимо строительства спортивных сооружений и объектов на территории края были построены транспортные магистрали, объекты инфраструктуры. За время подготовки к Олимпиаде значительно преобразился облик г. Сочи и близлежащих территорий, курорт за считанные годы превратился в благоустроенный, безопасный и гостеприимный, комфортный для проживания и ведения бизнеса город, что не могло не сказаться на привлекательности данных мест для туристов.

Данные обстоятельства (вкуче с осложнением экономической и внешнеполитической обстановки) привели к значительному росту туристского потока на курорты Краснодарского края, отмеченного с 2015 г.

Краснодарский край — большой внутренний рынок в центре двадцатимиллионного Южного полюса роста с положительной динамикой развития на фоне замедления роста внутреннего рынка в ряде регионов-конкурентов. При значительном объеме внутреннего рынка и потенциале внешне-го ключевые экономические комплексы края (торгово-транспортно-логистический, агропромышленный, санаторно-курортный и туристский) конкурентоспособны на российском уровне, но имеют системные проблемы глобальной конкурентоспособности (низкая ориентация на конечного потребителя, недостаточное качество продукции и услуг, высокие издержки) при значительном потенциале развития. Преимущества географического положения, а также соседство с динамично развивающимися регионами Юга России и государствами, создает условия развития Краснодарского края как одно-

го из ключевых российских транспортно-логистических хабов, отличающегося высокой активностью на внешних рынках, устойчивым ростом объемов экспорта и значительным потенциалом его дальнейшего роста (при этом в настоящее время объем экспорта, особенно несырьевого неэнергетического экспорта, недостаточен). Располагаясь на крайнем юго-западе России, Краснодарский край реализует геостратегическую функцию форпоста на южных рубежах России: активно взаимодействует с регионами Северного Кавказа и странами Закавказья, Ближнего Востока и Средиземноморского бассейна. Краснодарский край является приграничной территорией, регионом, обеспечивающим выход России к Черному морю и важнейшим международным морским путям. Через территорию Краснодарского края осуществляется транзит в Республику Крым. Регион реализует интересы России в зоне азово-черноморского и средиземноморского экономического сотрудничества.

Как видно, Краснодарский край имеет значительный потенциал для роста конкурентных позиций на мировом рынке, однако это требует совместных усилий регионов, входящих в Южный полюс роста [9].

Самостоятельно Краснодарский край, являясь одним из ключевых регионов России, недостаточно конкурентоспособен на мировом уровне, значительно отставая как по ключевым ресурсам (например, по человеческому капиталу), так и по объему экономики (ВРП). Однако, при рассмотрении края, его имиджа как «локомотива» Южного полюса роста, можно ставить задачи конкуренции на уровне мировых полюсов роста развитых стран и стран БРИКС.

Развитие края сдерживается наличием ряда проблем, таких как недостаточная глобальная конкурентоспособность (низкий уровень сервиса при высокой цене, высокая доля транспортной составляющей в цене туристского продукта), ярко выраженный сезонный характер деятельности курортов, недостаточная степень диверсификации туристского продукта и нехватка развлекательной инфраструктуры (особенно в межсезонье), ограничения транспортной и инженерной инфраструктуры, недостаточный объем инвестиций в развитие комплекса крупного, так и среднего, и малого бизнеса) при значительных возможностях дальнейшего развития.

В этой связи со стороны региональных властей следует уделить повышенное внимание работе по формированию и развитию положительного имиджа края, чтобы нивелировать возможные угрозы и обеспечить устойчивое развитие Краснодарского края в будущем как «локомотива» Южного полюса.

Анализ стратегических программных документов Краснодарского края, действующих на современном этапе, показывает отсутствие в их ряду стратегического документа в сфере имиджевой политики.

Совместная деятельность органов государственной власти и органов местного самоуправления региона, представителей научной и бизнес-среды, общественности - должна стать одним из принципов формирования и реализации имиджевой политики Краснодарского края [4]. Кроме того, данная модель взаимодействия должна перекликаться с другими проектами, стратегиями и программами, реализуемыми на территории Краснодарского края, в том числе со стратегией социально-экономического развития Краснодарского края до 2020 г. [9].

Возникает необходимость разработки стратегических направлений по формированию и продвижению имиджа региона.

1. Поддержка развития малого и среднего бизнеса.

Малый бизнес является одним из важных направлений экономического развития региона. Важно предусмотреть льготную аренду земли для поддержки тех, кто занят в сельскохозяйственной сфере, поскольку развитие малого предпринимательства в данной сфере является одним из успешных механизмов развития всей экономики. Также актуальным будет предоставление малым предприятиям муниципальной, краевой собственности в аренду для производственных нужд на льготной основе. Поскольку туризм является одним из источников дохода для многих домохозяйств региона, необходимо разработать механизмы сокращения доли теневого сектора в данной сфере, создания цивилизованного рынка туристических услуг именно среди представителей малого бизнеса.

• из-за низкого платежеспособного спроса на консультационные услуги со стороны малого бизнеса не всегда является целесообразным развивать инфраструктуру толь-

ко на коммерческой основе. Решение данной проблемы возможно предоставления субсидий начинающими предпринимателями на качественные (сертифицированные) консультационные и практические услуги при открытии и становлении бизнеса, вплоть до его создания «под ключ» и адаптацию предпринимателя к бизнесу (наставничество).

2. В целях развития транспортной сферы необходимо:

- развитие системы международных транспортных коридоров на территории Краснодарского края;

- развитие скоростного железнодорожного сообщения курортов края между собой, что позволит туристам отдыхать поочередно на разных оздоровительных курортах.

