

УДК [332.1:338.2](470.621)

ББК 65.9(2)

К-17

Калашникова Светлана Валентиновна, преподаватель кафедры маркетинга и логистики финансово-экономического факультета Майкопского государственного технологического университета, т.: 89184257655.

Хамирзова Саида Казбековна, кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов и кредита финансово-экономического факультета Майкопского государственного технологического университета.

**ВЛИЯНИЕ УРОВНЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ОТКРЫТОСТИ РЕГИОНА НА
ФОРМИРОВАНИЕ ЕГО ИМИДЖА
(НА МАТЕРИАЛАХ РЕСПУБЛИКИ АДЫГЕЯ)
(рецензирована)**

В статье рассматриваются вопросы формирования благоприятного, положительного имиджа регионов, межрегиональной конкурентной борьбы в процессе реализации имиджевых мероприятий, а также влияния информационной открытости региона на его инвестиционную привлекательность и имидж, а, следовательно, и на его социально-экономическое благополучие. Актуальность данной проблемы обусловлена обострением межрегиональной конкуренции, развитием использования информационных технологий в процессе формирования имиджа региона.

Ключевые слова: межрегиональная конкурентная борьба, конкурентоспособность региона, имидж региона, инвестиционная привлекательность, информационная открытость региона.

Kalashnikova Svetlana Valentinovna, lecturer of the Department of Marketing and Logistics of Finance and Economics Faculty, Maikop State Technological University, tel.: 89184257655.

Khamirzova Saida Kazbekovna, Candidate Of Economics, assistant professor of the department of Finance and Credit of Finance and Economics Faculty, Maikop State Technological University.

**EFFECT OF LEVEL OF INFORMATION OPENNESS OF THE REGION IN THE FORMATION OF
ITS IMAGE
(ON THE MATERIALS OF THE REPUBLIC OF ADYGEA)**

This article discusses the formation of a favorable, positive image of the regions, interregional competition in the implementation of image events, as well as the impact of information transparency in the region on its investment attractiveness and image and, consequently, their socio-economic well-being. The urgency of this problem is caused by the aggravation of inter-regional competition, the development of information technology in the process of forming the image of the region.

Keywords: inter-regional competition, the competitiveness of the region, the image of the region, investment attractiveness, information transparency in the region.

В настоящее время городам, регионам и даже странам приходится конкурировать почти во всем. Основными направлениями конкурентной борьбы регионов Южного федерального округа являются инвестиции, информационные, транспортные и туристические потоки, экологические, экономические и социально-культурные проекты. Со временем конкуренция между регионами становится все жестче. Наибольшие возможности для успешного ведения межрегиональной конкурентной борьбы имеют регионы, не только обладающие достаточной ресурсной базой, но и имеющие достаточно квалифицированных специалистов, чтобы воспользоваться ими с пользой для региона. Оценка уровня конкурентоспособности региона представляет собой важную исходную базу для региональных властей, которые призваны постоянно и активно действовать в направлении обеспечения, поддержания и наращивания конкурентных преимуществ своей территории, а также их позиционирования, продвижения, маркетинга [4].

В этой ситуации актуальной задачей регионов является разработка и формирование благоприятного, положительного имиджа, повышающего их конкурентоспособность, который выдвигается на одно из первых мест в системе приоритетов деятельности органов государственной власти. Тем более что использование технологий брендинга способствует развитию инвестиционной привлекательности, росту репутационного капитала региона, позволяет культивировать чувство гордости за свой регион и оказывает позитивное влияние на социальное самочувствие жителей [10].

Имидж региона – реальный управленческий ресурс, в существенной мере предопределяющий успешность его политических, экономических и социальных позиций [3]. Создание и продвижение позитивного имиджа региона является актуальной и перспективной задачей, эффективное решение которой обеспечивает региональную и государственную информационную безопасность, развитие региональных сообществ, общественную консолидацию, государственную интеграцию. Имидж региона, как один из наиболее действенных социальных инструментов эффективного развития региона, конструируется администрацией, средствами массовой информации, деятелями различных сфер общества, населением региона. Разработку имиджевой политики осуществляют администрации субъектов, а ее инициаторами являются мэры, губернаторы и президенты.

