



ПОЛИТОЛОГИЯ

УДК 32.019.51

Политическая технология брендинга региона как возможность формирования его положительного имиджа и повышения инвестиционной привлекательности

А. А. Вилков, Е. И. Тимофеев

Вилков Александр Алексеевич, доктор политических наук, профессор, заведующий кафедрой политических наук, Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, vil57@yandex.ru

Тимофеев Евгений Игоревич, магистрант кафедры политических наук, Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, Evgen164gp@yandex.ru

В настоящей статье рассмотрены вопросы брендинга регионов Российской Федерации на примере Саратовской области. Проведен анализ действий органов исполнительной власти региона по внедрению официальной символики и созданию бренда территории, а также развитию системы информационного обеспечения инвесторов с помощью Инвестиционного портала Саратовской области в целях формирования положительного имиджа региона. Выявлена и обоснована целесообразность брендинга Саратовской области на текущем этапе экономического развития.

Ключевые слова: инвестиции, имидж, органы власти, брендинг, бренд, символика, логотип.

Political Technology of Region Branding as a Possibility of Forming Its Positive Image and Increasing Investment Attractiveness

A. A. Vilkov, E. I. Timofeev

Alexander A. Vilkov, <https://orcid.org/0000-0003-4277-0372>, Saratov State University, 83 Astrakhanskaya St., Saratov 410012, Russia, vil57@yandex.ru

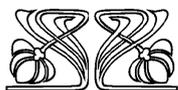
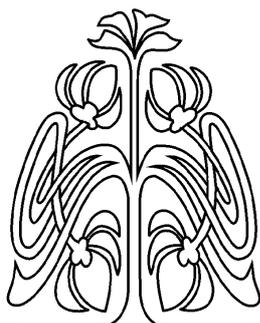
Evgeny I. Timofeev, <https://orcid.org/0000-0001-6402-5264>, Saratov State University, 83 Astrakhanskaya St., Saratov 410012, Russia, Evgen164gp@yandex.ru

The paper discusses issues of the Russian Federation regions branding on the example of the Saratov Region. Regional executive authorities' actions on the official symbols introduction and creation of territory brand, as well as development of investors informational support system through the Investment Portal of the Saratov Region in order to create regional positive image are analyzed. The practicability of the Saratov Region branding at the current stage of economic development is identified and justified.

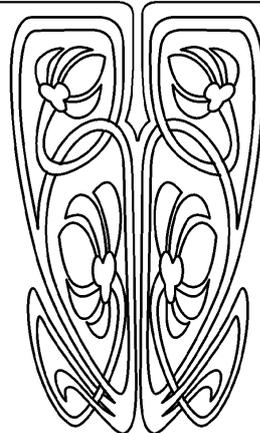
Keywords: investment, image, government, branding, brand, symbols, logo.

DOI: <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2019-19-3-304-311>

В настоящее время успешная деятельность любого субъекта экономики зависит от эффективности проводимой им инвестиционной политики. В качестве таких субъектов выступают не только представители бизнес-сообщества или иных организационно-правовых форм, но и органы государственной власти, в том числе и на уровне регионов России. В ходе последних изменений в стране власть оказалась в ситуации борьбы за инвестиционные потоки и их движение по субъектам РФ (в свою очередь, если говорить о федеральных органах,



НАУЧНЫЙ
ОТДЕЛ





то здесь подразумевается конкуренция за инвестиционные ресурсы на международной арене).

С недавних пор в деятельность органов власти стали активно внедряться механизмы конкуренции, ключевые показатели эффективности (KPI), различного рода рейтинги и поощрения за достижения определенных позиций по их результатам.

Если в общих чертах говорить о главных направлениях динамики политического управления инвестиционной привлекательностью с 90-х гг. XX в. по настоящее время, то можно отметить, прежде всего, расширение перечня используемых технологий. Сейчас в России активно применяется достаточно широкий спектр технологий политического управления инвестиционной привлекательностью¹. С этой целью используются относительно новые технологии: политическое регулирование областного законодательства; поддержка органами государственной власти конкретных инвестиционных проектов; информационные кампании, направленные на презентации инвестиционных преимуществ области, в том числе позиций в инвестиционных рейтингах и побед проектов в различных конкурсах.

