

Молодежная секция:
Екатеринбург в глобальном контексте

Кочнева Елена Дмитриевна

РАЗВИТИЕ ИМИДЖА КРЫМСКОГО
ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА
КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР
ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ


Kochneva E.

DEVELOPMENT OF IMAGE
CRIMEAN FEDERAL DISTRICT
AS KEY ATTRACT INVESTMENT

lestognij@yandex.ru

ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет имени первого
Президента России Б.Н. Ельцина», Екатеринбург, Россия

23-24 апреля 2014 года
Екатеринбург



Ключевые слова: имидж, инвестиции, экономическая политика, экономический потенциал, бизнес-структура.

Keywords: image, investment, economic policy, economic potential, business structure.

Процесс глобализации стремительно развивается, увеличивается взаимозависимость национальных экономик, объясняемая нехваткой ресурсов. Создается такая ситуация: помощь федеральных властей, средства из федерального бюджета, инвестиции, потоки, проекты, идеи – все это, за что приходится регионам бороться между собой. Поэтому одним из ключевых источников инвестиционной привлекательности региона или города является его имидж.

Единое понимание термина «имидж» отсутствует в научной и справочной литературе, так как интерпретируется достаточно широко и отсутствует единое понимание этого термина.

С одной стороны, имидж – это «внешний образ, создаваемый субъектом, с целью вызвать определенное впечатление, мнение, отношение у других» [1]. С другой – «сумма убеждений, представлений и впечатлений людей» [2], а также это «совокупность эмоциональных и рациональных представлений, вытекающих из сопоставления всех признаков страны, собственного опыта и слухов, влияющих на создание определенного образа» [3].

Согласно вышеуказанным толкованиям данного определения, имидж региона представляется как относительно устойчивое сочетание эмоциональных, рациональных представлений, убеждений и ощущений людей, которые возникают в связи с какой-то территорией. Так, имидж теперь интерпретируется как необходимый инструмент при повышении статуса и престижа региона, его экономическая ценность.

Положительный имидж способствует социально-экономическому развитию региона. Привлечение инвестиций – экономическая функция имиджа – оказывает влияние на развитие промышленного и экономического сектора региона посредством привлечения внимания со стороны бизнес-структур, властных органов.

Существует ряд региональных потенциалов, которыми обладает региона с положительным имиджем [4]:

- институциональный, отражающий степень развития институтов рыночной среды;
- инфраструктурный, включающий экономико-географическое положение региона и его инфраструктурную обеспеченность;
- производственный, рассматриваемый как совокупный результат хозяйственной деятельности населения в регионе;
- инновационный, демонстрирующий уровень развития науки и внедрения достижений научно-технического прогресса;

- финансовый, включающий объем налоговой базы и прибыльность предприятий региона;
- потребительский, отражающий совокупную покупательную способность населения региона.

В качестве примера региона, на данный момент имидж которого выступает важным фактором привлечения инвестиций, является Крымский федеральный округ (далее - КФО).

Нельзя не отметить, что Крым богат полезными ископаемыми, имеет значительный экономический потенциал, развитие которого требует больших вложений. В настоящее время предстоит серьезная работа по адаптации Крыма, вхождению его в правовую систему, социально-экономическую сферу России.

Основная задача сегодня – помочь местным властям и предпринимателям выстроить сбалансированную модель экономического развития, научиться находить общий язык с предпринимателями, создавать бизнес-климат, который будет привлекать инвесторов, таким образом, эффективно реализовывать стратегические задачи государственной экономической политики.

В структуре экономики полуострова преобладает сектор услуг, на долю которого приходится более 60% валового регионального продукта (ВРП). Промышленность остается базовой отраслью экономики. Она аккумулирует 37% всех поступлений в бюджет, 17% всего занятого населения полуострова и 16% валового регионального продукта автономии. Например, для большей эффективности функционирования малого бизнеса в Крыму и Севастополе важно обеспечить его выход из тени. Доля теневого бизнеса на полуострове достигает до 80% [5].

Газ – фактически единственное, в чем Крым и Севастополь не испытывают нужды. В 2013 году добыча газа достигла 1,65 млрд. кубометров. По оценкам специалистов, к 2030 году она вырастет до 9 млрд., что позволит полуострову стать полноценным экспортером газа. При этом общие запасы достигают 3 трлн. кубов.

В целом регион является дотационным, экономика полуострова остается слаборазвитой, требует значительных финансовых вливаний в инфраструктуру и социальную сферу. Основные затраты в ближайшей перспективе будут направлены на выравнивание уровня жизни в Крыму и Севастополе с российскими показателями. Особое место занимает вопрос строительства моста в Крым через Керченский пролив, который позволит пропускать как автомобили, так и поезда. Стратегия развития Крыма предполагает развитие индустриального сектора экономики как центра инновационного и инвестиционного развития республики. От присоединения Крыма и Севастополя РФ получает не только геодемографические выгоды, но и ряд конкретных преимуществ, в том числе: туристический бизнес и расширение санаторно-курортной инфраструктуры; значительные энергетические ресурсы; развитая военно-морская инфраструктура; альтернатива «Южному потоку».

Очевидно, что все меры по привлечению инвестиций дадут результаты только при улучшении имиджа КФО, однако в настоящее время украинская проблема остается весьма актуальной и требует деликатной работы с инвесторами – на данный момент в Крыму им нужно больше внимания и помощи со стороны властей, чем в других регионах.

Библиографический список

1. По материалам Справочника библиотекаря. - 2-е изд., испр. и доп. - СПб.: Профессия, 2004. - С. 308–309.
2. Котлер Ф. Маркетинг мест / Ф. Котлер и др.– СПб.: Стокгольм. школа экономики, 2005. – С. 205.
3. И.П. Черная, [Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»](#), Маркетинг имиджа как стратегическое направление территориального маркетинга, №4, 2002 год. <http://www.mavriz.ru/articles/2002/4/223.html>.
4. Рожков И.Я., Кисмерешкин В.Г. Имидж России. Ресурсы. Опыт. Приоритеты. Избранные главы из книги. – Режим доступа: <http://www.isr2050.ru/items-104.html#1>.
5. Крым станет свободной экономической зоной? // [Электронный ресурс]: Информационно-аналитическое сетевое издание «ПРОВЭД». Режим доступа: http://xn--b1ae2adf4f.xn-p1ai/index.php?option=com_k2&view=item&id=10845:krum-stanet-svobodnoy-ekonomicheskoy-zonoy&Itemid=340.