В Республике Адыгея имиджевая деятельность осуществляется в соответствии с положением «О координационном совете при Президенте Республики Адыгея по формированию имиджа Республики Адыгея», принятым 27 апреля 2007 года [7]. Деятельность Координационного совета при Президенте Республики Адыгея по формированию имиджа Республики Адыгея в целом, должна дать положительные результаты, если будет осуществляться во взаимосвязи с такими субъектами регионального маркетинга, как средства массовой информации, специализированные PR-агентства, выставочные центры, туристические и гостиничные предприятия, учебные и учебно-деловые центры, представители региона за его пределами.

С развитием компьютерных и информационных технологий Интернет-маркетинг территорий получил широкое распространение. Без применения современных инструментов и технологий, позволяющих создать имидж региона, уже невозможно представить конкурентную борьбу за внешние и внутренние инвестиции, экономические рейтинги, туристические потоки и т.п. [10]. В сегодняшнем информационно ориентированном обществе необходимо эффективно использовать имидж, как средство привлечения инвестиций, выравнивания экономического уровня регионов, взаимодействия с региональными властными структурами, сглаживания этнических противоречий [6].

Имидж региона во многом зависит от показателей его инвестиционной привлекательности, на которую влияют два фактора: усилия местных властей по созданию благоприятных условий для притока инвестиций, а также имидж предприятий, работающих в данном регионе. Следовательно, инвестиционная привлекательность региона зависит от уровня его информационной открытости [1]. «Открытость» можно считать ключевым фактором привлекательности для потенциальных инвесторов и региона и отдельных предприятий.

Информационной открытости региона в процессе формирования его имиджа служит работа со СМИ, которой в Республике Адыгея уделяется огромное внимание. Формирование благоприятного имиджа региона напрямую связано с тем, какая информация о регионе попадает в СМИ. В Адыгее ежегодно проводят конкурсы на право заключения государственного контракта, предметом которого является оказание услуг на проведение мероприятий по созданию на страницах газет и интернет-изданий положительного имиджа Республики Адыгея в целях привлечения инвестиций в экономику Республики Адыгея.

В 2009 году на конкурс было представлено 11 заявок от следующих представителей СМИ: ООО «СП Премьер», ООО «Регнум», ЗАО «Коммерсантъ» в Ростове-на-Дону», ООО «АиФ на Кубани», ФГУ ПРАМИ «РИА-Новости», ФГУ «Редакция «Российской газеты», ОАО «Редакция газеты «Известия», ООО «Юга.ру».

Результативность действий региональных властей по формированию благоприятного имиджа региона, в условиях усиливающейся межрегиональной конкурентной борьбы, можно оценить, проанализировав показатели информационной открытости регионов Южного федерального округа. Специалисты Интернет-журнала «Капитал страны» в 2008 году провели исследование, позволяющее определить уровень информационной открытости российских регионов в отношении привлекаемых инвестиций (таблица 1). Идея методики построения регионального рейтинга состоит в учете эффективности информационного обеспечения инвестиционного процесса в регионе. Ими были проведены мониторинг и оценка инвестиционной открытости регионов Российской Федерации.

Таблица 1 - Региональный рейтинг информационной открытости субъектов Южного федерального округа, 2008 год

Номер региона в рейтинге	Название региона	Значение индекса	Официальный инвестиционный сайт региона
4	Краснодарский край	95,6	http://dips.kubangov.ru/
28	Астраханская область	84,3	http://economy.astrobl.ru/?type=page&ID=56
30	Республика Адыгея	84,0	http://www.adygheya.ru
33	Республика Калмыкия	82,8	http://mininvest.kalimportal.ru/zakony/konkurs
64	Волгоградская область	65,4	http://www.volganet.ru/invpro05.php
65	Ростовская область	64,8	http://donland.ru/economic/

Регионы, в которых информационное обеспечение потенциальных инвесторов является неудовлетворительным, это регионы-аутсайдеры ($R_s \leq 50$), регионы-средняки с приемлемым инвестиционным климатом ($50 < R_s \leq 80$), успешные регионы, то есть регионы-лидеры ($80 < R_s \leq 100$) [8].

Таким образом, Республика Адыгея в федеральном перечне субъектов заняла тридцатую позицию со значением индекса 84,0, однако, среди регионов Южного федерального округа, она на третьей позиции. Из этого можно сделать вывод, что Республика Адыгея считается успешным регионом, а высокие значения индексов информационной открытости регионов Южного федерального округа говорят о достаточно высокой межрегиональной конкуренции в информационном пространстве.

В настоящее время регионы России находятся на разных уровнях социально-экономического развития [9]. Те регионы, которые действительно нуждаются в инвестициях, должны стремиться к максимальной информационной открытости. Именно этой цели и должны служить официальные инвестиционные сайты. По качеству сайта можно судить о готовности местных властей к конструктивному диалогу с потенциальными инвесторами.