С недавних пор стала проводиться совместная деятельность органов исполнительной власти региона и деловых объединений по формированию позитивного имиджа и бренда Саратовской области. Однако подобные практики совместной деятельности в настоящее время слабо распространены, и о них можно говорить лишь как о проявляющейся тенденции.

В качестве примера в настоящей работе мы рассмотрим внедрение различной символики для формирования конкурентоспособного бренда Саратовской области. Данное направление деятельности было актуализировано постановлением Правительства Саратовской области от 17 февраля 2015 г. № 63-П, в котором была утверждена «Концепция брендинга региона до 2020 года»².

Согласно документу, борьба между регионами России за привлечение инвестиционных ресурсов является основной причиной акцентирования внимания на вопросах создания бренда территории. Кроме того, сильный бренд территории позволяет:

- стимулировать поток внешних государственных и частных инвестиций в приоритетные отрасли экономики;
- стимулировать процессы кластерного развития приоритетных отраслей экономики;
- активизировать экспорт местных производителей;
- повышать привлекательность территории, удерживая местное население от миграции и притягивая новое население, обладающее востребованными навыками и квалификацией.

Целями брендинга Саратовской области в соответствии с данным нормативным

правовым актом являются: создание привлекательного образа региона как одного из перспективных и активно развивающихся субъектов Российской Федерации; повышение деловой активности бизнес-сообщества; увеличение инвестиционной привлекательности области; развитие равноправного и взаимовыгодного межрегионального и международного сотрудничества через единую государственную политику; обеспечение присутствия бренда региона в информационном пространстве³.

Основное направление брендинга Саратовской области в сфере повышения инвестиционной привлекательности – организация деятельности по созданию важнейшей структурной характеристики имиджа региона, в том числе анализ, оценка и определение приоритетов инвестиционной политики региона и формирование благоприятных условий для инвестирования и предпринимательства.

Концепция предполагает использование многих инструментов брендинга Саратовской области, в их числе мероприятия по продвижению бренда, основанные на представлении информации об особенностях региона:

- актуализация публичных фигур или исторических личностей, с которыми прочно ассоциируется Саратовская область, например: Ю. А. Гагарин, В. Э. Борисов-Мусатов, К. С. Петров-Водкин, П. А. Столыпин, О. П. Табаков, А. Г. Шнитке и др.;
- организация и проведение уникальных мероприятий на основе культурного потенциала региона (конкурсы, выставки, фестивали, конференции), например: фестиваль творчества «Хвалынские этюды К. С. Петрова-Водкина», фестиваль исторической реконструкции «Укек. Один день из жизни средневекового города»;
- выход Саратовской области на федеральный и международный уровень с презентацией инвестиционного потенциала (участие в форумах, на выставочных площадках и т. п.), например, в 2019 г. участие региона в Российском инвестиционном форуме «Сочи-2019» 14–15 февраля, в XXIII Петербургском международном экономическом форуме 6–8 июня, а также проведение собственного II Саратовского экономического форума осенью 2019 г.;
- развитие и продвижение саратовских брендов товаров и услуг;
- продвижение инвестиционной символики и фирменного стиля Саратовской области, разработка слогана;
- логотип, фирменные цвета, корпоративная и сувенирная продукция.

Касательно работы именно над инвестиционной составляющей данной Концепции целесообразно отметить следующее.

Серьезной попыткой разработать собственный бренд Саратовской области (со стороны органов власти) стало внедрение официальной ин-



вестиционной символики «Создавайте с нами» в 2017 г. комитетом инвестиционной политики и имущественных отношений Саратовской области (в настоящее время функции по инвестиционной политике переданы Министерству экономического развития Саратовской области), в стиле которой был разработан и презентован стенд региона на Российском инвестиционном форуме «Сочи-2018» и произведена сувенирная продукция в качестве основных элементов идентификации бренда. С целью повышения визуального восприятия был разработан методический документ – руководство по использованию фирменного стиля Саратовской области. Кроме того, настоящий фирменный стиль применялся при создании и подготовке информационных видеороликов, презентаций и выступлений на тему инвестиционного потенциала региона.

