

ПОЗИТИВНЫЙ ИМИДЖ ТЕРРИТОРИИ КАК ДРАЙВЕР СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ: НА ПРИМЕРЕ ТАТАРСТАНА

И.Л. Савельев, И.Р. Насыров

Исследуется имидж региона в контексте осуществления им международного и межрегионального сотрудничества, взаимодействия с зарубежными партнерами и федеральными органами власти. На примере Республики Татарстан изучены механизмы формирования имиджа территории и адаптации его к актуальным задачам социально-экономического развития.

Ключевые слова: региональное развитие, имидж территории, бренд региона, формирование имиджа, Республика Татарстан.

Процессы глобализации и межгосударственной интеграции в мировой экономике привели к вовлечению в международные процессы регионы, являющиеся административно-территориальными единицами в составе государств [1, 2]. Конкурентная среда открытого мира ставит новые задачи перед регионами в составе государств и требует новых подходов в деятельности их органов власти. Терминология политического дискурса обогащается новыми терминами, среди которых весьма актуальными являются понятия регионального имиджа и бренда территории.

Понятие маркетинга территорий было введено и стало активно изучаться в 90-х годах 20 века в работах зарубежных авторов, среди которых можно выделить фундаментальную монографию под редакцией известного специалиста в области маркетинга Филипа Котлера [3].

В настоящее время российские специалисты связывают вопросы формирования бренда территории с конкуренцией регионов за привлечение ресурсов на глобальном рынке территорий. Региональный брендинг определяется как стратегия повышения конкурентоспособности городов, областей, регионов с целью завоевания внешних рынков, привлечения инвесторов, туристов, новых жителей и квалифицированных мигрантов [4, с. 125-126]. Имидж региона рассматривается как нематериальный актив для привлечения инвестиций [5, с. 14]. А.А. Добрикова одновременно обуславливает формирование позитивного имиджа со снижением социальной напряженности населения территории и развитием региональной культуры [6, с. 55].

В современных условиях наиболее успешными российскими регионами становятся те, руководству которых удается реализовывать локальный социально-экономический, ресурсный, инновационный, природно-территориальный, этнокультурный или иной, свойственный для данной территории потенциал, в конструктивном взаимодействии с федеральным центром.

На наш взгляд можно выделить два этапа в развитии имиджа территорий и регионов. На первом этапе происходит разработка концепции имиджа и его составляющих с учетом заданных целевых установок. Обычно заказчиком работ по созданию и совершенствованию имиджа территорий являются региональные органы власти, привлекая к решению поставленных задач российских или зарубежных специалистов.

На втором этапе осуществляется продвижение и использование имиджа. Здесь же происходит коррекция имиджа, его адаптация к реальным условиям и решаемым задачам, включаются механизмы обратной связи.

Можно проследить это на трансформации бренда столицы Татарстана за последние годы. В апреле 2009 года Казань зарегистрировала в Федеральной службе по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам (Роспатент) товарные знаки «Третья столица», «Третья столица России», «Третий город», «Третий город России», а также «Russia's third capital». Появление этого слогана связывают с празднованием 1000-летия Казани в 2005 году. Активно использовать словосочетание «Третья столица России» Казань начала в марте 2007 г., разместив его на своих стендах на международной выставке-ярмарке коммерческой недвижимости MIPIM во французских Каннах, а также на Интернациональной туристической бирже ITB в Берлине.

Впоследствии, в период подготовки и проведения летней Универсиады 2013 года, Казань уже стала позиционировать себя как спортивная столица России и мировая столица студенческого спорта. Создан-

ная к Универсиаде мощная спортивная инфраструктура в настоящее время способствует выбору Казани местом проведения множества крупных российских и международных соревнований по многим видам спорта. Таким образом, спорт содействовал инфраструктурному развитию столицы Татарстана.

При работе с инвесторами очень важна информация о примерах успешно реализованных проектов, так называемых «success stories». Это является хорошим стимулом для позитивного делового климата.

При продвижении регионального имиджа значительное место уделяется не только зарубежным партнерам. Грамотно выстроенный имидж региона позволяет территории получать поддержку федеральных властей [7, с. 1].