3. Для ускоренного развития сельского хозяйства за счет внедрения современных технологий в производство следует рассмотреть возможность создания на территории Краснодарского края территориальных технических баз (парков сельскохозяйственной техники).

Среди долгосрочных проектов развития сельскохозяйственного комплекса региона можно предложить насыщение отдельных муниципальных образований, инфраструктурой по первичной переработке, хранению и сбыту сельхозпродукции, а также современной социальной инфраструктурой — агропоселений, что создаст больше возможностей для самореализации населения. Это достигается в первую очередь путем создания новых рабочих мест.

4. Развитие новых направлений в сфере туризма, например, этно-гастрономического туризма.

5. Необходим мониторинг показателей привлекательности региона [7].

Заключение

Имиджевая политика региона должна включать не только перспективные направления создания или развития регионального образа, но и мероприятия по его продвижению.

Главными средствами продвижения имиджа Краснодарского края являются коммуникационные мероприятия и средства, демонстрирующие открытость Краснодарского края (использование символики территорий в сферах транспорта, связи,

туризма; организация пресс-туров по территории края и приемов различных делегаций), показывающие имеющиеся преимущества региона.

Продвижение имиджа территорий является одним из перспективных PR-направлений, имеющих непосредственное влияние на экономическое и социально-культурное развитие каждого цивилизованного общества.

ЛИТЕРАТУРА

1. О Стратегии социально-экономического развития Краснодарского края до 2020 года : закон Краснодарского края от 29.04.2008 г. № 1465-КЗ [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс.

2. Киреева С. А. Имидж региона: теоретический аспект / С. А. Киреева, К. А. Кузина // Вестник Астраханского государственного технического университета. — 2007. — № 1 (36). — С. 233—235.

3. Иголкин Р. Б. Формирование системы обучения, повышения и оценки компетентности государственных гражданских и муниципальных служащих, осуществляющих функции по обеспечению благоприятного инвестиционного климата в Воронежской области / Р. Б. Иголкин, Е. С. Подвальный // Актуальные проблемы профессионального образования: цели, задачи и перспективы развития : сборник научных статей по материалам 14-й всероссийской заочной научно-практической конференции. — Воронеж, 2016. — С. 90—101.

4. Иголкин Р. Б. Модель компетенций, обеспечивающая формирование учебных программ системы обучения, повышения и оценки компетентности государственных гражданских и муниципальных служащих, осуществляющих функции по обеспечению благоприятного инвестиционного климата в Воронежской области / Р. Б. Иголкин, Е. С. Подвальный // Регион: государственное и муниципальное управление. — 2016. — № 1 (5). — С. 6.

5. Воробьева С. А. Управленческий потенциал руководителей в системе государственной гражданской службы и проблемы его развития / С. А. Воробьева, Э. Р. Мухамеджанов, Е. С. Подвальный, О. А. Сухоруких // Регион: государственное и муниципальное управление. — 2015. — № 4 (4). — С. 12.

6. Воробьева С. А. Специфика деятельности руководителя в государственных органах власти и управления / С. А. Воробьева, Э. Р. Мухамеджанов, Е. С. Подвальный, О. А. Сухоруких // Регион: государственное и муниципальное управление. — 2015. — № 4 (4). — С. 13.

7. Подвальный Е. С. Информационный мониторинг в социотехнических системах / Е. С. Подвальный // Регион: системы, экономика, управление. — 2014. — № 2 (25). — С. 206—211.

8. Общая информация о Краснодарском крае [Электр. ресурс] // Администрация Краснодарского края [Официальный сайт]. — URL: <http://krasnodar.ru/content/36/show/29838/>.

9. Инвестиционный портал Краснодарского края. — Режим доступа: <http://www.investkuban.ru/>.

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Воронежский филиал)

Малахова О. А., преподаватель кафедры государственной и муниципальной службы и кадровой политики

E-mail: suharika@bk.ru

Тел.: 8-473-253-76-80

Михайленко Д. Ю., магистрант

E-mail: suharika@bk.ru

Тел.: 8-473-253-76-80

Подвальный Е. С., доктор технических наук, профессор, заведующий кафедрой математики и информационных технологий в управлении

E-mail: suharika@bk.ru

Тел.: 8-473-253-76-80

УДК 332.1

*В. С. Самсонов,
В. В. Скапенко*

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ФОРМЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Аннотация: в статье представлен анализ основных направлений и форм государственной поддержки субъектов малого и среднего бизнеса (предпринимательства). Рассмотрены в отношении малого и среднего предпринимательства в РФ основные цели государственной политики, а также выделены и представлены основные направления данной политики.

Ключевые слова: малое и среднее предпринимательство, субъекты малого и среднего бизнеса, государственная поддержка малого и среднего бизнеса, взаимодействие государства и бизнеса.

UDK 332.1

*V. S. Samsonov,
V. V. Skapenko*

THE MAIN DIRECTIONS AND FORMS OF STATE SUPPORT OF SUBJECTS OF SMALL AND AVERAGE BUSINESS

Abstract: the article presents an analysis of the main directions and forms of state support for small and medium-sized businesses (entrepreneurship). The main objectives of the state policy are considered in relation to small and medium-sized enterprises in the Russian Federation, as well as the main directions of this policy are identified and presented.

Keywords: small and medium-sized businesses, small and medium-sized businesses, state support for small and medium-sized businesses, the interaction of the state and business.

Введение

В настоящее время в условиях кризисных явлений, санкций против Российской

Федерации и ответных мер, а также в целях снижения последствий от данных явлений в законодательстве РФ выстроено