В настоящий момент от данного стиля остались лишь отдельные элементы, используемые при печати раздаточных информационных материалов. По мнению авторов, причиной тому является передача функций по инвестиционной политике другому органу, как следствие, смена руководства и потеря предыдущих целевых ориентиров, а также изменение видения на проблему продвижения официальной инвестиционной символики региона.

Более того, впоследствии в конце июля 2018 г. Правительство Саратовской области объявило электронный аукцион на разработку отдельного туристического логотипа и брендбука региона.

31 января 2019 г. в Министерстве внутренней политики и общественных отношений Саратовской области прошла презентация туристического логотипа региона.

Председатель областного комитета по туризму Виктория Бородянская рассказала о концепции нового саратовского символа:

«У Саратовской области появился логотип. Он должен отражать регион и быть таким, чтобы его приняли и молодежь, и представители профессионального сообщества. Чтобы логотип, проще говоря, зашел. И у нас это получилось. Чтобы сделать логотип, проводились анкетирование, опросы. Даже среди тех, кто не живет в Саратовской области.

В итоге мы выяснили, что у большего количества людей ассоциация с Саратовом – это песня “Огней так много золотых”. Так и родилась концепция “Огни Поволжья”.

Прежде чем прийти к форме логотипа, проходило несколько фокус-групп, было представлено очень большое количество вариантов...

...Нам кажется, получилось очень неплохо. Из всех предложенных вариантов, а их было представлено много, этот логотип получил самое большое количество положительных результатов. Логотип у нас рассчитан на область, а не на один конкретный населенный пункт, поэтому

есть у него свои определенные фрактальные элементы. Очень интересная работа была над логотипом, очень напряженная», – заключила председатель комитета по туризму⁴.

По словам Виктории Бородянской, новый логотип вполне хорошо будет смотреться на флагах, а также «прекрасно адаптироваться под любую текущую ситуацию»⁵.

По информации комитета по туризму, сейчас началась работа по «раскрутке» логотипа, чтобы его начали узнавать за пределами региона. Вместе с этим разработан и туристический маршрут «Огни Поволжья. Саратовская область»⁶.

В результате, по нашим наблюдениям, представленный туристический логотип Саратовской области вовсе отодвинул на задний план ранее разработанную символику «Создавайте с нами», про которую никто даже и не вспомнил.

Кроме того, в социальных сетях раскритиковали новый туристический логотип Саратовской области. Многие комментаторы увидели в логотипе дизайнерские заимствования у известных брендов, другие обратили внимание на общую безвкусицу работы⁷.

В этой связи возникают вопросы: действительно ли подобные разработки помогут повысить туристический потенциал Саратовской области, если даже жители региона отрицательно отзываются о таких попытках? В каких кругах проводилось предварительное голосование и оценка? И что будет с предыдущей инвестиционной символикой «Создавайте с нами»?

По нашему мнению, в данном случае наблюдается так называемая двойная работа, в результате которой через какое-то время будет снова разрабатываться очередной логотип, поскольку одно дело – презентовать его, другое – повсеместно внедрить и сделать из этого бренд региона. До тех пор пока не будут расписаны конкретные меры по продвижению логотипа (например, «дорожная карта»), необходимые затраты на их реализацию и, разумеется, реальное начало процесса без какого-либо затягивания, желаемая цель так и не станет ближе, а сам логотип уже не будет способен «прекрасно адаптироваться под любую текущую ситуацию» ввиду того, что снова станет неактуальным.

Отдельным блоком затронем вопрос еще одного направления, работа над которым также была предусмотрена Концепцией брендирования Саратовской области, а именно – организация и сопровождение работы официального двуязычного интернет-портала «Инвестиционный портал Саратовской области»⁸.

Стоит отметить, что изначально в целях повышения инвестиционной привлекательности регионов АНО «Агентство стратегических инициатив» (создано Правительством РФ в 2011 г. для реализации комплекса мер в экономической и социальной сферах) был создан региональный Инвестиционный стандарт, который содержал



15 требований, отражающих лучшие практики. Одним из требований Стандарта являлось наличие двуязычного интернет-портала, содержащего полную информацию об инвестиционной деятельности в регионе.