Формирование имиджа региона не ограничивается внешней целевой аудиторией. Развитие демократических институтов управления предполагает необходимость взаимодействия региональных органов власти с собственным населением, в том числе и для осуществления электоральной политики. Здесь на первое место выходит успешное осуществление социальной политики, оперативная реакция власти на решение текущих проблем, от которых зависит качество жизни, конструктивный диалог с населением. В данном контексте имидж может постулироваться как фактор обеспечения легитимности существующей политической системы, в том числе и на региональном уровне [8, с. 99]. Создание благоприятного внутреннего имиджа не только повышает уровень оценки населением деятельности региональных органов власти, но и повышает инвестиционную привлекательность территории.

При разработке имиджа или ребрендинге территории различают инвариантную часть имиджа, характеризующую географическое расположение, природные ресурсы, климат, исторически сложившиеся социальные особенности, экономический и демографический потенциал региона. Эта часть имиджа в меньшей степени поддается оперативным изменениям.

К вариативной части имиджа некоторые исследователи относят комплекс атрибутов, варьирующих от одной целевой группы к другой в зависимости от ценностей, приоритетов и установок, доминирующих в той или иной конкретной группе (ориентация на партнерство, на инновации, прозрачность, доброжелательность и др.) [9, с. 46]. На наш взгляд, вариативную часть имиджа, как одну из важнейших его составляющих, следует более четко детализировать и отнести сюда следующие меры: формирование благоприятного законодательства и налоговой политики, финансовые и организационные меры государственной поддержки совместных проектов, предоставление инфраструктуры и производственных площадок для инвесторов, борьбу с коррупцией, создание новых туристско-рекреационных продуктов, сопровождаемых реализацией целенаправленной политики продвижения территории (презентации, выставки, деловые встречи, рекламные компании).

В Республике Татарстан деятельность по привлечению иностранных инвесторов можно разбить на три этапа. На начальном этапе развития данного направления внешнеэкономических связей в середине 1990-х годов происходило изучение и внедрение международных форматов представления инвестиционных проектов, создание законодательной базы с преференциями и гарантиями, обеспечивающими привлекательность территории для инвесторов и создающей условия для снижения рисков при реализации долгосрочных совместных проектов. Началась работа по продвижению бизнес-планов и инвестиционных проектов Республики Татарстан через международные организации и представительства Татарстана в развитых странах (США, Франция, Австрия), специализированную прессу, а также в ходе выставочно-ярмарочной деятельности и презентаций.

Впоследствии, в процессе приведения в соответствие законодательства субъектов федерации с федеральным, некоторые нормативно-правовые акты, регулировавшие внешние связи Татарстана, были признаны утратившими силу. Однако, следует признать, что в республике уже в эти годы был реализован комплексный подход к формированию благоприятного инвестиционного климата.

На первом этапе в качестве инфраструктуры для реализации совместных проектов предлагались имеющиеся производственные площадки предприятий, сокративших свою деятельность после распада Советского Союза и сворачивания масштабных оборонных программ.

Татарстан позиционировался как регион, имеющий в дополнение к мощному экономическому потенциалу, природным ресурсам и высококвалифицированной рабочей силе особые отношения с федеральным центром, что обеспечивало некоторые преференции для ведения бизнеса. Это дополнялось историческим опытом обеспечения социальной стабильности мультикультурного и многоконфессионального

общества. После выступления М.Ш.Шаймиева в Гарварде в 1994 году широкое распространение получает понятие «модель Татарстана».

Следующий этап в формировании и продвижении инвестиционного имиджа Татарстана связан с подготовкой и празднованием 1000-летия Казани в августе 2005 года. В условиях единого для всех субъектов Российской Федерации правового поля, регулирующего международное сотрудничество, этот проект позволил сделать качественный прорыв в развитии столицы Татарстан и продвижении имиджа республики в мире. В юбилейном году в Казани прошел саммит глав государств СНГ и множество крупных международных мероприятий.

21 декабря 2005 года решением правительства Российской Федерации была создана особая экономическая зона промышленно-производственного типа «Алабуга». Базой для совместных производств стала площадка, создававшаяся под Камский тракторный завод. Строительство его было начато в 1985 году и впоследствии несколько раз перепрофилировалось. К настоящему времени ОЭЗ «Алабуга» стала крупнейшей в России. Здесь работают более 40 иностранных инвесторов, количество которых постоянно увеличивается. По итогам 2013 года ОЭЗ «Алабуга» дала 70% объема производства всех особых экономических зон промышленно-производственного типа России.