Официальный сайт Республики Адыгея приятно удивляет разнообразием и глубиной содержания, множеством полезных для потребителя ссылок [5]. Он содержит не только последние новости из жизни республики, но и информацию о территории, природе, экономике, инвестициях, сельском хозяйстве, туризме, образовании, инфраструктуре и ЖКХ, СМИ, культуре, здравоохранении, социальной защите, о молодежи и молодежной политике, о спорте, религии и многом другом.

Эффективность, проводимых в регионах имиджевых мероприятий, отражается в достигнутых результатах. Так, в Республике Адыгея, активная работа по формированию положительного имиджа региона началась только в 2007 году и уже сейчас приносит свои плоды: Адыгея получила известность как самая мирная и перспективная республика на Северном Кавказе. При этом имидж Адыгеи становится узнаваемым не только в России, но и в мире. За последние два года объем инвестиций в экономику республики значительно вырос. В сопоставимых ценах это столько, сколько за предыдущие пять лет. По темпам роста объема инвестиций в 2009 году Адыгея вышла на второе место в Южном федеральном округе, хотя еще в 2008 году занимала лишь пятую позицию. Сегодня в республике реализуются 40 крупных проектов на общую сумму свыше 41 миллиарда рублей [2].

Нельзя не отметить важность и необходимость участия региона в различных экономических форумах и выставочных мероприятиях как на уровне страны, так и на мировом уровне. Хорошей традицией стало проведение ежегодного Международного инвестиционного форума в Сочи. Практически все регионы Южного федерального округа представляют свои инвестиционные проекты и площадки с большим успехом. В рамках форума «Сочи-2009» Республика Адыгея заключила 17 соглашений на общую сумму около 27 миллиардов рублей.

Таким образом, вся совокупность мероприятий по обеспечению информационной открытости региона должна отразиться на его положительном имидже, как в стране, так и в мире. А это в свою очередь приведет к появлению все новых и новых инвесторов вкладывающих средства в его развитие. Следовательно, можно сделать вывод, что от уровня информационной открытости региона зависит его социально-экономическое положение, а с ним и благополучие местного населения.

Все регионы Южного федерального округа имеют свои особенности, которые заключаются в особенном географическом положении, особенных природных, демографических, экономических, политических, социальных и историко-культурных факторах. Каждый из них является неповторимым и даже уникальным. Но все они объединены не только границами Южного федерального округа, но и схожи в своем стремлении к лучшему будущему. Огромное желание занимать лидирующие позиции приводит к жесткой межрегиональной конкуренции. Усиление этого процесса является наиболее актуальной тенденцией характеризующей процесс глобализации в современной России. Позитивный имидж региона является весомым фактором его успешного существования и развития в условиях конкурентной среды.

Литература:

1. Кичанов М. Имидж региона зависит от открытости бизнеса // Континент Сибирь. 2007. №48 (570).
2. Колесник В. Адыгея: конструктивная политика приносит плоды [Электронный ресурс] // Вольная Кубань. URL: <http://www.adygheya.ru/press/news/show/>.
3. Короткин К. Р. Необходимость и особенности формирования имиджа региона. М., 2002.
4. Оценка социально-экономической конкурентоспособности региона [Электронный ресурс]. URL: <http://chinovnik.uara.ru/>.
5. Официальный сайт Республики Адыгея. URL: <http://www.adygheya.ru/>.
6. Попюк В. И. Public Relations в системе эффективного социального развития региона [Электронный ресурс] // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. 2005. №2. URL: <http://region.mcnip.ru/modules.php?name=News&file=article&sid=55>.
7. Распоряжение Президента РА от 27.04.2007 N 62-рп "О координационном совете при Президенте Республики Адыгея по формированию имиджа Республики Адыгея". URL: <http://jugfo.consultant.ru/adygeja/doc14907.html>.
8. Региональный рейтинг информационной открытости инвестиционных рынков [Электронный ресурс] // Капитал страны: интернет-журна. URL: <http://www.kapital-rus.ru/index.php/article/article/6856>.
9. Чуб Б.А. Оценка инвестиционного потенциала субъектов российской экономики на мезоуровне / под ред. Бандурина В.В. М.: БУКВИЦА, 2001.
10. Энциклопедия маркетинга. Как создается и продвигается бренд региона [Электронный ресурс]. URL: <http://www.marketing.spb.ru/>.