Научных исследований по данной теме, к сожалению, мало, но, например, А. Ю. Фадеева влияние регионального портала на инвестиционную привлекательность выделяет в следующих аспектах:

1) оказывает влияние на принятие первичных решений и формирование первого впечатления о регионе;

2) представляет собой основной источник информации об инвестиционных возможностях региона;

3) дает возможность взаимодействия с неограниченным количеством потенциальных инвесторов, значительно повышая шансы установления сотрудничества;

4) позволяет оперативно управлять коммуникационным процессом;

5) является единственным полностью управляемым онлайн-источником информации об инвестиционных возможностях региона;

6) позволяет максимально оптимизировать расходы инвестиционных агентств, связанные с установлением, поддержанием и развитием связей с инвесторами (командировки, организация встреч);

7) демонстрирует открытость и готовность к сотрудничеству;

8) обеспечивает непрерывную коммуникацию с инвесторами в режиме реального времени;

9) влияет на узнаваемость и повышение лояльности к бренду и проч.⁹

Конечно, стоит отметить, что активная инвестиционная деятельность напрямую зависит от созданных комфортных условий на территории региона. Более того, пробелы и неточности в предоставляемой властями информации зачастую воспринимаются потенциальными инвесторами как сигнал о наличии скрываемых проблем либо просто о неготовности властей к сотрудничеству.

Анализируя сложившиеся тенденции влияния политических факторов на инвестиционную привлекательность регионов и Саратовской области в частности, следует заметить, что в последнее время повышается актуальность разработки системы информационной поддержки инвесторов. Это определяется тем, что на данный момент недостаточно исследованы аспекты управления инвестиционной средой, четко не установлены и не регламентированы взаимоотношения предприятий и органов власти, отсутствует необходимая и единообразная информационная база о социально-экономической приоритетности инвестиционных проектов. Стоит учитывать, что информационная поддержка инвесторов также является важным элементом на первых этапах внедрения инвестиционных

проектов, так как субъекты бизнеса испытывают потребность не только в основополагающих материальных ресурсах, но и в информации о рынке, кадрах, мерах поддержки со стороны власти, возможностях и площадках для инвестиционных проектов.

В свою очередь, рассматривая систему информационного обеспечения инвесторов, в том числе работу над Инвестиционным порталом Саратовской области как элемента брендинга региона, который должен содержать полную информацию об инвестиционной деятельности в регионе, заметим, что многогранная работа на общероссийском уровне по совершенствованию государственного управления подтверждает: информационное обеспечение следует рассматривать как одно из стратегических направлений повышения эффективности деятельности властной системы и имиджа государственных структур. При этом информационное обеспечение самих органов власти следует рассматривать с точки зрения системного подхода, особенно в сфере работы с инвестициями.

В настоящее время значительно активизировались усилия государства в этом направлении. Работы по информационному обеспечению органов государственной власти ведутся как федеральными структурами, так и субъектами Российской Федерации, и органами местного самоуправления. Разработан ряд законодательных и других нормативных актов, практически регулирующих отношения в информационной сфере общества. Следует отметить, что существует ряд факторов, осложняющих построение системы информационного обеспечения. Так, в системе права наблюдается неполнота, рассогласованность нормативных актов не только по уровням системы нормотворчества, но и в самой законодательной основе, присутствуют трудности унификации в области классификации законодательства, учета и предоставления этой информации пользователям и т. д. В сфере информатизации органов исполнительной власти дестабилизирующим фактором является чрезмерная динамика в структуре органов исполнительной власти. Это влияет на структуризацию информационного ресурса и на определение его правового режима, а в конечном счете на эффективность его формирования и использования. Обеспечение стабильности правового положения источников информации и пользователей этого ресурса создает условия для более точного программирования в области информатизации и коммуникативных инфраструктур.

В этой связи обеспечение потенциального инвестора максимально полной и актуальной информацией об инвестиционных возможностях субъекта РФ является одним из элементов привлечения инвестиций в экономику региона и формирования его положительного имиджа. Безусловно, любые меры улучшения инвестици-



онного климата неспособны повлиять на решение инвестора, если информация о них не будет своевременно доведена до него. Здесь инвестиционный портал региона выступает в качестве визитной карточки.