Немногим ранее – с ноября 2002 года, на площадях бывшего ТПО «Свияга», расположенного в самом центре Казани, был запущен принципиально новый инфраструктурный, инвестиционный и социально-ориентированный проект технопарк «Идея». Успешная деятельность технопарка «Идея» стимулировала создание технопарков и бизнес-инкубаторов в других регионах России.

В июле 2004 года на площадях ОАО «КАМАЗ» был открыт Камский индустриальный парк «Мастер», ориентированный на субъекты малого и среднего предпринимательства, специализирующихся, в первую очередь, на машиностроительной отрасли. К настоящему времени пройдено пять этапов по расширению индустриального парка, предоставляющего производственные площади для 240 резидентов. В 2014 году крупнейший китайский производитель бытовой техники Haier принял решение инвестировать 150 млн. долларов в производство холодильников на площадях КИП «Мастер».

Создание в 2007 году Ассамблеи народов Татарстана, объединившей общественные организации 35 различных этносов, и ее активная деятельность, при поддержке руководства республики, содействуют межкультурному диалогу и обеспечению социально-политической стабильности, столь важной для инвесторов.

Современный этап взаимодействия Республики Татарстан с инвесторами характеризуется предложением широкого спектра специализированных индустриальных площадок, разнообразными возможностями по участию в актуальных для российской экономики инновационных и инфраструктурных проектах на территории республики.

В спектре высокотехнологичных отраслей Татарстана заметное место занимает ИТ-сфера. Имея давние традиции в этой области, республика смогла в последние годы реализовать и инициализировать множество интересных проектов. Этапным стал запуск в 2008 году Электронного правительства Республики Татарстан, охватывающего в настоящее время электронный документооборот, Интернет-портал органов власти, предоставление государственных услуг в электронном виде и ряд других направлений. В октябре 2009 года в Казани было завершено строительство технопарка в сфере высоких технологий – «ИТ-парк». Он стал первым в России технопарком, специализирующемся на информационных технологиях.

Новым этапом в этой сфере должно стать строительство инновационного города-спутника Казани Иннополиса, в котором будет размещен ИТ-центр российского масштаба. Проект осуществляется в сотрудничестве с партнерами из Сингапура.

Создание новой инвестиционной площадки SMART Сити Казань для развития международного и российского бизнеса, научно-образовательной и деловой активности стало еще одним крупнейшим современным инфраструктурным проектом Татарстана. Среди его разработчиков – эксперты из Малайзии. Выгодное расположение в непосредственной близости от международного аэропорта «Казань» привлекает инвесторов, среди которых компании из Сингапура и Объединенных Арабских Эмиратов. В перспективе «умный город» будет готов принять более 58 тысяч жителей.

Органы власти Татарстана ведут планомерную работу по обеспечению благоприятных условий для работы инвесторов. Это привело, в частности, к сокращению сроков оформления документов и сниже-

нию ставок подключения к инженерным сетям. Улучшение инвестиционного климата является одной из приоритетных задач республики.

Формированию образа динамично развивающегося инновационного региона также способствует участие Татарстана в деятельности Ассоциации инновационных регионов России.

Через территорию Татарстана проходили крупнейшие исторические торговые пути – Великий волжский путь, Пушной путь. В настоящее время республика участвует в развитии современных транзитных транспортных коридоров. Среди крупнейших проектов, которые реализуются и планируются к осуществлению: высокоскоростная железнодорожная магистраль «Москва-Казань»; автомагистраль «Европа – Западный Китай»; крупнейший в России Свияжский межрегиональный мультимодальный логистический центр. Модернизованы и стали соответствовать самым высоким требованиям Международный аэропорт «Казань» и железнодорожный вокзал столицы Татарстана. Все это направлено на укрепление и реализацию транспортно-транзитного потенциала региона.

Общий имидж Татарстана дополняется хорошо известными в России и в мире и активно продвигаемыми брендами татарстанских предприятий, организаций, спортивных команд: КАМАЗ, Казанский вертолетный завод, Казанский университет, татарский театр, спортивные клубы Ак Барс, Rubin, Динамо (волейбол и хоккей с мячом), УНИКС и другие.