Что касается исходной проблемы данного вопроса в Саратовской области – изначально Инвестиционный портал был создан в 2012 г. и со временем морально устарел.

На старом портале имела место слабая ориентация на работу с иностранными инвесторами по причине недостоверного и неправильного перевода на английский язык (местами полного его отсутствия). Файлы размещались только для скачивания в формате *.doc, *.zip, *.rar, что исключало возможность просмотра документов непосредственно в структуре сайта. Многие разделы портала были заполнены не до конца, возможность просмотра контента на мобильных устройствах отсутствовала полностью. Сайт работал достаточно медленно, с периодическими перебоями. Не применялись социальные сети для его продвижения.

Портал области не являлся единой и понятной точкой входа в инвестиционную сферу региона, архитектура сайта не способствовала простому и быстрому поиску ключевой информации для пользователя. Визуальное восприятие в совокупности с интерфейсом не выступало в качестве отличительного элемента портала, что сказывалось на его низкой «рекламной» эффективности.

Целью разработки нового портала стали демонстрация преимуществ региона для потенциальных инвесторов, детальной информации о существующих инвестиционных проектах и площадках, предоставление инструментов для взаимодействия посетителей портала с представителями региона по вопросам инвестиционной политики.

Задачами являлись построение ресурса на надежной системе, обеспечивающей защиту баз данных сайта, использование современного дизайна, брендов и возможность презентации ключевых показателей региона на главной странице, а также интеграцию с социальными сетями.

В качестве нормативной правовой базы для Инвестиционного портала было принято Постановление Правительства Саратовской области от 24 июля 2017 г. № 377-П «О формировании единого информационного пространства Саратовской области в сфере инвестиционной деятельности», которое направлено на использование эффективных механизмов межведомственного взаимодействия, обеспечивающих постоянное развитие портала, актуализацию и оперативное наполнение информацией.

В результате в апреле 2017 г. портал был модернизирован – осуществлен полный переход от «сухого» административного сайта на максимально понятный с инфографикой и интерактивными элементами.

Дизайн портала подчеркивал фирменный стиль Саратовской области и ее особенности, также стал первым этапом в попытке брендирования региона (впоследствии была разработана вышеописанная символика «Создавайте с нами»).

С целью популяризации портала были проведены его презентации на различных площадках с участием представителей бизнес-сообщества и научных кругов.

Продвижение инвестиционного портала осуществлялось за счет взаимодействия органов исполнительной власти области, экспертных и бизнес-сообществ, ресурсоснабжающих организаций и многих других структур, а также посредством использования социальных сетей, размещения баннеров на сайтах партнеров.

Некоторые представители бизнеса высказывали свое мнение по поводу нового Инвестиционного портала Саратовской области, например, менеджер по маркетингу компании «Фоссло Фастенинг Систем Рус» Наталья Зайцева похвалила сайт за качественный перевод на английский язык¹⁰.

Исполнительный директор ООО «Промышленная сервисная корпорация» Александр Черкасов отметил: «Был бы я инвестором, я бы первым делом захотел бы узнать, как власть помогает инвестиционным проектам? Какие есть конкретные успешные примеры взаимодействия? Что сделала власть и как помогла? Какие барьеры сняла? Плюс неплохо было бы получить живые отзывы от инвесторов с успешными историями»¹¹.

Но при этом эксперт не учел, что комитет инвестиционной политики и имущественных отношений Саратовской области не ставил задачи «демонстрировать» свое персональное участие. Основной задачей было создание общего климата, а не ручное управление проектами. В свою очередь, отзывы инвесторов планировалось включить в раздел сайта об успешных инвестиционных проектах, но в настоящее время по неизвестным нам причинам информация не обновляется.

Экс-запруд комитетом инвестиционной политики и имущественных отношений Саратовской области Роман Кононенко заявлял: «Данный портал – информационный ресурс о возможных направлениях инвестиций (аналитический контент, раскрывающий конкурентные преимущества) на территории области и магазин готовых площадок для проектов. Для инвесторов – это будет личный кабинет с обратной связью и набором услуг, которые мы сможем ему оказывать: от предоставления льгот до решения проблем технологических присоединений»¹².

Но как бы то ни было на этапе создания и запуска портала, дальнейшая его модернизация так и не была осуществлена, сейчас добавляются лишь некоторые информационные элементы и периодически обновляется новостная лента.



Вместе с тем специально созданная весной 2018 г. структура для работы с инвесторами АО «Корпорация развития Саратовской области» не так давно запустила отдельный сайт конкретно под свою организацию, но с минимальной информационной составляющей, частично продублировав Инвестиционный портал, который, по нашему мнению, как раз и следовало развивать в первую очередь. Это связано с тем, что Инвестиционный портал региона достаточно наполнен контентом о потенциале Саратовской области и подготовлен для дальнейшего внедрения ранее запланированного дополнительного функционала. По факту сайт не получил каких-либо новшеств за последние два года, за исключением перевода некоторых разделов на китайский язык.

Возможно, причина кроется в том, что в настоящий момент в регионе достаточно других проблем, более глобальных, связанных с инвестиционным климатом, – крупные предприятия закрываются, инвесторы уходят, административное давление на бизнес возрастает. Разумеется, таким составляющим, как информационный сайт, официальная инвестиционная символика и логотипы, в настоящей ситуации трудно уделять должное внимание, особенно на фоне нехватки всевозможных ресурсов.

Для примера – в начале 2019 г. Уполномоченный по защите прав предпринимателей Михаил Петриченко озвучил итоговый доклад о работе в прошлом году, в котором отмечается, что в 2018 г. количество жалоб предпринимателей Саратовской области по вопросам уголовно-правового характера и нарушений в этой сфере выросло в пять раз. При этом усиление административного и силового давления на бизнес стало общероссийским трендом, который негативно отражается на макроэкономических показателях, особенно в регионах¹³.

С другой стороны, «по бумагам» что-то действительно улучшается, но сейчас целесообразно внедрять новую модель управленческой культуры. Формальную отчетность и бюрократический подход с помощью создания брендов и информационных сайтов сложно исключить. Подобная работа может снова превратиться в погоню за показателями, достижение которых требуют федеральные чиновники.

Сейчас мы также наблюдаем ситуацию, когда прокуратура критикует региональные власти за слабую работу залогового фонда, технопарков и кластеров. Эти и другие меры поддержки предпринимателей неэффективны.

«Выявленные нарушения и просчеты позволяют сделать вывод о том, что органы власти не в полной мере реализуют свои возможности по созданию благоприятной среды для развития бизнеса, что напрямую отражается на инвестиционном климате региона», – отмечают в Прокуратуре Саратовской области¹⁴.

Разумеется, на фоне подобных проблем разработка собственных брендов для повышения инвестиционной привлекательности играет далеко не самую важную роль. В настоящее время имидж Саратовской области ухудшается из-за увеличения количества отрицательных мнений инвесторов о регионе, а не из-за малоинформативных сайтов с контентом прошлых лет. В случае с нашей областью вопросы развития имиджа за счет продвижения интернет-порталов и прочих продуктов брендинга скорее имеют вторичный характер и могут выступать в качестве дополнения к каким-то последующим глобальным действиям по улучшению инвестиционного климата. Доверия бизнес-сообщества не вернуть за счет исчерпывающей информации о потенциале региона на инвестиционном портале или с помощью создания туристических логотипов с их изображением на сувенирной продукции, когда, к слову, даже полной информации о возможностях туризма в регионе обывателю так просто не найти.

В связи с этим возникает закономерный вопрос: является ли региональный инвестиционный портал необходимым и реально работающим механизмом, влияющим на инвестиционную привлекательность региона? Очевидно, что качественный инвестиционный портал несет в себе ряд важных преимуществ, является самым влиятельным и технологичным каналом коммуникации в современной среде интернет-технологий и способствует повышению инвестиционной привлекательности региона, что определяет несомненную важность и необходимость работы над данным инструментом¹⁵.