Среди важнейших особенностей современного этапа развития Татарстана необходимо отметить многолетнюю целенаправленную работу по сохранению богатейшего историко-культурного и архитектурного наследия республики. Знаковыми событиями стали начавшееся в 1990-х возрождение Раифского Богородицкого монастыря, реставрация и восстановление Казанского Кремля, на территории которого к 1000-летию Казани были открыты воссозданная мечеть Кул Шариф и отреставрированный Благовещенский собор. Последние годы ознаменовались масштабными работами по возрождению древнего города Болгар и острова – града Свияжск. В 2000 году в список Всемирного наследия ЮНЕСКО был включен Казанский Кремль, а в июне 2014 года – Болгарский историко-археологический комплекс. С 2010 года организованный туристический поток в Болгар вырос в 3,8 раза, а в Свияжск – почти в 11 раз. Тысячи людей собираются на мероприятия, которые уже традиционно проводятся в Болгаре и Свияжске. 14 июня 2014 года в мероприятиях «Изге Болгар жыены», посвященных 1125 годовщине принятия ислама Волжской Булгарией, приняли участие 30 тыс. человек. Особые отношения к Татарстану со стороны партнеров из мусульманских стран связаны с ассоциированием его, как самой северной территории распространения Ислама.

В период подготовки к летней Универсиаде 2013 года начались масштабные работы по восстановлению исторического центра Казани, которые продолжаются под личным контролем Президента Республики Татарстан Р.Н. Минниханова. В соответствии с государственной программой «Развитие сферы туризма и гостеприимства в Республике Татарстан на 2014 - 2020 годы» до конца 2015 года в Татарстане будет установлено 312 объектов туристической навигации. Туристической привлекательности столицы Татарстана способствует развитая инфраструктура гостеприимства, сформировавшаяся за последнее десятилетие. Работу по созданию бренда культурно-исторического наследия Татарстана координирует созданный в 2014 году Государственный комитет Республики Татарстан по туризму.

Свойственные современному нестабильному миру негативные информационные компоненты, связываемые с Татарстаном, последовательно преодолеваются при активной поддержке руководства республики. Среди них – катастрофы на транспорте, отдельные проявления деятельности исламских фундаменталистов, протесты экологов в отношении некоторых проектов на территории Татарстана. В результате принятых мер происходит постепенное изменение отношения к современным водным круизам, открываются новые речные туристические маршруты, например, к Свияжску, мусульмане участвуют в восстановлении православных храмов, приостановлена добыча природных ископаемых на территории Волги в районе Займища. Широкая палитра крупных общественных, культурных, спортивных событий, происходящих в Татарстане, создает для СМИ обширный массив позитивных информационных поводов.

Развитие внутреннего туризма, предоставление самим татарстанцам возможности познакомиться с изменениями, происходящими в республике, а также развитие промышленного туризма способствуют формированию чувства гордости у жителей республики за Татарстан.

В сфере международного сотрудничества для республики характерны большой объем внешнеэкономических связей, высокий уровень контактов, широкая география и активная работа с партнерами из раз-

витых стран, государств СНГ, дополняющаяся совместной работой с мусульманскими странами, государствами Азии и Латинской Америки. Республику часто идентифицируют как точку входа в экономическое пространство России, мост между Востоком и Западом, площадку для развития Евразийского диалога.

Внешние связи Республики Татарстан, являющейся исторической родиной татар, нельзя представить без взаимодействия с соотечественниками за рубежом и татарскими общественными организациями в Российской Федерации. Многочисленные мероприятия Всемирного конгресса татар, культурные, образовательные и молодежные проекты, проводимые при поддержке республиканских министерств, постоянный контакт с представителями татарских общин руководства Татарстана осуществляются в тесной координации с федеральными органами власти.

Два татарстанских молодежных проекта получили широкую известность. С 2006 года реализуется программа грантов «Алгарыш». Это первая региональная программа в России, направленная на подготовку кадров в российских и зарубежных образовательных и научных организациях. Ежегодно на ее финансирование выделяется около 100 млн. рублей. Движение «Сэлэт», направленное на выявление и поддержку талантливой молодежи, предоставляет хорошие возможности объединения соотечественников. В мероприятиях «Сэлэт» участвуют тысячи школьников, студентов и аспирантов Татарстана, России, а также из-за рубежа.