При этом ни для кого не секрет, что уровень бизнеса в Саратовской области сейчас падает и экономическая ситуация лучше не становится, хотя есть перспективные кадры, определенная инфраструктура, выгодное месторасположение и ряд других преимуществ региона.

Саратовская область имеет потенциал для инвестиционного развития, но сейчас, при жесткой конкуренции среди субъектов РФ в борьбе за инвестора, занять лидирующую позицию нашему региону достаточно сложно. О какой обратной связи посредством различных разработанных символов (логотипов) и размещения инфографики на интернет-порталах может идти речь, если некоторые представители крупного бизнеса на местах (с большой историей) уходят в другие регионы или вовсе становятся банкротами по причинам, являющимся более глубокими и даже общероссийскими?

Безусловно, Инвестиционный портал Саратовской области может эффективно работать и приносить желаемый результат только в том случае, если в регионе будут минимизированы другие проблемы, сильно влияющие на ведение бизнеса. Аналогичная ситуация и с инвестиционной символикой, туристическими брендами. Тем бо-



лее брендинг – это не только использование разработанного логотипа, но и приведение к единой концепции всего графического оформления территории, что опять является глобальной работой и далеко не самой первостепенной целью развития инвестиционного и туристического потенциала Саратовской области.

Отметим, что в нынешней ситуации с инвестиционным климатом Саратовской области оптимальной стратегией брендинга региона является доведение до инвесторов наиболее полной и точной фактической информации о положении дел. Учитывая текущие проблемные вопросы и информационный фон, создаваемый СМИ вокруг них, профильным структурам имеет смысл попытаться установить в противопоставление такую повестку, которая включала бы новостные публикации со ссылками на реальные меры государственной поддержки инвесторов, представляющие собой хоть какие-то «истории успеха», и, разумеется, их тиражирование, в особенности на областных интернет-ресурсах. Дополним, что здесь подразумевается не сокрытие сюжетов по проблемным точкам инвестиционного климата, а адекватная ответная реакция на данные вызовы и демонстрация реальных шагов на пути к решению спорных вопросов, с конкретными примерами и отзывами со стороны представителей бизнес-сообщества.

Тем более в настоящее время на областных сайтах наблюдается в основном административная информация, включающая отчеты или анонсы мероприятий и «сухие» цифры, не подкрепленные какими-либо наглядными инфографическими составляющими.

В частности, касательно дальнейшего развития Инвестиционного портала и формирования единого информационного пространства Саратовской области в сфере инвестиционной деятельности желательно начать с реализации первоначальной идеи по внедрению полной информационной базы инвестиционных проектов (реализованных, реализуемых и планируемых к реализации) и свободных инвестиционных площадок с привязкой к карте Саратовской области, а также использованием интерактивных элементов и максимально простой навигации. Как уже отмечалось, это должен быть магазин готовых площадок для проектов и личный кабинет с обратной связью.

В рамках внедрения системы информационного обеспечения управления инвестициями разумно также учитывать специфику региона и самого органа власти по работе с инвестициями, а также: отраслевую структуру производства, приоритетные направления развития экономики, наличие ресурсов, инфраструктуру обеспечения экономики и управления, демографические и миграционные особенности.

Если Инвестиционный портал Саратовской области будет соответствовать указанным характеристикам, то это позволит обеспечить:

- интерактивное онлайн общение между всеми участниками инвестиционных процессов;
- увеличение скорости обновления и распространения информации о развитии инвестиционной деятельности в Саратовской области.

Система информационного обеспечения способна создать возможности передачи и распространения данных:

- о направлениях развития инвестиционной сферы в регионе;
- о состоянии рыночной среды в целом;
- о наличии новых объектов интеллектуальной собственности;
- о работе финансовых институтов;
- о наличии инвестиционных площадок и потенциальных проектов для реализации;
- о возможных льготах для инвесторов и др.

Поскольку процессы обмена информацией между участниками инвестиционных процессов становятся решающими факторами экономического роста, развития региона и формирования его положительного имиджа, то это означает, что успех инвестиционной политики в большой степени зависит от связи между всеми субъектами инвестиционных взаимоотношений (бизнес, деловые объединения, органы власти и т. д.).

В результате формирования системы информационной поддержки в Саратовской области станут возможными полноценный обмен опытом между всеми участниками инвестиционной деятельности, детальный поиск инвесторов и площадок для инвестиционных проектов, получение новой информации о развитии того или иного отраслевого направления.

После того как подобная практика в какой-то мере станет успешной, разумно будет заниматься внедрением символических продуктов (логотипов), проведением знаковых мероприятий и т. д.

Примечания

- 1 См.: *Мамаженко Д. В.* Технологии политического управления инвестиционной привлекательностью в современной России : автореф. дис. ... канд. полит. наук. Краснодар, 2012.
- 2 См.: Об утверждении Концепции брендинга Саратовской области до 2020 года : постановление Правительства Саратовской области от 17.02.2015 № 63-П. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
- 3 Там же.
- 4 Туристический логотип области разработали саратовский дизайнер и смоленская фирма // ИА «Четвертая Власть» : [сайт]. URL: <http://www.4vsar.ru/news/114960.html> (дата обращения: 11.05.2019).
- 5 Виктория Бородинская о новом логотипе Саратовской области : «Это не просто огни» // ИА «Взгляд-Инфо» : [сайт]. URL: <http://www.vzsar.ru/news/2019/01/31/viktoriya-borodyanskaya-o-novom-logotipe-saratovskoy->



- oblasti-eto-ne-prosto-ogni.html (дата обращения: 10.05.2019).
- ⁶ См.: У Саратовской области появился свой туристический логотип // ИА «Саратов-24» : [сайт]. URL: <https://saratov24.tv/news/u-saratovskoy-oblasti-rozavilsya-svoyu-turisticheskiy-logotip> (дата обращения: 10.05.2019).
- ⁷ См.: «Согни Поволжье» : саратовцы раскритиковали новый логотип региона // ИА «СарИнформ» : [сайт]. URL: <https://www.sarinform.ru/news/2019/01/31/209120> (дата обращения: 11.05.2019).
- ⁸ См.: Об утверждении Плана мероприятий по реализации Концепции брендинга Саратовской области до 2020 года : распоряжение Правительства Саратовской области от 10.08.2015 № 165-Пр. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
- ⁹ См.: *Фадеева А. Ю.* Роль регионального инвестиционного портала в повышении инвестиционной привлекательности региона // Управленец. 2016. № 2 (60). С. 40–42.
- ¹⁰ См.: Правительство создало новый инвестпортал за 200 тысяч // ИА «СарБК» : [сайт]. URL: <https://news.sarbc.ru/main/2017/04/26/198563.html> (дата обращения: 10.05.2019).
- ¹¹ Информация получена в ходе экспертного интервью.
- ¹² Там же.
- ¹³ См.: Михаил Петриченко : «Давление на бизнес в регионе выросло в несколько раз» // ИА «Взгляд-Инфо» : [сайт]. URL: <http://www.vzsar.ru/news/2019/02/27/mihail-petrichenko-davlenie-na-biznes-v-regione-vyroslo-v-neskolko-raz.html> (дата обращения: 10.05.2019).
- ¹⁴ Прокурор Филипенко : Крупные инвесторы могут уйти из Саратовской области // ИА «Четвертая Власть» : [сайт]. URL: <http://www.4vsar.ru/news/111705.html> (дата обращения: 10.05.2019).
- ¹⁵ См.: *Фадеева А. Ю.* Указ. соч.

Образец для цитирования:

Вилков А. А., Тимофеев Е. И. Политическая технология брендинга региона как возможность формирования его положительного имиджа и повышения инвестиционной привлекательности // Изв. Сарат. ун-та. Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2019. Т. 19, вып. 3. С. 304–311. DOI: <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2019-19-3-304-311>

Cite this article as:

Vilkov A. A., Timofeev E. I. Political Technology of Region Branding as a Possibility of Forming Its Positive Image and Increasing Investment Attractiveness. *Izv. Saratov Univ. (N. S.), Ser. Sociology. Politology*, 2019, vol. 19, iss. 3, pp. 304–311 (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2019-19-3-304-311>