Характеризуя субъективные факторы формирования имиджа территорий, следует отметить роль руководства республики в признании эффективности деятельности региональных органов власти, высокой удовлетворенности населения результатами их работы, открытостью к инновациям, генерацией новых идей и проектов. Принимая во внимание, что предлагаемые наборы льгот и преференций для реализации совместного проекта незначительно отличаются в различных субъектах Российской Федерации, продуктивное взаимодействие с региональными государственными структурами может оказаться решающим при принятии решения инвестора о выборе площадки.

Президент Республики Татарстан Р.Н. Минниханов активно поддерживает международное сотрудничество. Только в 2013 году он совершил 20 зарубежных визитов, принял 86 иностранных делегаций и 26 послов зарубежных стран, провел, в общей сложности, около 300 встреч.

Современный имидж Татарстана формируется на базе исторически сложившихся и объективно существующих составляющих, среди которых – толерантное общество с многонациональным и многоконфессиональным населением, эффективно используемые богатые природные ресурсы, развитая и многоотраслевая экономика, высокий научно-образовательный потенциал.

Таким образом, можно сделать вывод, что имидж Татарстана ярко выраженный, разноплановый и, в целом, достаточно успешный, постоянно меняясь и адаптируясь с учетом требований времени, гармонично вписывается в современный имидж России. Развитие бренда и имиджа республики требует постоянного внимания со стороны региональных органов власти, деятельность которых должна быть пронизана направленностью на формирование позитивного образа Татарстана с учетом возникающих вызовов и перспектив. Накопленная практика подтверждает, что имидж территории играет важную роль для обеспечения динамичного развития и непосредственно ассоциируется с экономическими и общественно-политическими успехами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Насыров И.Р.* Государство и регионы в системе современных международных отношений / И.Р. Насыров. Казань: Университет управления «ТИСБИ», 2011. 400 с.
2. *Акулов Т.Ю.* Международные связи Республики Татарстан / Т.Ю. Акулов, И.Р.Насыров, И.Л. Савельев // Политико-правовые ресурсы федерализма в России / под ред. Р.С. Хакимова. Казань, 2006. С. 272-286.
3. *Kotler P. Marketing Places. Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations* / P. Kotler, D.H. Haider, I. Rein. New York: The Free Press, A Division of Macmillan, 1993. 390 p.
4. *Панина, Е.А.* Брендинг как технология создания имиджа региона (на примере Республики Адыгея) / Е.А. Панина, Е.А. Дунаевская // Вестник Майкопского государственного технологического университета. 2012. № 3. С. 125-128.
5. *Гусев Е.Г.* Имидж региона как нематериальный актив в социально-экономическом развитии территории / Е.Г. Гусев // Сборники конференций НИЦ Социосфера. 2011. № 36. С. 14-18.

6. *Добрикова А.А.* Имидж региона в социокультурной коммуникации: особенности формирования и трансляции (на примере Челябинской области) / А.А. Добрикова // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2011. № 5 (11): в 4-х ч. III. С. 55-57
7. *Добрикова А.А.* Функционирование имиджа региона в системе политической культуры / А.А. Добрикова // Теория и практика общественного развития: электронное научное издание, 2011. № 8. Режим доступа: <http://teoria-practica.ru/-8-2011/culture/dobrikova.pdf>
8. *Воробьев И.В.* Социально-философский анализ категории «имидж региона» / И.В. Воробьев // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. 2009. № 9 (142). С. 97-100.
9. *Еремеев С.Н.* Формирование позитивного имиджа региона в целях улучшения социума качества жизни населения / С.Н. Еремеев // Социальная политика и социальное партнерство. 2009. № 6. С. 43-48.

Поступила в редколлегию 23. 09. 14

POSITIVE IMAGE OF THE TERRITORY AS A DRIVER OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT: THE CASE OF TATARSTAN

I.L. Savelyev, I.R. Nasyrov

The image of the region is studied in the context of international and interregional activities, cooperation with foreign partners, and federal authorities. Mechanisms of shaping the territorial brand and its adaptation to the actual tasks of socio-economic development are analyzed on the example of the Republic of Tatarstan.

Keywords: regional development, image of the territory, regional branding, image-making, Republic of Tatarstan.

Савельев Игорь Леонидович – канд. социол. наук (Управление государственного протокола Президента РТ)
E-mail: Igor.Savelev@tatar.ru

Насыров Ильдар Рустамбекович – д-р полит. наук (отдел международного сотрудничества Департамента внешних связей Президента РТ)
E-mail: Ildar.Nasyrov@tatar.ru